



Surabaya, 6 Juli 2023

SEMINAR NASIONAL HASIL RISET DAN PENGABDIAN

"Peran Riset, Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Pembangunan Indonesia Berkelanjutan"



PEMILIHAN DAN PENGEMBANGAN OBJEK WISATA UNGGULAN KABUPATEN TOBA

Jusmita Tampubolon¹, Fitriani Tupa Romauli Silalahi²

^{1,2}Manajemen Rekayasa, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Del, Indonesia

Email: ¹tampubolonjusmita@gmail.com, ²fitri.silalahi@del.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk memilih dan mengembangkan objek wisata unggulan di Kabupaten Toba guna meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-methods* dengan pembagian kuesioner kepada 100 responden yang berkaitan dengan objek wisata di Kabupaten Toba. Data yang diperoleh diolah menggunakan AHP untuk memilih objek wisata unggulan, kemudian dianalisis menggunakan SWOT dan QSPM untuk memperoleh strategi yang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lumban Bulbul merupakan objek wisata unggulan Kabupaten Toba. Posisi Lumban Bulbul berada pada sel I matriks IE dan berada di kuadran I matriks *grand strategy* dengan strategi SO. Rekomendasi strategi pengembangan pada objek wisata ini adalah meningkatkan kualitas fasilitas dan melakukan promosi melalui website.

Kata kunci: Pariwisata, AHP, SWOT, QSPM

Copyright © (2022) Seminar Hasil Riset dan Pengabdian ke 4

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri utama penunjang perekonomian yang memberikan pendapatan bagi pemerintah dan juga menciptakan peluang bagi masyarakat untuk berinteraksi serta bertransaksi dengan wisatawan (Suwarso, 2021). Keberadaan objek wisata unggulan dapat menjadikan pariwisata yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jumlah kunjungan wisatawan yang fluktuatif dipengaruhi oleh keoptimalan pengembangan objek wisata (Parastiwi & Farida, 2017). Pengembangan objek wisata yang optimal dapat dilakukan dengan penetapan objek wisata unggulan (Rahu, 2021). Jannah et al. (2018) menyatakan penentuan pariwisata unggulan didasarkan pada banyaknya minat kunjungan, kelayakan, serta daya tarik objek wisata. Pariwisata unggulan merupakan pengembangan pariwisata untuk mencapai kelayakan ekonomi, kemakmuran suatu wilayah, lapangan kerja yang berkualitas, kesetaraan sosial, pemenuhan hak wisatawan, kendali masyarakat lokal, kesejahteraan komunitas, kekayaan budaya, integritas destinasi secara fisik, keberagaman biologis, efisiensi sumber daya, dan

kemurnian lingkungan (Widari, 2020). Oleh karena itu, penetapan objek wisata unggulan dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Toba.

Kabupaten Toba memiliki beberapa destinasi wisata yang dapat dijadikan objek wisata unggulan, diantaranya Lumban Bulbul, Museum TB Silalahi Center, Pantai Parparean II, Kaldera Toba, dan Bukit Gibeon. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Toba, diketahui bahwa terdapat faktor-faktor penghambat dalam proses pengembangan objek wisata unggulan. Faktor dana merupakan salah satu faktor penghambat yang mempengaruhi keoptimalan pengembangan objek wisata di Kabupaten Toba.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan objek wisata yang memiliki potensi lebih unggul di Kabupaten Toba. Dengan pemilihan objek wisata tersebut, kendala pengembangan dalam faktor dana akan dapat diminimalisir. Sehingga, pengembangan objek wisata unggulan di Kabupaten Toba lebih optimal dalam pelaksanaannya. Selain pemilihan objek wisata unggulan, penelitian ini juga akan menghasilkan saran dan rekomendasi terhadap pengembangan objek wisata tersebut agar dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini menggunakan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) dalam memilih objek wisata, analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor pengembangan, dan menetapkan strategi pengembangan dengan metode QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

AHP merupakan metode yang memiliki struktur hirarki serta memperhitungkan validitas dengan batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif dalam pengambil keputusan (Hoiryah & Bahri, 2019). Menurut Hendrayana & Mahendra (2019) AHP adalah suatu teori umum tentang pengukuran yang digunakan untuk menemukan skala rasio, baik dari perbandingan berpasangan yang diskrit maupun kontinu. Dalam menggunakan metode AHP terdapat 3 prinsip dasar yaitu dekomposisi, perbandingan penilaian, dan sintesa prioritas (Irianto et al., 2022).

Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi secara sistematis dalam pengambilan keputusan terkait isu-isu manajemen perusahaan guna memaksimalkan aktivitas (Nggini, 2019). Analisis SWOT memberikan gambaran menyeluruh tentang kondisi internal dan eksternal suatu perusahaan atau organisasi, sehingga dapat merancang tindakan yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis dan organisasi. Menurut Annur dan Anwar (2021) analisis SWOT didasarkan oleh asumsi bahwa suatu strategi akan efektif ketika memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

QSPM merupakan alat untuk melakukan decision stage dari matrik-matrik input stage dan matching stage dengan tujuan untuk menetapkan kemenarikan relative (*relative attractiveness*) dari strategi-strategi yang bervariasi yang telah terpilih (Qoolbi et al., 2021). QSPM dapat menganalisis alternatif strategi yang dihasilkan dalam perumusan melalui analisis sebelumnya dengan

memadukan faktor internal dan eksternal, sehingga dari alternatif strategi tersebut akan diperoleh strategi prioritas (Qanita, 2020). Akbar et al. (2022) menyatakan terdapat 6 komponen dasar metode QSPM yaitu pernyataan faktor kunci, strategi untuk dinilai, penilaian, nilai daya tarik, total nilai daya tarik, dan jumlah total nilai daya tarik.

METODE

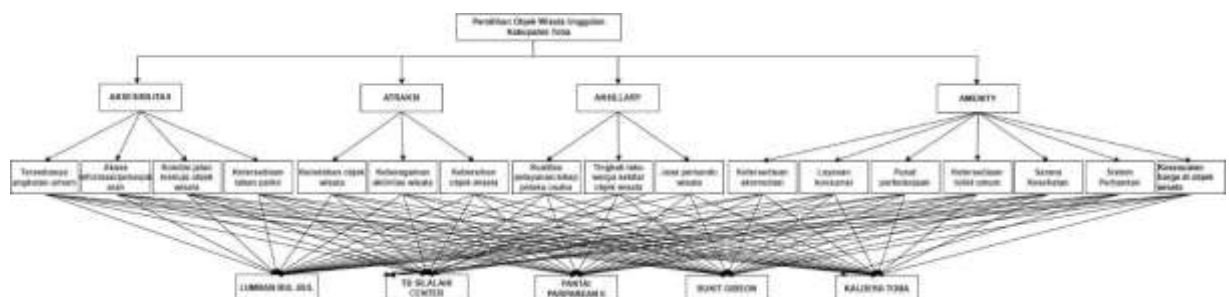
Lokasi dari penelitian ini adalah destinasi wisata Kabupaten Toba yang meliputi Lumban Bulbul, Museum TB Silalahi Center, Pantai Parparean II, Kaldera Toba, dan Bukit Gibeon.

Penelitian ini menerapkan pendekatan *mixed-methods* yang melibatkan penggunaan angket sebagai instrumen utama. Menurut Zaluchu (2020) analisis kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner dan data berupa angka serta dianalisis secara matematis/statistik.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi literatur. Observasi penelitian dilakukan sebelum melakukan wawancara dan menyebarkan kuesioner. Observasi ditujukan untuk mengamati langsung keadaan fisik dan potensi objek wisata. Wawancara dan pengisian kuesioner dilakukan untuk dua hal berikut ini. Pertama, untuk memilih objek wisata yang paling potensial untuk dikembangkan diantara 5 objek wisata yang diusulkan. Kedua, untuk mengetahui pritoritas strategi pengembangan dari objek wisata yang nantinya terpilih dari sudut pandang pemangku kepentingan yang berbeda-beda. Wawancara dan pengisian kuesioner tersebut ditujukan kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Toba serta pihak pengelola objek wisata. Selanjutnya, data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner tersebut akan dianalisis dengan menggunakan AHP, analisis SWOT, dan QSPM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur hirarki pemilihan objek wisata unggulan Kabupaten Toba digambarkan sebagai berikut.



Gambar 1 Struktur Hirarki Pemilihan Objek Wisata Kabupaten Toba

Hasil pengolahan data kuesioner berpasangan menunjukkan bahwa Lumban Bulbul merupakan objek wisata dengan bobot tertinggi (0,254), yang kemudian diikuti oleh Pantai Parparean II (0,192), TB Silalahi Center (0,186), Kaldera Toba (0,185), dan Bukit Gibeon (0,184).

Dengan demikian objek wisata yang terpilih untuk menjadi fokus pengembangan di Kabupaten Toba adalah Lumban Bulbul. Pengembangan objek wisata Lumban Bulbul dipengaruhi oleh faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Faktor-faktor tersebut disusun dalam matriks *Internal Factors Evaluation* (IFE) dan matriks *External Factors Evaluation* (EFE) sebagaimana tampak dalam Tabel 1 dan Tabel 2 berikut.

Tabel 1 Matriks *Internal Factors Evaluation* (IFE)

Faktor Internal		Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
No.	Kekuatan				
S1	Objek wisata Lumban Bulbul memiliki daya tarik unggulan	379	0,133	3,79	0,503
S2	Objek wisata Lumban Bulbul memiliki fasilitas wisata yang semakin membaik	361	0,126	3,61	0,456
S3	Kondisi objek wisata Lumban Bulbul yang alamiah	351	0,123	3,51	0,431
S4	Menawarkan produk atau barang khas daerah sebagai souvenir	358	0,125	3,58	0,449
S5	Objek wisata Lumban Bulbul memiliki wilayah yang luas	341	0,119	3,41	0,407
Total Kekuatan		1790	0,627	17,90	2,246
No.	Kelemahan				
W1	Karyawan objek wisata yang tidak memiliki standarisasi kepariwisataan	349	0,122	3,49	0,426
W2	Kurangnya kesadaran pengelola untuk mengembangkan objek wisata Lumban Bulbul	358	0,125	3,58	0,449
W3	Sistem informasi objek wisata Lumban Bulbul tidak maksimal	360	0,126	3,6	0,454
Total Kelemahan		1067	0,373	10,67	1,329
Total Faktor Internal		2857	1,000	28,57	3,574

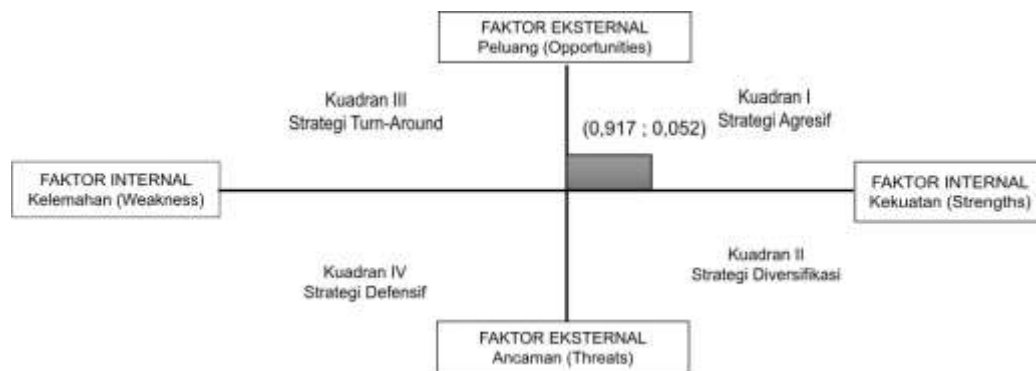
Tabel 2 Matriks *Eksternal Factors Evaluation* (EFE)

Faktor Eksternal		Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
No.	Peluang				
O1	Kerjasama antar Pemerintah Daerah dengan pihak pengelola objek wisata	357	0,127	3,57	0,453
O2	Perkembangan teknologi sebagai sarana promosi	354	0,126	3,54	0,446
O3	Perkembangan sektor pariwisata sebagai penyedia lapangan kerja baru	355	0,126	3,55	0,448
O4	Pertumbuhan jumlah penduduk	350	0,125	3,50	0,436
Total Peluang		1416	0,504	14,16	1,783
No.	Ancaman				
T1	Persaingan antar objek wisata yang mempengaruhi daya tarik dan minat pengunjung	346	0,123	3,46	0,426
T2	Kerusakan lingkungan objek wisata akibat aktivitas manusia	342	0,122	3,42	0,416
T3	Layanan transportasi umum menuju objek wisata belum memadai	360	0,128	3,42	0,461
T4	Adanya perubahan situasi atau kondisi kehidupan masyarakat ke arah negatif	347	0,123	3,470	0,428
Total Ancaman		1395	0,496	28,11	1,731

Faktor Eksternal	Jumlah	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Total Faktor Eksternal	2811	1,000	28,11	3,514

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFE dan EFE, maka diperoleh skor untuk matriks EFE sebesar 3,574 sedangkan skor untuk matriks IFE sebesar 3,514. Dalam matriks IE (Internal-Eksternal), posisi objek wisata Lumban Bulbul menempati posisi sel bertumbuh dan membina (*Grow and Build*). Strategi yang dilakukan pada posisi ini adalah strategi intensif dan terpadu. Strategi ini dilakukan dengan pengembangan produk dan pengembangan pasar penjualan/penawaran.

Hasil selisih total skor IFE dan EFE diketahui bahwa objek wisata Lumban Bulbul berada pada kuadran I dengan titik (0,917;0,052) seperti pada Gambar 2.



Gambar 2 *Grand Matrix Strategy* Objek Wisata Lumban Bulbul

Posisi pada kuadran I memiliki arti bahwa objek wisata Lumban Bulbul berada pada posisi strategi pertumbuhan agresif. Kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Objek wisata Lumban Bulbul memiliki kekuatan serta peluang dalam proses pengelolaannya, sehingga peluang dapat digunakan untuk meningkatkan kekuatan pada objek wisata. Dengan kata lain, objek wisata Lumban Bulbul berada pada kondisi yang prima sehingga sangat memungkinkan untuk terus memperbesar pertumbuhan, meraih keuntungan secara maksimal, dan melakukan perluasan target pasar.

Berdasarkan hasil *Grand Matrix Strategy* pada Gambar 2, diketahui bahwa pengembangan objek wisata Lumban Bulbul lebih berfokus pada strategi SO (*Strength - Opportunity*) sebagai berikut.

1. SO1 Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi inovatif objek wisata Lumban Bulbul (S1, S2, O2, O3)
2. SO2 Menetapkan peran dan tanggung jawab antara Pemerintah Daerah dengan pihak pengelola terkait aturan kebijakan objek wisata (O1, O4)

3. SO3 Melakukan peningkatan kualitas dari fasilitas yang ditawarkan guna meningkatkan reputasi objek wisata (S2, S4)
4. SO4 Memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan peluang usaha (S4, S5, O1, O3).

Selanjutnya, keempat strategi yang diusulkan tersebut akan disusun prioritasnya berdasarkan nilai AS (*Attractive Score*). Nilai AS merupakan angka yang mengidentifikasi daya tarik relatif masing-masing strategi dalam setiap alternatif (Larisang & Kamil, 2021). Nilai AS yang diperoleh dikalikan dengan bobot yang dimiliki pada faktor IFE dan EFE untuk menghasilkan TAS (*Total Attractiveness Score*). Tabel 3 merupakan hasil pengolahan data alternatif strategi menggunakan metode QSPM.

Tabel 3 Hasil Pengolahan Data QSPM

Urutan Prioritas	Alternatif Strategi	Skor TAS
1	SO3 Melakukan peningkatan kualitas dari fasilitas yang ditawarkan guna meningkatkan reputasi objek wisata	7,302
2	SO1 Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi inovatif objek wisata Lumban Bulbul	7,224
3	SO2 Menetapkan peran dan tanggung jawab antara Pemerintah Daerah dengan pihak pengelola terkait aturan kebijakan objek wisata	6,964
4	SO4 Memberikan pelatihan kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan peluang usaha	6,752

Penentuan prioritas strategi pengembangan objek wisata Lumban Bulbul dilakukan berdasarkan nilai TAS (*Total Attractive Score*) tertinggi. Setelah melakukan hasil pengolahan data, maka dilakukan rekomendasi usulan strategi pengembangan objek wisata Lumban Bulbul.

1. SO3 Melakukan peningkatan kualitas dari fasilitas yang ditawarkan guna meningkatkan reputasi objek wisata.

Peningkatan kualitas fasilitas ini dapat dilakukan dengan memaksimalkan kebersihan dan perawatan atau pengawasan secara berkala. Pengecekan kelayakan fasilitas dapat dibuat dalam bentuk formulir pemeriksaan yang disediakan sesuai dengan standar (Marinda & Ardillah, 2019). Dalam pelaksanaannya, formulir pemeriksaan memuat kriteria yang harus dipenuhi oleh fasilitas, seperti kebersihan, keamanan, kelengkapan, fungsionalitas, dan kondisi umum. Hasil pemeriksaan memberikan informasi tentang kondisi fasilitas, mengidentifikasi area perbaikan atau peningkatan, serta memberikan rekomendasi tindakan yang diperlukan.

2. SO1 Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi inovatif objek wisata Lumban Bulbul.

Salah satu teknologi yang dapat digunakan adalah menerapkan sistem E-tourism.

Sistem informasi berupa situs web E-tourism dimanfaatkan untuk menyediakan layanan kepada konsumen melalui media yang mudah diakses dapat meningkatkan minat pengunjung

(Saniati et al., 2022; Purike et al., 2022). E-tourism dapat memberikan informasi tentang objek wisata Lumban Bulbul, seperti atraksi wisata, fasilitas, dan akomodasi. Dalam situs web E-tourism dapat memuat video singkat dari setiap atraksi wisata yang ditawarkan serta informasi jam operasi. Pada situs web dicantumkan peta lokasi objek wisata Lumban Bulbul, sehingga wisatawan dapat melihat rute perjalanan menuju objek wisata Lumban Bulbul serta rute antar atraksi wisata yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Lumban Bulbul merupakan objek wisata dengan bobot tertinggi dibandingkan dengan empat objek wisata lainnya (Museum TB Silalahi Center, Pantai Parparean II, Kaldera Toba, dan Bukit Gibeon). Dari analisis SWOT, diperoleh faktor internal dan eksternal serta alternatif strategi pengembangan objek wisata Lumban Bulbul. Dalam pemilihan strategi pengembangan yang tepat, hasil *grand matrix strategy* menunjukkan objek wisata Lumban Bulbul berada pada kuadran I dengan alternatif strategi SO. Berdasarkan hasil penilaian QSPM terdapat dua strategi yang menjadi prioritas untuk pengembangan objek wisata Lumban Bulbul, yaitu; (i) melakukan peningkatan kualitas terhadap fasilitas yang ditawarkan guna meningkatkan reputasi objek wisata; dan (ii) memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi inovatif objek wisata Lumban Bulbul.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan strategi pemasaran menggunakan metode swot dan qspm untuk meningkatkan penjualan beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61-67
- Annur, A. M., & Anwar, K. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada UMKM (Studi Usaha Jahit HANIMIST). *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 60-72.
- Hendrayana, I. G., & Mahendra, G. S. (2019). Perancangan Metode AHP-MOORA Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Paket Wisata.
- Hoiryah., & Bahri, S. (2019). Implementasi Metode AHP (Analitical Hierarchy Process) dalam Penentuan Tempat Wisata Agro (Studi Kasus di Kecamatan Pengantenan, Pamekasan, Madura). *TEKNOKOM*.
- Irianto., Sudarmin., & Adinsyah, G. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode Ahp Untuk Merekomendasikan Guru Berprestasi. *Journal Of Science And Social Research*, 5(2), 376-380.
- Jannah, N. F., Sugandi., & Althalets, F. (2018). Strategi Media Promosi dalam Meningkatkan Kunjungan Daya Tarik Wisata Rumah Ulin Arya. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Marinda, D., & Ardillah, Y. (2019). Implementasi Penerapan Sanitasi Tempat-tempat Umum Pada Rekreasi Benteng Kuto Besak Kota Palembang. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, 18(2), 89-97.
- Nggini, Y. H. (2019). Analisis Swot (Strength, Weaknes, Opportunity, Threats) Terhadap Kebijakan Pengembangan Pariwisata Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 3(1), 141-152.
- Parastiwi, F. D., & Farida, N. (2017). Pengaruh Daya Tarik Dan Word-of-Mouth Terhadap Kunjungan Ulang Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 68-76.
- Purike, E., Kurniasih, I. W., Wulandari, F. W., & Nirwani, A. (2022). Transaksi Digital Dan Perkembangan E-Tourism Di Indonesia. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(2), 12-19.
- Rahu, P. D. (2021). Kolaborasi Model Pentahelix dalam Pengembangan Desa Wisata Sei Gohong Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. *Journal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*, 10(1), 13-24.
- Saniati, S., Assuja, M. A., Neneng, N., Puspaningrum, A. S., & Sari, D. R. (2022). Implementasi E-Tourism sebagai Upaya Peningkatan Kegiatan Promosi Pariwisata. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2).
- Suwarso, W. A. (2021). Peran Masyarakat dalam Promosi Pariwisata Kota Singkawang.
- Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode swot dan qspm (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada d'gruz coffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11-24.
- Qoolbi, M. F., Praptono, B., & Hadi, R. M. (2021). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode QSPM (Studi Kasus: Idaman Busana Bandung).
- Widari, D. (2020). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoritis dan Empiris.
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi penelitian kualitatif dan kuantitatif di dalam penelitian agama. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat*, 4(1), 28-38.