

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menyajikan tentang strategi pengembangan objek wisata alam *Geosite* Sipinsur di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan. Strategi pengembangan objek wisata diperoleh melalui analisis SWOT. Analisis SWOT dirancang melalui penilaian faktor internal objek wisata yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal objek wisata yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

Geosite Sipinsur merupakan salah satu hasil letusan *supervulcano* Toba sekitar 74.000 tahun lalu yang membentuk plateau dataran tinggi. Hasil letusan *supervulcano* Toba yang terlihat seperti bebatuan di lereng bukit, yang dikenal dengan Sipinsur. Dari sekian banyak daerah dataran tinggi yang mengelilingi Danau Toba, ada satu daerah dataran tinggi yang permukaannya berbentuk runcing ke arah Danau Toba yaitu dataran tinggi Sipinsur. Disebut dengan nama Sipinsur karena dalam bahasa daerah Batak Toba arti *sipinsur* adalah “tajam” dan memiliki terjal-terjal vertical yang sangat tajam menjorok ke dalam. *Geosite* Sipinsur terletak di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. Luasnya sekitar 4 hektar dan berada di ketinggian 1.213 meter di atas permukaan laut. *Geosite* Sipinsur merupakan objek wisata berupa taman konservasi alam dan pemandangan alam yang menampilkan pemandangan berlatar Danau Toba dan dikelilingi hutan- hutan pinus.

Objek wisata *Geosite* Sipinsur sebelumnya merupakan bagian dari Kabupaten Tapanuli Utara sebelum adanya pemekaran Kabupaten Humbang Hasundutan. Pada awal pemekaran, objek wisata ini tidak begitu terawat dan hanya memiliki satu shelter saja. Tahun 2005 pada masa pemerintahan Drs. Maddin Sihombing, pembangunan berkelanjutan Sipinsur mulai dilakukan. Pembangunan juga makin gencar dilakukan setelah adanya kunjungan oleh Presiden Joko Widodo ke lokasi wisata sebanyak dua kali. Pembangunan seperti fasilitas bermain anak, *jogging track*, tempat duduk, pondok untuk bersantai, rumah makan, penginapan, aula pentas, tempat parkir, toilet umum, dan penataan kembali pepohonan dan pagar pelindung yang mengelilingi area objek wisata yang dapat menambah daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata *Geosite* Sipinsur. Saat ini, *Geosite* Sipinsur menjadi salah satu kawasan wisata utama di Kabupaten Humbang Hasundutan dan kawasan ini masih dikelola oleh Pemerintah Daerah.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, kekuatan yang dimiliki oleh objek wisata *Geosite* Sipinsur terletak pada keindahan alamnya. *Geosite* Sipinsur menampilkan pemandangan berlatarkan Danau Toba yang terlihat biru membentang. Objek wisata berupa taman konservasi alam dan pemandangan alam yang sangat menawan. Menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya, *Geosite* Sipinsur memiliki karakter alam yang mirip dengan *Orchid Forest* di Lembang, Bandung. Menurutnya, *geosite* ini layak dikembangkan menjadi destinasi untuk wisatawan milenial dengan menambahkan rumah gantung di pepohonan pinus dan jalan gantung.

Untuk mengembangkan objek wisata ini, diperlukan analisis SWOT yang bermanfaat untuk menemukan strategi-strategi. Analisis ini dirancang melalui penilaian faktor internal objek wisata yaitu kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal objek wisata yaitu peluang dan ancaman. Faktor tersebut ini diperoleh melalui observasi di lapangan. Adapun faktor internal dan eksternal objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Faktor Internal dan Eksternal Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Geosite</i> Sipinsur adalah salah satu lokasi keragaman geologi yang merupakan miniatur dari <i>Geopark</i> Kaldera Toba. Dari sekian banyak daerah dataran tinggi yang mengitari Danau Toba, <i>Geosite</i> Sipinsur merupakan satu dataran tinggi yang permukaannya berbentuk runcing menghadap ke arah Danau Toba. 2. Kawasan wisata dipenuhi oleh pepohonan pinus, banyaknya pohon pinus yang tumbuh teratur membuat tempat ini menjadi tenang dan teduh. Lokasi ini biasanya dijadikan sebagai lokasi bersantai serta lokasi untuk spot foto baik selfie maupun <i>pre-wedding</i>. 3. Kawasan ini memiliki pemandangan yang sangat indah, dimana terlihat jelas pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau disekitarnya yaitu Pulau Samosir, Pulau Sibandang, dan Kota Muara. Hal ini dapat digunakan sebagai ajang 	<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi objek wisata tidak jauh dari ibukota Kabupaten Humbang Hasundutan (Dolok Sanggul) dan Bandar Udara Internasional Silangit sehingga cukup mudah untuk dijangkau. 2. Akses jalan menuju lokasi wisata cukup baik dan dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua maupun roda empat. 3. Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi atau keunikan yang ada di kawasan wisata. 4. Lokasi <i>Geosite</i> Sipinsur dinilai sesuai dengan selera milenial saat ini (Menteri Pariwisata Arief Yahya, 28/7/2019). 5. Otonomi daerah memberikan kebebasan bagi pemerintah daerah untuk mengelola dan memajukan daerahnya dengan baik, termasuk di dalamnya objek wisata.

<p>pengaplikasian pendidikan yaitu pengetahuan alam dan sosial seperti sejarah.</p> <p>4. Terdapat beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan seperti mengikuti pentas seni, bersantai, berkemah, lintas alam, bermain (ada taman bermain untuk anak-anak), hingga kegiatan rohani/<i>retreat</i>.</p> <p>5. Terdapat beberapa <i>gazebo</i> untuk tempat beristirahat dan spot foto yang dapat dijadikan untuk tempat berfoto bagi pengunjung.</p> <p>a. Desain <i>gazebo</i> sesuai dengan arsitektur budaya setempat yaitu budaya Batak (Batak Toba).</p> <p>b. Spot foto dengan background <i>main point</i> wisata ini yaitu pemandangan Danau Toba.</p>	
<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <p>6. Fasilitas yang terdapat di lokasi wisata belum lengkap. Berdasarkan PERMENPAR No. 3 Tahun 2018 tentang fasilitas daya tarik wisata, ada fasilitas yang belum tersedia di objek wisata ini seperti lampu taman, pagar pembatas, dan rambu-rambu petunjuk arah.</p> <p>7. Belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran objek wisata.</p> <p>8. Belum tersedianya souvenir yang dapat dijadikan pengunjung sebagai kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur.</p> <p>9. Belum tersedianya transportasi umum untuk menuju tempat wisata.</p>	<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <p>6. Sebagai wisata internasional, objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur tidak hanya didatangi oleh wisatawan lokal tetapi juga didatangi wisatawan asing. Oleh sebab itu, masyarakat di sekitar kawasan wisata dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan bahasa asing yaitu Bahasa Inggris. Berdasarkan hasil observasi, hanya sekitar 25% masyarakat yang mampu menguasai Bahasa Inggris secara sederhana.</p> <p>7. Berkembangnya objek wisata lain yang lokasinya dapat meningkatkan persaingan.</p> <p>8. Lokasi objek wisata secara topografi termasuk daerah yang sulit untuk <i>supply</i> air bersih. Kebutuhan air bersih di lokasi ini</p>

<p>10. Terdapat beberapa spot di lokasi wisata yang tidak dioperasikan, diantaranya adalah galeri seni dan restoran (tidak dibuka pada hari biasa).</p>	<p>akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan bertambahnya bangunan dan fasilitas pendukung lainnya.</p> <p>9. Kerusakan dan pencemaran lingkungan akibat pengembangan objek wisata yang tidak bertanggung jawab.</p> <p>10. Budaya yang dibawa oleh wisatawan mancanegara dapat mempengaruhi budaya masyarakat sekitar seperti cara berpakaian, sex bebas, narkoba, dan lain-lain.</p>
---	---

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

Untuk mengetahui rating dari faktor-faktor tersebut digunakan angket yang disebarakan kepada pengunjung. Skala yang digunakan setiap item angket menggunakan rating dimana 1 menunjukkan skor paling rendah dan skor 4 menunjukkan skor paling tinggi. Apabila skornya 3 dan 4 menunjukkan bahwa kualitasnya paling tinggi bagi kekuatan dan peluang, sebaliknya jika skornya 1 dan 2 menunjukkan bahwa kualitasnya paling tinggi untuk ancaman dan kelemahan. Karena setiap aspek diukur menggunakan angket sebanyak 5 item, maka untuk mengetahui tingkat kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman untuk objek wisata *Geosite Sipinsur* diinterpretasikan menggunakan analisis deskriptif.

Skor tertinggi (xt) : 4 Skor terendah (xr) : 1

Rumus Rentang : $R = xt - xr = R = 4 - 1 = R = 3$

Panjang kelas interval $p = R/xt = p = 3/4 = 0.75$

Dengan menggunakan panjang kelas 0,75 dan skor terendah 1 maka dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

No.	Interval	Kekuatan & Peluang	Kelemahan & Ancaman
1.	3,26 - 4,00	Sangat Tinggi	Sangat Rendah
2.	2,51 - 3,25	Tinggi	Rendah
3.	1,76 - 2,50	Rendah	Tinggi
4.	1,00 - 1,75	Sangat Rendah	Sangat Tinggi

1. Hasil Analisis SWOT Pengunjung

a. Faktor Kekuatan (*Strength*)

Berikut adalah rata-rata tanggapan pengunjung objek wisata *Geosite* Sipinsur mengenai faktor kekuatan (*strength*) objek wisata.

Tabel 10. Mean Faktor Kekuatan Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

No.	Faktor Kekuatan (<i>Strength</i>)	Mean	Ket
1.	<i>Geosite</i> Sipinsur adalah salah satu lokasi keragaman geologi yang merupakan miniatur dari <i>Geopark</i> Kaldera Toba. Dari sekian banyak daerah dataran tinggi yang mengitari Danau Toba, <i>Geosite</i> Sipinsur merupakan satu dataran tinggi yang permukaannya berbentuk runcing menghadap ke arah Danau Toba. Kata Sipinsur diambil dari bahasa Batak yaitu “ <i>pinsur</i> ” yang artinya adalah runcing.	3,38	Sangat Tinggi
2.	Kawasan wisata dipenuhi oleh pepohonan pinus, banyaknya pohon pinus yang tumbuh teratur membuat tempat ini menjadi tenang dan teduh. Lokasi ini biasanya dijadikan sebagai lokasi bersantai serta lokasi untuk spot foto baik selfie maupun <i>pra-wedding</i> .	3,28	Sangat Tinggi
3.	Kawasan ini memiliki pemandangan yang sangat indah, dimana terlihat jelas pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau disekitarnya yaitu Pulau Samosir, Pulau Sibandang, dan Kota Muara. Hal ini dapat digunakan sebagai ajang pengaplikasian	3,66	Sangat Tinggi

	pendidikan yaitu pengetahuan alam dan sosial seperti sejarah.		
4.	Terdapat beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan seperti mengikuti pentas seni, bersantai, berkemah, lintas alam, bermain (ada taman bermain untuk anak-anak), hingga kegiatan rohani/ <i>retreat</i> .	3,29	Sangat Tinggi
5.	Terdapat beberapa <i>gazebo</i> untuk tempat beristirahat dan spot foto yang dapat dijadikan untuk tempat berfoto bagi pengunjung. a. Desain <i>gazebo</i> sesuai dengan arsitektur budaya setempat yaitu budaya Batak (Batak Toba). b. Spot foto dengan background <i>main point</i> wisata ini yaitu pemandangan Danau Toba.	3,34	Sangat Tinggi
MEAN		3,39	Sangat Tinggi

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

Dari tabel 10 dapat disimpulkan bahwa rata-rata faktor kekuatan (*strength*) objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah 3,39 dengan kategori sangat tinggi. Dari kelima faktor kekuatan tersebut, faktor ketiga yaitu kawasan *Geosite* Sipinsur memiliki pemandangan yang sangat indah, dimana terlihat jelas pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau yang berada di sekitar danau seperti Pulau Samosir, Pulau Sibandang, dan Kota Muara) adalah faktor kekuatan yang paling tinggi dengan rata-rata 3,66 dengan kategori sangat tinggi.

b. Faktor Kelemahan (*Weakness*)

Berikut adalah rata-rata tanggapan pengunjung objek wisata *Geosite* Sipinsur mengenai faktor kelemahan (*weakness*) objek wisata.

Tabel 11. Mean Faktor Kelemahan Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

No.	Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Mean	Keterangan
1.	Fasilitas yang terdapat di lokasi wisata belum lengkap. Berdasarkan PERMENPAR No. 3 Tahun 2018 tentang fasilitas daya tarik wisata, ada fasilitas yang belum tersedia di objek wisata ini seperti lampu taman, pagar pembatas, dan petunjuk arah.	1,88	Tinggi
2.	Belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran objek wisata.	2,13	Tinggi
3.	Belum tersedianya souvenir yang dapat dijadikan pengunjung sebagai kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur.	1,55	Sangat Tinggi
4.	Belum tersedianya transportasi umum untuk menuju tempatwisata.	1,58	Sangat Tinggi
5.	Terdapat beberapa spot di lokasi wisata yang tidak dioperasikan, diantaranya adalah galeri seni dan restoran (tidak dibuka pada hari biasa).	1,95	Tinggi
MEAN		1,81	Tinggi

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

Dari tabel 11 dapat disimpulkan bahwa rata-rata faktor kelemahan (*weakness*) objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah 1,81 dengan kategori tinggi, sehingga perlu dilakukan penanganan secara serius agar tidak menghambat pengembangan objek wisata. Dari kelima faktor kelemahan tersebut, faktor keempat yaitu belum tersedianya transportasi umum menuju lokasi objek wisata adalah faktor kelemahan yang paling tinggi dengan rata-rata 1,58 dengan kategori sangat tinggi.

c. Faktor Peluang (*Opportunities*)

Berikut adalah rata-rata tanggapan pengunjung objek wisata *Geosite* Sipinsur mengenai faktor peluang (*opportunities*) objek wisata.

Tabel 12. Mean Faktor Peluang Objek Wisata Geosite Sipinsur

No.	Faktor Peluang (<i>Opportunities</i>)	Mean	Ket
1.	Lokasi objek wisata tidak jauh dari ibukota Kabupaten Humbang Hasundutan (Dolok Sanggul) dan Bandar Udara Internasional Silangit sehingga cukup mudah untuk dijangkau.	3,30	Sangat Tinggi
2.	Akses jalan menuju lokasi wisata cukup baik dan dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua maupun roda empat.	3,70	Sangat Tinggi
3.	Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi atau keunikan yang ada di kawasan wisata.	3,16	Tinggi
4.	Lokasi <i>Geosite</i> Sipinsur dinilai sesuai dengan selera milenial saat ini (Menteri Pariwisata Arief Yahya, 28/7/2019).	3,18	Tinggi
5.	Otonomi daerah memberikan kebebasan bagi pemerintah daerah untuk mengelola dan memajukan daerahnya dengan baik, termasuk di dalamnya objek wisata.	3,17	Tinggi
MEAN		3,30	Sangat Tinggi

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

Dari tabel 12 dapat disimpulkan bahwa rata-rata faktor peluang (*opportunities*) adalah 3,30 dengan kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa objek wisata *Geosite* Sipinsur mempunyai peluang yang sangat tinggi apabila mampu memanfaatkan potensi-potensi yang ada. Faktor kedua yaitu akses jalan menuju lokasi wisata cukup baik adalah faktor peluang yang paling tinggi dengan rata-rata 3,70 dengan kategori sangat tinggi.

d. Faktor Ancaman (*Threats*)

Berikut adalah rata-rata tanggapan pengunjung objek wisata *Geosite* Sipinsur mengenai faktor ancaman (*threats*) objek wisata.

Tabel 13. Mean Faktor Ancaman Objek Wisata Geosite Sipinsur

No.	Faktor Ancaman (<i>Threats</i>)	Mean	Ket
1.	Sebagai wisata internasional, objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur tidak hanya didatangi oleh wisatawan lokal tetapi juga didatangi wisatawan asing. Oleh sebab itu, masyarakat di sekitar kawasan wisata dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan bahasa asing yaitu Bahasa Inggris. Berdasarkan hasil observasi, hanya sekitar 25% masyarakat yang mampu menguasai Bahasa Inggris secara sederhana.	1,42	Sangat Tinggi
2.	Berkembangnya objek wisata lain dapat meningkatkan persaingan.	1,62	Sangat Tinggi
3.	Lokasi wisata secara topografi termasuk daerah yang sulit untuk <i>supply</i> air bersih. Kebutuhan air bersih akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya kunjungan dan semakin bertambahnya bangunan dan fasilitas yang dibangun.	1,84	Tinggi
4.	Kerusakan dan pencemaran lingkungan akibat pengembangan objek wisata yang tidak bertanggung jawab.	1,80	Tinggi
5.	Budaya yang dibawa oleh wisatawan mancanegara dapat mempengaruhi budaya masyarakat sekitar seperti cara berpakaian, sex bebas, narkoba, dan lain-lain.	1,88	Tinggi
MEAN		1,71	Sangat Tinggi

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

Dari tabel 13 dapat disimpulkan bahwa rata-rata faktor ancaman (*threats*) adalah 1,71 dengan kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata ini mempunyai tingkat ancaman yang sangat tinggi yang harus segera dicari solusinya. Dari kelima faktor ancaman, faktor kedua yaitu berkembangnya objek wisata lain dapat meningkatkan persaingan adalah faktor ancaman yang paling tinggi dengan rata-rata 1,62 dengan kategori sangat tinggi.

Dari hasil perhitungan faktor-faktor strategis diatas dapat disimpulkan bahwa objek wisata *Geosite* Sipinsur memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan kelemahannya dan peluang yang lebih besar dibandingkan ancamannya.

e. Matriks Evaluasi Faktor Internal Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis internal objek wisata alam *Geosite* Sipinsur diperoleh nilai/*rating* kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Setelah dilakukan pengamatan yang berisi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan kemudian dilakukan pembobotan maka diperoleh bobot dari masing-masing variabel internal seperti yang diuraikan pada tabel 14.

Tabel 14. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal

Faktor Strategis Internal	Bobot (B)	Rating (R)	Bobot x Rating
Kekuatan (<i>Strength</i>) :			
a. <i>Geosite</i> Sipinsur adalah salah satu lokasi keragaman geologi yang merupakan miniatur dari <i>Geopark</i> Kaldera Toba. Dari sekian banyak daerah dataran tinggi yang mengitari Danau Toba, <i>Geosite</i> Sipinsur merupakan satu dataran tinggi yang permukaannya berbentuk runcing menghadap ke arah Danau Toba. Kata Sipinsur diambil dari bahasa Batak yaitu " <i>pinsur</i> " yang artinya adalah runcing.	0,1298	3	0,389401
b. Kawasan wisata dipenuhi oleh pepohonan pinus, banyaknya pohon pinus yang tumbuh teratur	0,12596	3	0,37788

membuat tempat ini menjadi tenang dan teduh. Lokasi ini biasanya dijadikan sebagai lokasi bersantai serta lokasi untuk spot foto baik selfie maupun <i>pre-wedding</i> .			
c. Kawasan ini memiliki pemandangan yang sangat indah, dimana terlihat jelas pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau disekitarnya yaitu Pulau Samosir, Pulau Sibandang, dan Kota Muara. Hal ini dapat digunakan sebagai ajang pengaplikasian pendidikan yaitu pengetahuan alam dan sosial seperti sejarah.	0,140553	4	0,562212
d. Terdapat beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan seperti mengikuti pentas seni, bersantai, berkemah, lintas alam, bermain (ada taman bermain untuk anak-anak), hingga kegiatan rohani/ <i>retreat</i> .	0,126344	3	0,379032
e. Terdapat beberapa <i>gazebo</i> untuk tempat beristirahat dan spot foto yang dapat dijadikan untuk tempat berfoto bagi pengunjung. 1) Desain <i>gazebo</i> sesuai dengan arsitektur budaya setempat yaitu budaya Batak (Batak Toba). 2) Spot foto dengan background <i>main point</i> wisata ini yaitu pemandangan Danau Toba.	0,128264	3	0,384792
Total Kekuatan (<i>Strength</i>)			2,093317
Kelemahan (<i>Weakness</i>) :			
a. Fasilitas yang terdapat di lokasi wisata belum lengkap. Berdasarkan PERMENPAR No. 3 Tahun 2018 tentang fasilitas daya tarik wisata, ada fasilitas yang belum tersedia di objek wisata ini seperti lampu taman, pagar pembatas, dan rambu-rambu petunjuk arah.	0,072197	2	0,144393

b. Belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran objek wisata.	0,081797	2	0,163594
c. Belum tersedianya souvenir yang dapat dijadikan pengunjung sebagai kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur.	0,059524	2	0,119048
d. Belum tersedianya transportasi umum untuk menuju tempatwisata.	0,060676	2	0,121352
e. Terdapat beberapa spot di lokasi wisata yang tidak dioperasikan, diantaranya adalah galeri seni dan restoran (tidak dibuka pada hari biasa).	0,074885	2	0,14977
Total Kelemahan (<i>Weakness</i>)			0,698157
Jumlah Keseluruhan	1		2,791474
S - W = 2,093317 - 0,698157 = 1,39			

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

f. Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

Berdasarkan identifikasi terhadap faktor-faktor strategis eksternal objek wisata alam *Geosite* Sipinsur diperoleh nilai/*rating* peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Setelah dilakukan pengamatan yang berisi faktor-faktor peluang dan ancaman kemudian dilakukan pembobotan maka diperoleh bobot dari masing-masing variabel eksternal seperti yang diuraikan pada tabel 15.

Tabel 15. Matriks Evaluasi Faktor Strategis Eksternal

Faktor Strategis Eksternal	Bobot (B)	Rating (R)	Bobot x Rating
Peluang (<i>Opportunities</i>) :			
a. Lokasi objek wisata tidak jauh dari ibukota Kabupaten Humbang Hasundutan dan Bandar Udara Internasional Silangit sehingga cukup mudah untuk dijangkau.	0,131631	3	0,394893

b. Akses jalan menuju lokasi wisata cukup baik dan dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua maupun roda empat.	0,147587	4	0,590348
c. Peningkatan produk dan atraksi wisata dengan memanfaatkan potensi atau keunikan yang ada di kawasan wisata.	0,126047	3	0,378141
d. <i>Geosite</i> Sipinsur dinilai sesuai dengan selera milenial (Menteri Pariwisata Arief Yahya, 28/7/2019).	0,126845	3	0,380535
e. Otonomi daerah memberikan kebebasan bagi pemerintah daerah untuk mengelola dan memajukan daerahnya dengan baik.	0,126446	3	0,379338
Total Peluang (<i>Opportunities</i>)			2,123255
Ancaman (<i>Threats</i>) :			
a. Sebagai salah satu destinasi wisata internasional, maka objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur tidak hanya didatangi oleh wisatawan lokal tetapi juga didatangi wisatawan asing. Oleh sebab itu, masyarakat di sekitar kawasan wisata dituntut harus mampu berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara dengan menggunakan bahasa internasional yaitu Bahasa Inggris.	0,056641	1	0,056641
b. Berkembangnya objek wisata lain dapat meningkatkan persaingan.	0,064619	2	0,129238
c. Lokasi objek wisata secara topografi termasuk daerah yang sulit untuk <i>supply</i> air bersih. Kebutuhan air bersih di lokasi ini akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan semakin bertambahnya bangunan/akomodasi dan fasilitas pendukung lainnya yang dibangun.	0,073394	2	0,146788
d. Kerusakan dan pencemaran lingkungan akibat pengembangan objek wisata yang tidak bertanggung jawab.	0,071799	2	0,143598
e. Budaya yang dibawa oleh wisatawan mancanegara dapat mempengaruhi budaya masyarakat sekitar seperti cara berpakaian, sex bebas, narkoba, dan lain-lain.	0,07499	2	0,14998

Total Ancaman (<i>Threats</i>)			0,626245
Jumlah Keseluruhan	1		2,7495
O - T = 2,123255 - 0,626245 = 1,49			

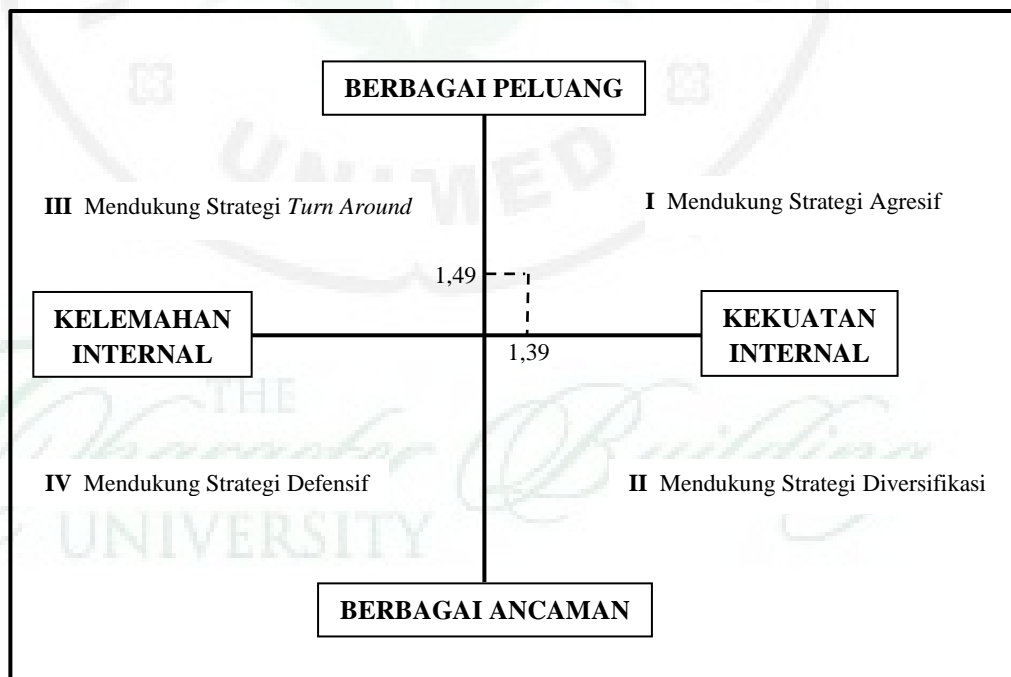
Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

Dari uraian diatas tentang SWOT analisis, dari hasil perhitungan tersebut objek wisata *Geosite* Sipinsur memiliki kekuatan yang lebih dominan dibandingkan kelemahannya dan peluang yang lebih dominan dibandingkan ancamannya dengan nilai sebagai berikut :

Faktor Internal → Kekuatan – Kelemahan = 2,093317 - 0,698157 = 1,39 (X)

Faktor Eksternal → Peluang – Ancaman = 2,123255 - 0,626245 = 1,49 (Y)

Apabila nilai-nilai tersebut dimasukkan ke *Matrix Grand Strategy* terlihat posisi pengembangan pariwisata di objek wisata *Geosite* Sipinsur berada pada Kuadran I (S-O) yaitu posisi Strategi Pertumbuhan.



Gambar 20. Diagram Analisis SWOT Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

Dari gambar 20 dapat dilihat bahwa objek wisata *Geosite Sipinsur* berada pada Kuadran I yaitu Mendukung Strategi Agresif. Adapun alternatif strategi yang digunakan adalah Strategi SO yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya agar dapat meningkatkan pertumbuhan objek wisata.

Dengan melihat keterkaitan antara faktor internal dan eksternal objek wisata, dapat dibuat suatu analisis strategi. Analisis ini merupakan salah satu upaya untuk mengidentifikasi kemungkinan kebijakan, rencana, dan usaha-usaha yang bisa dilakukan terkait dengan pengembangan objek wisata. Perumusan strategi tersebut dibuat dalam sebuah matrik analisis SWOT yang dapat dilihat pada tabel 16.

Tabel 16. Hasil Analisis Matriks SWOT Objek Wisata *Geosite* Sipinsur

INTERNAL	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>) / W
	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Geosite</i> Sipinsur adalah salah satu lokasi keragaman geologi yang merupakan miniatur dari <i>Geopark</i> Kaldera Toba. Dari sekian banyak daerah dataran tinggi yang mengitari Danau Toba, <i>Geosite</i> Sipinsur merupakan satu dataran tinggi yang permukaannya berbentuk runcing menghadap ke arah Danau Toba. Kata Sipinsur diambil dari bahasa Batak yaitu “<i>pinsur</i>” yang artinya adalah runcing. 2. Kawasan wisata dipenuhi oleh pepohonan pinus, banyaknya pohon pinus yang tumbuh teratur membuat tempat ini menjadi tenang dan teduh. Lokasi ini biasanya dijadikan sebagai lokasi bersantai serta lokasi untuk spot foto baik selfie maupun <i>pra-wedding</i>. 3. Kawasan ini memiliki pemandangan yang sangat indah, dimana terlihat jelas pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau disekitarnya yaitu Pulau Samosir, Pulau Sibandang, dan Kota Muara. Hal ini dapat digunakan sebagai ajang pengaplikasian pendidikan yaitu pengetahuan alam dan sosial seperti sejarah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas yang terdapat di lokasi wisata belum lengkap. Berdasarkan PERMENPAR No. 3 Tahun 2018 tentang fasilitas daya tarik wisata, ada fasilitas yang belum tersedia di objek wisata ini seperti lampu taman, pagar pembatas, dan rambu-rambu petunjuk arah. 2. Belum optimalnya upaya promosi dan pemasaran objek wisata. 3. Belum tersedianya souvenir yang dapat dijadikan pengunjug sebagai kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur. 4. Belum tersedianya transportasi umum untuk menuju tempat wisata. 5. Terdapat beberapa spot di lokasi wisata yang tidak dioperasikan, diantaranya adalah galeri seni dan restoran (tidak dibuka pada hari biasa).

	<p>4. Terdapat beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan seperti mengikuti pentas seni, bersantai, berkemah, lintas alam, bermain (ada taman bermain untuk anak-anak), hingga kegiatan rohani/<i>retreat</i>.</p> <p>5. Terdapat beberapa <i>gazebo</i> untuk tempat beristirahat dan spot foto yang dapat dijadikan untuk tempat berfoto bagi pengunjung.</p> <p>a. Desain <i>gazebo</i> sesuai dengan arsitektur budaya setempat yaitu budaya Batak (Batak Toba).</p> <p>b. Spot foto dengan background <i>main point</i> wisata ini yaitu pemandangan Danau Toba.</p>	
<p style="text-align: center;">EKSTERNAL Peluang (<i>Opportunities</i>) / O</p> <p>1. Lokasi objek wisata tidak jauh dari ibukota Kabupaten Humbang Hasundutan (Dolok Sanggul) dan Bandar Udara Internasional Silangit sehingga cukup mudah untuk dijangkau.</p> <p>2. Akses jalan menuju lokasi wisata cukup baik dan dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua maupun roda empat.</p> <p>3. Peningkatan produk dan atraksi</p>	<p style="text-align: center;">Strategi S - O</p> <p>Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.</p> <p>1. Membuat atraksi dan event budaya yang menarik di objek wisata. Di objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur dapat dibuat <i>flying fox</i>, rumah pohon, ataupun paket permainan olahraga yang dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung.</p> <p>2. Pengelola wisata bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah daerah untuk menyediakan transportasi umum ke lokasi wisata agar objek wisata semakin mudah</p>	<p style="text-align: center;">Strategi W - O</p> <p>Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menciptakan peluang.</p> <p>1. Melakukan penambahan fasilitas di objek wisata guna menyempurnakan fasilitas yang belum optimal sehingga objek wisata ini mencirikan destinasi wisata internasional.</p> <p>2. Melakukan kegiatan promosi yang menarik dan intensif menggunakan sosial media</p>

<p>wisata dengan memanfaatkan potensi atau keunikan yang ada di kawasan wisata.</p> <p>4. Lokasi <i>Geosite</i> Sipinsur dinilai sesuai dengan selera milenial saat ini (Menteri Pariwisata Arief Yahya, 28/7/2019).</p> <p>5. Otonomi daerah memberikan kebebasan bagi pemerintah daerah untuk mengelola dan memajukan daerahnya dengan baik, termasuk di dalamnya objek wisata.</p>	<p>dijangkau.</p> <p>3. Membangun kerja sama yang baik antara pengelola wisata dengan masyarakat (<i>public relation</i>) untuk menjaga keaslian objek wisata serta menciptakan suasana aman dan nyaman.</p> <p>4. Menambah spot-spot foto yang menarik di lokasi wisata yang cocok dengan selera kaum milenial, dengan latar pemandangan Danau Toba dan pulau disekitarnya.</p>	<p>seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan membuat website tentang objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur.</p> <p>3. Memberdayakan masyarakat setempat untuk mengembangkan produk lokal seperti kerajinan tangan, kuliner, dan lain sebagainya yang dapat dijadikan sebagai souvenir atau kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata.</p> <p>4. Melakukan pengawasan dan pemeliharaan terhadap fasilitas yang telah ada.</p>
<p style="text-align: center;">Ancaman (<i>Threats</i>) / T</p> <p>1. Sebagai destinasi wisata internasional, objek wisata <i>Geosite</i> Sipinsur tidak hanya didatangi oleh para wisatawan lokal tetapi juga didatangi wisatawan asing. Oleh sebab itu, masyarakat di sekitar kawasan wisata dituntut harus mampu berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara dengan menggunakan bahasa internasional yaitu Bahasa Inggris.</p> <p>2. Berkembangnya objek wisata lain dapat meningkatkan persaingan.</p> <p>3. Lokasi objek wisata secara topografi</p>	<p style="text-align: center;">Strategi S – T</p> <p>Kekuatan untuk mengatasi ancaman.</p> <p>1. Mengoptimalkan potensi dan keunikan yang dimiliki oleh objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata yang terdapat di daerah tersebut.</p> <p>2. Mendorong masyarakat setempat untuk mengelola keanekaragaman budaya lokal dan pelestariannya, serta menanamkan sikap toleransi dan keramah-tamahan khususnya kepada para wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang untuk berkunjung.</p>	<p style="text-align: center;">Strategi W - T</p> <p>Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.</p> <p>1. Memberikan kursus atau pelatihan Bahasa Inggris yang praktis kepada masyarakat setempat agar kemampuan berbahasa Inggris masyarakat meningkat secara terus-menerus sehingga masyarakat dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik kepada para wisatawan, khususnya kepada</p>

<p>termasuk daerah yang sulit untuk <i>supply</i> air bersih. Kebutuhan air bersih di lokasi ini akan semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan dan bertambahnya fasilitas pendukung lainnya yang dibangun.</p> <p>4. Kerusakan dan pencemaran lingkungan akibat pengembangan objek wisata yang tidak bertanggung jawab.</p> <p>5. Budaya yang dibawa oleh wisatawan mancanegara dapat mempengaruhi budaya masyarakat sekitar seperti cara berpakaian, sex bebas, narkoba, dll.</p>	<p>3. Membuat rencana pengelolaan dan pengembangan objek wisata secara terencana, terpadu, dan berkelanjutan sesuai dengan prioritas.</p>	<p>wisatawan mancanegara yang datang berkunjung.</p> <p>2. Menjalin kerja sama dengan pengusaha atau investor untuk membantu objek wisata agar lebih berkembang dan berdampak positif terhadap pendapatan daerah dan juga masyarakat setempat.</p> <p>3. Melakukan pengembangan wisata melalui pembangunan yang diupayakan secara hati-hati dan tidak merusak lingkungan.</p>
---	---	---

Sumber : Survei dan Olahan Penulis (2021)

2. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Objek Wisata *Geosite* Sipinsur Menurut Masyarakat Setempat

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan tantangan) objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan (*strength*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau disekitarnya dan hutan pinusnya yang luas. Dari lokasi ini, dapat dilihat pemandangan Danau Toba termasuk indahny Pulau Samosir dan juga Pulau Sibandang serta Kota Muara. Pepohonan pinus yang memenuhi kawasan ini juga turut membuat udara menjadi sangat asri dan sejuk.
- b. Kelemahan (*weakness*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah fasilitas atau sarana dan prasarana di objek wisata belum lengkap. Masyarakat menilai fasilitas di objek wisata *Geosite* Sipinsur belum lengkap jika dibandingkan dengan fasilitas di objek wisata *Geosite* Hutaginjang. Menurut masyarakat, beberapa fasilitas yang kurang di objek wisata Sipinsur adalah mushola dan spot foto, sedangkan untuk fasilitas lainnya sudah cukup memadai.
- c. Peluang (*opportunities*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah objek wisata ini berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki daya tarik tersendiri yang tidak dimiliki oleh objek wisata lain (pemandangan Danau Toba dan pulau-pulau disekitarnya) yang ada di sekitar daerah tersebut.
- d. Ancaman (*threats*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah berkembangnya objek wisata lain yang dapat meningkatkan persaingan.

Menurut masyarakat, pesaing utama dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah objek wisata *Geosite* Hutaginjang (Panatapan Hutaginjang). Objek wisata ini menjadi pesaing objek wisata *Geosite* Sipinsur karena merupakan objek wisata pemandangan alam juga, lokasinya tidak jauh dari lokasi wisata Sipinsur, dan objek wisata Hutaginjang juga sedang dalam pengembangan sama seperti objek wisata Sipinsur.

3. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Objek Wisata *Geosite* Sipinsur Menurut Pemerintah (Dinas Pariwisata)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemerintah yaitu Dinas Pariwisata Kabupaten Humbang Hasundutan yaitu Bapak Hernes Ronaldo Pangaribuan, ST. (Kepala Seksi Pengembangan Destinasi), dapat disimpulkan bahwa faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan tantangan) objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan (*strength*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah kondisi alamnya, pepohonan pinusnya, dan panorama Danau Tobanya. Objek wisata alam *Geosite* Sipinsur memiliki panorama keindahan alam yang sangat menarik yaitu pemandangan Danau Toba beserta pulau-pulau disekitarnya dan cuaca di lokasi wisata juga sangat sejuk dan menenangkan.
- b. Kelemahan (*weakness*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah sarana dan prasarana yang ada di lokasi wisata masih banyak yang harus diperbaiki dan ditambah. Contoh fasilitas yang harus diperbaiki adalah pagar pembatas (pagar pembatas ini memisahkan zona aktivitas dengan

area berbahaya untuk menghindari kecelakaan di lokasi wisata), sedangkan fasilitas yang harus ditambah adalah spot foto.

- c. Peluang (*opportunities*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah objek wisata ini memiliki daya tarik yang berpotensi (tidak dimiliki oleh objek wisata lain yang ada di daerah ini) untuk dikembangkan dan adanya lembaga ini (Dinas Pariwisata) untuk mengelola objek wisata tersebut agar lebih maju dan berkembang.
- d. Ancaman (*threats*) dari objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah terkait pelebaran lahan untuk pengembangan objek wisata, sebagian masyarakat tidak menyetujui untuk memberikan lahannya yang terdapat di lokasi wisata ke pihak pemerintah kabupaten. Hal ini menjadi salah satu tantangan pemerintah dalam pengembangan objek wisata ini kedepannya.

B. Pembahasan

Pembahasan penelitian ini menyajikan tentang strategi pengembangan objek wisata alam *Geosite* Sipinsur di Desa Pearung Kecamatan Paranginan Kabupaten Humbang Hasundutan. Perumusan strategi pengembangan objek wisata *Geosite* Sipinsur menggunakan analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2006 : 18).

1. Strategi Pengembangan Objek Wisata *Geosite* Sipinsur Berdasarkan Hasil Analisis SWOT Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapatkan alternatif strategi pengembangan objek wisata *Geosite* Sipinsur yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Dari keempat alternatif strategi tersebut, maka didapatkan beberapa rekomendasi strategi yang dapat digunakan antara lain sebagai berikut :

a. Strategi S - O (*Strength - Opportunities*)

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

- 1) Membuat atraksi dan event budaya yang menarik di objek wisata. Di objek wisata *Geosite* Sipinsur dapat dibuat *flying fox*, rumah pohon, ataupun paket permainan olahraga yang dapat menarik wisatawan untuk datang berkunjung.
- 2) Pemerintah daerah bekerja sama dengan pengelola wisata untuk menyediakan transportasi umum ke lokasi wisata agar objek wisata semakin mudah dijangkau. Selain itu, kondisi jalan menuju lokasi wisata yang berlubang juga harus diperbaiki. Selain untuk memperlancar arus kunjungan wisatawan, penyediaan transportasi umum ini juga dapat memperlancar pergerakan masyarakat setempat. Hal ini dapat menjadi alternatif yang baik untuk pengembangan objek wisata alam *Geosite* Sipinsur.
- 3) Membangun kerja sama yang baik antara pengelola wisata dengan masyarakat (*public relation*) untuk menjaga keaslian objek wisata serta

menciptakan suasana yang aman dan nyaman. Pengelola wisata juga dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memberikan inovasi dan ide kreatif dalam pengembangan tempat wisata, karena tidak menutup kemungkinan dengan cara tersebut objek wisata semakin maju dan berkembang dengan baik.

- 4) Menambah spot-spot foto yang menarik di lokasi wisata yang cocok dengan selera kaum milenial, dengan latar pemandangan Danau Toba dan pulau disekitarnya. Berdasarkan temuan dalam penelitian, spot foto yang terdapat di objek wisata *Geosite Sipinsur* masih sedikit dan sederhana. Oleh karena itu pihak pengelola perlu membangun spot foto yang lebih menarik di berbagai titik. Selain menggunakan latar Danau Toba dan pulau disekitarnya, spot foto juga dapat dibuat dengan latar pemandangan pohon pinus yang menjulang tinggi.

b. Strategi W - O (*Weakness - Opportunities*)

Strategi WO adalah strategi yang dilakukan untuk mengurangi kelemahan untuk menciptakan peluang.

- 1) Melakukan penambahan fasilitas di objek wisata guna menyempurnakan fasilitas yang belum optimal sehingga objek wisata ini mencirikan destinasi wisata internasional. Hal ini sesuai dengan pernyataan Syahadat (2006) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan pengelolaan tempat wisata yaitu faktor pelayanan, faktor sarana dan prasarana, faktor objek dan daya tarik wisata alam, dan faktor keamanan. Sarana dan prasarana yang perlu

ditambah yaitu tempat duduk dan kamar mandi yang lokasinya dekat dengan tempat memandang (tempat yang paling banyak dikunjungi), menambah tempat penginapan (akomodasi), dan jaringan internet untuk semua operator.

- 2) Melakukan kegiatan promosi yang menarik dan intensif menggunakan sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan membuat website tentang objek wisata *Geosite Sipinsur*.
- 3) Memberdayakan masyarakat setempat untuk mengembangkan produk lokal seperti kerajinan tangan, kuliner, dan lain sebagainya yang dapat dijadikan sebagai souvenir atau kenang-kenangan yang mencirikan objek wisata. Selain untuk membantu pengembangan objek wisata, hal ini juga dapat memberikan keuntungan bagi masyarakat yaitu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.
- 4) Melakukan pengawasan dan pemeliharaan terhadap fasilitas yang telah ada. Berdasarkan temuan dalam penelitian, sebagian fasilitas yang terdapat di lokasi wisata tidak terurus dan bahkan sudah rusak seperti wahana permainan anak dan tempat duduk. Hal ini perlu diperhatikan oleh pengelola dan pengunjung agar menjaga fasilitas yang telah disediakan di lokasi wisata.

c. Strategi S - T (*Strength - Threats*)

Strategi ST adalah strategi yang memakai kekuatan untuk melewati/mengalahkan ancaman.

- 1) Mengoptimalkan potensi dan keunikan yang dimiliki objek wisata untuk menghadapi persaingan antar objek wisata. Sesuai pernyataan Ermawati (2017), yang penting diperhatikan dalam pengembangan suatu daerah tujuan wisata yaitu memiliki daya tarik khusus yang berbeda dengan apa yang dimiliki daerah lain. Untuk mempertahankan tingkat kunjungan, potensi objek wisata baik potensi fisik dan non fisiknya harus dioptimalkan seiring dengan bertambahnya dan berkembangnya objek-objek wisata baru.
- 2) Mendorong masyarakat setempat untuk mengelola keanekaragaman budaya lokal dan pelestariannya, serta menanamkan sikap toleransi dan keramahmatan khususnya kepada para wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang untuk berkunjung. Untuk membuat para wisatawan merasa diterima dengan baik di objek wisata, masyarakat harus dapat bersikap baik dan perlu menerapkan *sapta pesona*.
- 3) Membuat rencana pengelolaan dan pengembangan objek wisata secara terencana, terpadu, dan berkelanjutan sesuai dengan prioritas. Salah satu faktor yang mendukung perkembangan wisata yaitu terdapat aturan/tata cara atau pedoman rencana pengembangan.

d. Strategi W - T (*Weakness - Threats*)

Strategi WT adalah strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

- 1) Memberikan kursus atau pelatihan Bahasa Inggris yang praktis kepada masyarakat setempat agar kemampuan berbahasa Inggris masyarakat

meningkat secara terus-menerus sehingga masyarakat dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik kepada para wisatawan, khususnya kepada wisatawan mancanegara yang berkunjung. Hal ini didukung oleh kesediaan masyarakat untuk diajari berbahasa Inggris.

- 2) Menjalinkan kerja sama dengan pengusaha atau investor untuk membantu objek wisata agar lebih berkembang dan berdampak positif terhadap pendapatan daerah dan juga masyarakat setempat.
- 3) Melakukan pengembangan wisata melalui pembangunan yang diupayakan secara hati-hati dan tidak merusak lingkungan. Selain pengelola dan masyarakat, kesadaran pengunjung untuk ikut menjaga objek wisata juga merupakan hal yang penting. Hal ini sesuai dengan pernyataan Satria (2009) yang menyatakan bahwa salah satu upaya pemanfaatan sumberdaya lokal yang optimal adalah dengan mengembangkan pariwisata dengan konsep ekowisata yang dilakukan.

2. Pengembangan Objek Wisata *Geosite* Sipinsur Oleh Masyarakat dan Pemerintah (Dinas Pariwisata)

Pengembangan objek wisata *Geosite* Sipinsur memerlukan sinergi antara pemerintah dengan masyarakat yang harus berjalan dengan baik. Pemerintah sebagai perencana dan pelaksana, sedangkan masyarakat sebagai penanggung jawab keamanan dan kelestarian lokasi wisata. Jika pemerintah dan masyarakat tidak bekerja sama maka akan terjadi ketimpangan dalam pariwisata, karena masyarakatlah yang akan berinteraksi langsung dengan

wisatawan di lokasi wisata sehingga perlu koordinasi antara pemerintah dengan masyarakat untuk memajukan objek wisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Hernes Ronaldo Pangaribuan, ST. (Kepala Seksi Pengembangan Destinasi), Bapak Hernes memaparkan bahwa pengembangan objek wisata *Geosite* Sipinsur yang dilakukan oleh pemerintah (Dinas Pariwisata) adalah pengembangan yang melibatkan masyarakat termasuk di dalamnya aparat desa. Pemerintah melakukan pendekatan sadar wisata kepada masyarakat melalui sosialisasi dengan mengundang masyarakat untuk membahas mengenai pembenahan objek wisata. Selain melibatkan masyarakat untuk mengembangkan objek wisata, pemerintah mengupayakan pengembangan objek wisata melalui pembenahan sarana dan prasarana di objek wisata, dan juga gencar melakukan promosi melalui media cetak seperti buklet dan leaflet yang didesain semenarik mungkin, serta selalu memperhatikan kondisi lingkungan wisata dalam pengembangannya untuk menjaga keaslian kelestarian objek wisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat, partisipasi yang dilakukan masyarakat untuk mengembangkan objek wisata *Geosite* Sipinsur adalah dengan membuka usaha kedai atau warung makanan di lokasi wisata, menjaga keamanan dan ketertiban di desa (lokasi wisata) agar pengunjung merasa aman saat berada di lokasi wisata, bersikap ramah terhadap pengunjung dan memberikan informasi kepada pengunjung jika ada pengunjung yang bertanya, serta menjaga kelestarian alam. Dan sebagai salah satu destinasi wisata internasional, maka objek wisata *Geosite* Sipinsur tidak

hanya didatangi oleh para wisatawan lokal tetapi juga didatangi wisatawan asing. Oleh sebab itu, masyarakat di sekitar kawasan wisata dituntut untuk mampu berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara menggunakan bahasa internasional yaitu Bahasa Inggris. Hasil wawancara dengan masyarakat sekitar menunjukkan bahwa, hanya 25% dari masyarakat yang bisa berbahasa Inggris secara sederhana. Untuk mengatasi hal tersebut, masyarakat memberikan kesediaan untuk dilatih belajar Bahasa Inggris agar masyarakat nantinya dapat berkomunikasi dengan para wisatawan mancanegara dengan baik, sehingga dapat terjalin komunikasi yang baik antara pengunjung dan masyarakat.

Berdasarkan temuan di lapangan, masyarakat setuju dengan peningkatan objek wisata *Geosite* Sipinsur serta bersedia untuk turut aktif dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan pemerintah. Kelompok masyarakat merupakan komponen penting dalam kemajuan daerah wisata, hal ini dikarenakan masyarakatlah adalah pemeran utama pemberdayaan daerah tempat tinggalnya.