

Silalahi II Village Development Strategy As A Tourism-Friendly Tourism Destination Post Pandemi Covid-19

Dina Yunita¹

¹Politeknik Pariwisata Medan

Correspondance : Dina Yunita

Email : dinayunita@poltekparmedan.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.36983/tehbmj.v2i2.366>

ABSTRACT

Dairi Regency Government through Dairi Regency Regent Decree No. 83/556/II/2022 stipulates the silalahi tourism village as a tourist village to be developed as part of the Toba Caldera UNESCO Global Geopark. Silalahi II tourism village and its surroundings are tourist attractions that can be developed by relying on the existing tourism potential. In addition to the enchanting natural charm, Silalahi II Tourism Village has traditional and cultural tourism owned by Raja Silahisabungan who has descendants of 8 clans, namely in the form of sites, local cultural wisdom which is held in the Marga People's Party every year and separate ceremonial events by the local community. The development of natural and cultural tourist attractions is carried out by paying attention to aspects of the beauty and quality of tourism as a post-covid-19 tourism trend. This research was conducted using descriptive qualitative method with SWOT strategy analysis.

Keywords : *Dairi, Tourism Village, Silalahi, Lake Toba*

Strategi Pengembangan Desa Silalahi II Sebagai Destinasi Wisata Ramah Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19

ABSTRAK

Pemerintah Kabupaten Dairi melalui SK Bupati Kabupaten Dairi No. 83/556/II/2022 menetapkan desa wisata silalahi sebagai desa wisata yang akan dikembangkan sebagai bagian dari Kaldera Toba UNESCO Global Geopark. Desa wisata silalahi II dan sekitarnya menjadi atraksi wisata menarik yang dapat dikembangkan dengan mengandalkan potensi wisata yang ada. Selain Pesona alam yang mempesona Desa Wisata Silalahi II memiliki Wisata adat dan budaya yang diwariskan oleh Raja Silahisabungan yang mempunyai keturunan 8 marga yakni berupa situs - situs Budaya, kearifan Budaya lokal yang dilaksanakan dalam Pesta Rakyat Marga di tiap Tahunnya dan acara seremonial tersendiri oleh masyarakat setempat. Pengembangan atraksi wisata alam dan budaya dilakukan dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan trend *quality tourism* sebagai trend wisata pasca pandemi covid-19. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan analisis strategi SWOT.

Kata Kunci : *Dairi, Desa Wisata, Silalahi, Danau Toba*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pengembangan kawasan wisata terus diupayakan melalui program

pemerintah mulai dari Kementerian Pariwisata sampai dengan pemerintah daerah. Pelaksanaan kebijakan di bidang pembangunan dan perintisan daya tarik wisata dan 10 (sepuluh) destinasi wisata

prioritas dalam rangka pertumbuhan destinasi pariwisata nasional dan pengembangan daerah serta peningkatan kualitas dan daya saing pariwisata sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 93 Tahun 2017 tentang Kementerian Pariwisata. Sepuluh destinasi prioritas tersebut adalah Borobudur, Mandalika, Labuhan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, Kepulauan Seribu, Kawasan Danau Toba, Wakatobi, Tanjung Lesung, Morotai, dan Tanjung Kelayang.

Menurut Siregar (2017) Dalam pengembangan kawasan pariwisata, Danau Toba merupakan salah satu dari 88 yang termasuk ke dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, sehingga menjadi prioritas dalam pembangunan kepariwisataan

Menurut data BPS (Badan Pusat Statistik) Tahun 2019 Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Danau Toba melalui lima pintu masuk internasional pada periode 2015 hingga 2018 hanya tumbuh sebesar 1%. Pada 2015, jumlah wisman yang berkunjung ke Danau Toba hanya sebanyak 229.288 orang Angka kunjungan wisman mencapai titik tertinggi pada 2017, yakni 270.292 orang. Namun, tahun berikutnya angka kunjungan wisman ke Danau Toba justru turun 14% menjadi 231.465 orang.

Desa Wisata Silalahi II melalui SK Bupati Kabupaten Dairi No. 83/556/II/2022 ditetapkan sebagai salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Dairi. Desa Wisata Silalahi II terletak di area danau toba, desa wisata silalahi memiliki pesona pesisir Pantai Danau Toba sepanjang 12 KM dengan 2 air terjun yakni air terjun Siringo dan air terjun Simartubi. Selain Pesona alam yang mempesona Desa Wisata Silalahi II memiliki Wisata adat dan budaya yang diwariskan oleh Raja Silahisabungan yang mempunyai keturunan 8 marga yakni berupa situs -

situs Budaya, kearifan Budaya lokal yang dilaksanakan dalam Pesta Rakyat Marga di tiap Tahunnya dan acara seremonial tersendiri oleh masyarakat setempat. Budaya ramah tamah dan kenyamanan pengunjung merupakan nilai tambah yang bisa kita temukan di Desa Silalahi II.

Sesuai arahan dari kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pengembangan desa wisata menjadi prioritas untuk dikembangkan dan di wujudkan terutama di kawasan destinasi prioritas salah satunya ialah desa wisata silalahi. Pandemi Covid-19 yang menyebabkan pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tahun 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Besar-besaran yang berisi tentang pembatasan sosial yang meliputi Peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan dan pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum. Kegiatan wisata yang termasuk kedalam fasilitas umum terpaksa dihentikan. Menurut I Dewa (2020) Tekanan pada industri pariwisata sangat terlihat pada penurunan yang besar dari kedatangan wisatawan mancanegara dengan pembatalan besar-besaran dan penurunan pemesanan. Penurunan bisnis pariwisata dan perjalanan berdampak pada usaha UMKM, dan terganggunya lapangan kerja.

Kawasan Danau toba yang merupakan kawasan pariwisata yang paling diandalkan di provinsi Sumatera Utara tentu juga merasakan dampak dari pandemi covid-19 ini. Menurut Merdeka. Com (3/06/2020) mengemukakan bahwa Penurunan kunjungan wisatawan asing ini juga terjadi di Sumatera Utara. Hingga April 2020, penurunan ini hampir mencapai seratus persen jika dibandingkan dengan bulan yang sama di tahun 2019 lalu, yaitu sebesar 99,92 persen. Pada bulan April 2019 tercatat 21.962 kunjungan wisatawan asing ke Sumut.

Pengelolaan desa wisata silalahi belum maksimal sehingga masih

membutuhkan banyak masukan dari beberapa pihak karena kawasan yang belum dikenal dan kesiapan menerima wisatawan masih belum dapat dipastikan oleh karena itu penulis mengambil judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Silalahi II Sebagai Destinasi Wisata Alam Ramah Wisatawan Pasca Pandemi Covid-19” untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, tantangan serta peluang yang masih dapat dikembangkan sebagai upaya meningkatkan kunjungan ke kawasan kaldera toba.

Identifikasi dan Rumusan Masalah

Kawasan desa wisata silalahi yang telah ditetapkan oleh kementerian Pariwisata sebagai salah satu desa wisata yang harus dikembangkan masih belum mendapat antusias yang luar biasa dari wisatawan baik wisatawan lokal maupun internasional karena banyaknya kendala yang dihadapi mulai dari kendala pembangunan, pembebasan lahan, ditambah dengan pandemi covid-19. Daya tarik yang ada belum diketahui pasti apakah sesuai dengan standar dan keinginan wisatawan. Sehingga dari identifikasi masalah tersebut peneliti merumuskan beberapa hal dibawah ini:

1. Apa saja potensi wisata yang ada di desa wisata silalahi II ?
2. Bagaimana analisa SWOT untuk membuat strategi pengembangan desa wisata silalahi II setelah masa pandemi agar lebih ramah wisatawan?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk Menganalisa SWOT dari objek wisata Desa wisata silalahi nomadic escape
2. Untuk mengetahui potensi yang masih dapat dikembangkan dari objek wisata Desa wisata silalahi nomadic escape

3. Untuk membantu memberikan rekomendasi kesiapan pelaku wisata atau pihak yang terlibat untuk menghadapi wisatawan pasca Pandemi Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Desa Wisata

Desa Wisata Menurut Putra dan Pitana (2010) yang dimaksud dengan desa wisata adalah “pengembangan desa menjadi destinasi wisata dengan sistem pengelolaan yang bersifat dari, oleh, dan untuk masyarakat”. Berdasarkan pendapat Zebua (dalam Sanjaya, 2018:92) menyatakan bahwa desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang mempunyai karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata dengan keunikan fisik maupun kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat sebagai daya tariknya.

Konsep pengembangan desa wisata Menurut I. Pitana (2009), pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung akan menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat, bisa dampak positif maupun negatif

Buku pedoman tentang Desa Wisata yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata (2019) menerangkan bahwa desa wisata adalah wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensinya. Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria :

- a. Memiliki potensi daya tarik wisata (Daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan/karya kreatif)
- b. Memiliki komunitas masyarakat
- c. Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata
- d. Memiliki kelembagaan pengelolaan

- e. Memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata
- f. Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan

Dalam pengembangan desa wisata, prinsip pengembangan produk desa wisata :

- a. Keaslian : atraksi yang ditawarkan adalah aktivitas asli yang terjadi pada masyarakat di desa tersebut
- b. Masyarakat setempat : merupakan tradisi yang dilakukan oleh masyarakat dan menjadi keseharian yang dilakukan oleh masyarakat
- c. Keterlibatan masyarakat : masyarakat terlibat secara aktif dalam aktivitas di desa wisata
- d. Sikap dan nilai : tetap menjaga nilai-nilai yang dianut masyarakat dan sesuai dengan nilai dan norma sehari-hari yang ada
- e. Konservasi dan daya dukung : tidak bersifat merusak baik dari segi fisik maupun sosial masyarakat dan sesuai dengan daya dukung desa dalam menampung wisatawan.

Analisis SWOT

Analisis strategis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk membentuk strategi (Rangkuti, 2015). Analisis SWOT dirancang untuk membentuk strategi jangka pendek atau jangka panjang untuk membantu membuat keputusan penting mengenai berbagai masalah. Keluaran akan dibentuk dalam model SWOT yang terdiri dari internal faktor (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Tabel 1. Analisis Strategi SWOT

Internal External	Strength (S) Tentukan faktor kekuatan Internal	Weakness (W) Tentukan faktor kelemahan

Opportunity (O) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi SO (Strength and Opportunity)	internal
		Strategi OW (Opportunity and Weakness)
Threat (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi ST (Strength and Threat)	Strategi TW (Threat and Weakness)

Sumber : Rangkuti (2015)

Pengelolaan Kepariwisata Di Masa Pasca Pandemi Covid-19

Myrza (2021) mengemukakan bahwa untuk mengurangi penyebaran pandemi covid-19, Pemerintah Indonesia mengeluarkan himbauan untuk jaga jarak dan jaga fisik dan menghimbau untuk *work from home* (WFH) diterapkan untuk seluruh warga Indonesia melalui Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar. Namun, tindakan ini mengakibatkan sektor pariwisata menjadi salah satu yang paling dirugikan, dan ini memiliki implikasi yang luar biasa untuk ekonomi di seluruh dunia: hingga saat ini, pariwisata mewakili 30% dari ekspor dunia jasa (US \$ 1,5 triliun) dan hingga 45% dari total ekspor jasa di negara berkembang. Pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan 22% kedatangan turis internasional selama tiga bulan pertama di tahun 2020. Di belakang angka untuk kuartal pertama tahun ini, UNWTO membuat tiga skenario berbeda, memperingatkan bahwa krisis dapat menyebabkan penurunan pendapatan tahunan di antaranya 60% - 80% tergantung pada kemudahan pembatasan perjalanan nantinya.

UNWTO (2020) menerbitkan *Covid-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package* dan membuat 3 pilar utama dalam membangun pariwisata kembali setelah masa pandemi yakni 1)

Pemulihan ekonomi (*Economic Recovery*), 2) Pemasaran dan Promosi (Marketing and promotion), 3) Penguatan kelembagaan (*institutional strengthening and building resilience*).

METODOLOGI

a. Pendekatan Penelitian

Metode Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kualitatif yakni penelitian yang membahas tujuan penelitian melalui berbagai teknik yang memungkinkan peneliti untuk memberikan interpretasi terhadap fenomena yang menjadi perhatian tanpa tergantung pada pengukuran numerik (Zikmund, *et al*, 2012) dikutip dari Sugiarto (2017).

Penelitian ini dilakukan dengan metode studi eksplorasi (*exploration study*) atau studi penjajakan dimaksudkan untuk memahami karakteristik fenomena atau masalah yang diteliti.

b. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan Desa Wisata Silalahi Kabupaten Dairi. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2022.

c. Sumber Data dan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Dimulai dari informan satu dan mendapatkan informan lain berdasarkan informan awal (Sugiyono : 2015). Sumber data ialah dari pengelola kawasan Desa wisata silalahi, yang terdiri dari :

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Dairi sebagai stakeholder penanggungjawab pengembangan desa wisata secara langsung
2. Kepala desa dan sekretaris desa sebagai pengelola kawasan desa wisata silalahi II

3. Masyarakat Pengelola Objek Wisata, penenun kain ulos di desa ulos serta masyarakat pengelola homestay dan area pertanian

d. Metode Pengumpulan Data

Metode Survei

Tersedia dua teknik pengumpulan data dalam metode survei, yaitu teknik wawancara dan teknik kuesioner Sugiarto (2017). Teknik wawancara dapat dilaksanakan melalui wawancara tatap muka, focus grup interview, wawancara melalui telepon ataupun wawancara melalui koneksi internet. Sedangkan teknik kuesioner dapat dilakukan secara personal atau dengan mengirimkan pertanyaan (kuesioner). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kedua metode diatas.

Metode Observasi

Menurut Sugiarto (2017) observasi adalah proses sistematis yang merekam pola perilaku aktual orang, benda, dan peristiwa yang terjadi. Dalam penelitian ini penulis mengadakan observasi dengan pengamatan langsung (*direct obseravtion*) yakni upaya langsung untuk mengamati dan merekam apa yang terjadi secara alami di objek wisata Desa wisata silalahi.

e. Metode analisis data

Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Analisis SWOT sebagai metode analisis data.

Analisis strategis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk membentuk strategi (Rangkuti, 2015). Analisis SWOT

dirancang untuk membentuk strategi jangka pendek atau jangka panjang untuk membantu membuat keputusan penting mengenai berbagai masalah. Keluaran akan dibentuk dalam model SWOT yang terdiri dari internal faktor (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman).

Tabel 2. Analisis Strategi SWOT

Internal External	Strength (S) Tentukan faktor kekuatan Internal	Weakness (W) Tentukan faktor kelemahan internal
Opportunity (O) Tentukan faktor peluang eksternal	Strategi SO (Strength and Opportunity)	Strategi OW (Opportunity and Weakness)
Threat (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	Strategi ST (Strength and Threat)	Strategi TW (Threat and Weakness)

Sumber : Rangkuti (2015)

Analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan alternatif yang mungkin untuk dikembangkan wisata nomaden di Desa wisata silalahi. Kombinasi komponen SWOT adalah strategi untuk mendukung pengembangan potensi destinasi pariwisata, untuk contoh: (1) Strategi SO: membentuk strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari kesempatan; (2) Strategi ST: membentuk strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencegah ancaman; (3) Strategi OW: untuk membentuk strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan kesempatan; (4) Strategi TW: untuk membentuk strategi yang meminimalkan kelemahan untuk mencegah ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Silalahi II merupakan salah satu desa yang berada di kawasan Danau Toba, terletak di Kecamatan Silahisabungan Kabupaten Dairi. Adapun motto dari desa ini yaitu “ Masyarakat Adil Sejahtera”. Jumlah penduduk ada sebanyak 1151 jiwa yang terdiri dari 276 kepala keluarga dan tersebar dalam 5 dusun. Desa Silalahi II terdiri dari 5 dusun yakni, Dusun Pariwisata, Dusun Silassang, Dusun Tanah Lapang, Dusun Huta Baru dan Dusun Sitio -tio. Dari buku Profil Desa (2019), jumlah penduduk paling banyak ada di dusun Tanah Lapang yaitu 64 kepala keluarga. Dusun Tanah Lapang secara letak geografis lebih dekat dengan pasar tradisional yang berada di desa Silalahi I, sehingga pemukiman penduduk lebih padat pada dusun tersebut. Pada dusun Pariwisata, 8 persebaran penduduk berdasarkan jumlah kepala keluarga ada sebanyak 59 kepala keluarga. Di dusun Pariwisata ini penduduk cenderung yang bermata pencaharian di sektor pariwisata, ada sebagai pedagang dan pengusaha penginapan. Pada dusun Sitio - tio hanya terdapat 36 kepala keluarga, hal ini disebabkan lokasi dusun tersebut jauh dari pusat pasar dan akses jalan menuju dusun tersebut belum diaspal sehingga susah dilalui kendaraan roda empat. Adapun batas - batas wilayah Desa Silalahi II adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Silalahi I.
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Danau Toba.
3. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sumbul.
4. Sebelah Barat berbatasan dengan hutan.

Mata pencaharian penduduk sebagai petani paling mendominasi, ada sebanyak 362 orang dan petani didesa ini rata - rata bertani bawang merah dan padi, sementara penduduk yang berprofesi sebagai pedagang sebanyak 214 orang dan penduduk yang

berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 104 orang. Mereka membuka usaha di pinggiran Danau Toba dengan mendirikan kios untuk berjualan makanan maupun cinderamata untuk wisatawan. Penduduk yang berprofesi sebagai nelayan 12 orang, nelayan didesa ini memanfaatkan Danau Toba sebagai lokasi menangkap ikan.

HASIL PENELITIAN

1. Potensi Desa Wisata Silalahi II

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Divisi Bagian Perencanaan Pengembangan Wilayah desa wisata silalahi II menjadi salah satu desa wisata yang layak dikembangkan namun masih terkendala dengan anggaran pemerintah yang hendak dialokasikan. Namun begitu potensi wisata yang sudah ada berpotensi besar untuk dikembangkan, terlebih lagi daerah desa wisata silalahi termasuk kedalam kawasan Silahisabungan Geosite Toba Caldera UNESCO Global Geopark yang juga dikelola oleh Badan Pengelola Otorita Danau Toba (BPODT) yang dibentuk langsung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Berikut adalah rincian atraksi wisata yang menjadi potensi wisata yang dapat dikembangkan di wilayah Desa Wisata Silalahi.

1.1 Potensi desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam

a. Batuan Metamorf (*Metamorf Stone*)

Batuan Metamorf berupa slate berumur 300 juta tahun (Permokarbon) yang tersingkap di bagian bawah dinding Kaldera Toba dan merupakan batuan besar tertua di seluruh kawasan Danau Toba.



Gambar 1. Batu Metamorf
Sumber : Penulis

Batuan dasar tersebut berasal dari pecahan Benua Gondawa yang terseret ke Sumatera Utara ketika kontinen India bergerak ke utara dan muncul ke permukaan akibat runtuhnya dinding kaldera paska letusan Supervulkano Toba. Tumpukan batu dipakai membangun sistem terasering untuk menahan erosi, mengumpulkan tanah dan mengatur tata air.

b. Area Pertanian dan Hasil Tanaman

Area pertanian yang terbentang luas menjadi pemandangan yang sangat menyejukkan dan memanjakan mata, hasil pertanian yang paling utama ialah bawang merah atau yang sering disebut masyarakat Sumatera Utara sebagai Bawang batak.



Gambar 2. Pemandangan Area Pertanian dan danau toba
Sumber : Penulis

Kegiatan bertani menjadi salah satu aktivitas wisata yang dapat ditawarkan ke wisatawan agar berminat mengunjungi desa wisata silalahi. Belajar menanam bawang atau memanen bawang bersama sampai dengan mengajari wisatawan proses menjemur bawang dan mensortir bawang.



Gambar 3. Proses Menjemur Bawang
Sumber : Penulis

c. Memancing di Danau Toba
Aktifitas nelayan dan memancing ikan masih dilakukan oleh masyarakat sekitar desa wisata silalahi II dan masih menjadi pendapatan utama selain pertanian.



Gambar 4. Aktifitas Memancing
Sumber : Penulis

1.2 Potensi desa wisata berbasis sumber daya budaya lokal dan kreatif

a. Tugu Silahisabungan

Tugu & Makam Raja Silahisabungan atau disingkat dengan TUMARAS diresmikan pada tanggal 23-27 November 1981 oleh seluruh Pomparan Raja Silahisabungan. Dari TUMARAS tidak jauh dari sana terdapat pula batu yang bertuliskan sumpah untuk keturunan Raja Silahisabungan yaitu “PODA SAGU SAGU MARLANGAN”. Berisikan makna yang kuat dan tidak boleh dilanggar.



Gambar 5. Tugu Silahisabungan
Sumber : Penulis

Monumen tugu ini dapat dijadikan sebagai objek wisata budaya tempat wisatawan mempelajari sejarah leluhur budaya batak terkhusus di daerah silalahi. Melihat langsung prosesi adat keturunan raja silalai melakukan ritual ziarah.

a. Aktifitas Tenun Ulos di Desa Ulos Silalahi

Di desa silalahi ini, banyak terdapat pengrajin ulos. Dimana ulos tersebut banyak dipesan oleh masyarakat di kabupaten lain, seperti Simalungun, Karo, dan lainnya. Termasuk ulos Pakpak dan Ulos Toba, penenun berasal dari masyarakat asli toba dan sudah menjadi mata pencaharian turun menurun dari

generasi ke generasi. Hasil tenunan ulos silalahi memiliki corak yang khas yang berbeda dari corak ulos di daerah lain di seputaran danau toba. warna yang dihasilkan juga sangat khas dan cocok dipakai oleh semua kalangan baik muda maupun tua.



Gambar 6. Penenun Ulos di Desa Ulos
Sumber : Penulis

Wisata tenun ulos dapat digalakkan dengan mempromosikan bahwa wisatawan juga dapat ikut belajar menenun selama beberapa hari agar menjadi bagian aktifitas wisata di desa silalahi ini. Hasil tenun desa silalahi ini juga dijual langsung di desa tersebut melalui beberapa gerai souvenir shop sehingga wisatawan dapat membeli langsung hasil tenun silalahi dan tenun silalahi menjadi suatu penciri khas yang disebut ulos silalahi.



Gambar 7. Ulos Silalahi di Gerai Rifeltian Ulos
Sumber : Penulis

Harga ulos ini berkisar antar Rp. 400.000.- sampai dengan Rp. 3.000.000.- tergantung dari benang yang digunakan, corak yang dihasilkan dan fungsi dari ulos itu sendiri. Ulos ini dapat di jahit kembali menjadi baju yang dikreasikan sesuai fashion style masa kini, agar dapat digunakan dan dipakai oleh selain masyarakat silalahi sendiri.

b. Tempat Pengelolaan Sampah

Pemerintahan desa wisata silalahi telah membuat Tempat Pengelolaan Sampah (TPS) dibantu oleh Kementerian pekerjaan umum dan perumahan rakyat. Namun TPS ini belum digunakan dengan baik karena pemerintahan desa masih bingung dalam penggunaannya. Bangunannya sudah ada namun belum pernah diberikan pelatihan untuk pengelolaan tempat tersebut. Padahal, tempat ini dapat dijadikan tempat pengelolaan sampah menjadi industri kreatif daur ulang yang kemudian dapat dijadikan souvenir khas desa silalahi.



Gambar 8. Tempat Pengelolaan Sampah Desa Silalahi II
Sumber : Penulis

2. Analisis SWOT

Setelah melakukan observasi langsung dan wawancara dengan pihak terkait dapat diketahui hal-hal sebagai berikut :

Tabel 3. Analisis SWOT Desa Silalahi

Strength (S)	Weakness (W)
1. Potensi wisata alam, budaya dan UMKM	1. Belum terdapat SDM yang paham mengenai pengembangan desa wisata
2. Beragam atraksi alam yang menarik	2. Keterbatasan anggaran pengembangan
3. Beragam atraksi budaya yang menarik	3. Masyarakat belum sepenuhnya sadar wisata
4. Pemandangan danau dan pertanian	4. Masih kurang informasi wisata
5. Sudah terdaftar sebagai desa wisata	5. Belum terdapat papan informasi
6. Masyarakat budaya	6. Tidak terdapat local guide di objek wisata budaya
7. Sudah terdapat Tempat Pengelolaan Sampah (TPS) untuk mendaur ulang limbah	
Opportunities (O)	Threat (T)
1. Kolaborasi dengan pemerintah pusat terutama mengenai pengembangan UMKM	1. Sustainability untuk alam silalahi
2. Kolaborasi dengan masyarakat untuk atraksi budaya baik untuk atraksi tenun dan atraksi budaya lainnya	2. Sustainability untuk budaya silalahi
3. Paket wisata untuk kegiatan di desa wisata silalahi	3. Quality tourism yang belum terkonsep
4. Atraksi tambahan yang dapat diarrange	

5. Kerjasama dengan tour and travel

Sumber : Penulis

Dari tabel analisa diatas dapat di formulasikan menjadi strategi yang dapat menjadi acuan untuk pengembangan desa wisata silalahi II :

Tabel 4. Analisis strategi Desa Wisata Silalahi II

SWOT	Pengembangan	Strategi Alternatif
SO	Pengembangan Atraksi	1. Atraksi wisata alam seperti bebatuan metamorf dapat dikembangkan dengan membuat story telling mengenai bebatuan tersebut dan diberikan kepada penyedia jasa perjalanan misalnya tour guide untuk kemudian dapat dipromosikan dan diceritakan kepada wisatawan 2. Atraksi wisata alam seperti pertanian dan memancing dapat melibatkan wisatawan dengan membuat paket tour explore wisata desa silalahi, pengelola desa wisata dapat bekerja sama dengan biro perjalanan wisata untuk mempromosikan

		paket wisata ini 3. Atraksi budaya seperti cerita sejarah Raja Silahisabungan dapat dibuat storytellingnya dan di publikasi di media-media promosi pariwisata untuk dapat menarik wisatawan 4. Atraksi budaya menenun Ulos juga dapat dikembangkan dengan membuat sentra ulos dengan aktivitas menenun yang dapat dilakukan juga oleh wisatawan 5. Pengembangan mengenai penjualan dan pengelolaan UMKM untuk Ulos ini pemerintah desa dapat mengajukan diri untuk diikutsertakan dalam pelatihan-pelatihan UMKM yang diselenggarakan pemerintah pusat dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 6. Terdapat spot foto yang menarik di beberapa area terutama pada saat sunrise di pagi hari, spot			foto ini dipromosikan melalui media agar menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung 7. Selain atraksi wisata yang sudah ada masyarakat sebagai pengelola juga tentunya dapat menambah atraksi lainnya misalnya belajar menari batak, bernyanyi dan mempelajari bahasa batak.
	ST	Pengembangan <i>sustainable</i> dan <i>quality tourism</i>			1. Pengembangan atraksi wisata alam dapat dilakukan dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan konsep <i>quality tourism</i> bagi alam sekitar desa wisata silalahi 2. Sudah terdapat TPS untuk kemudian dapat dijadikan pusat pengelolaan limbah sesuai kaidah keberlanjutan
	WO	Pengembangan Produk Wisata			1. Kolaborasi dengan pemerintah terutama pemerintah pusat dalam hal ini kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dengan mengikutsertakan

		pengelola desa wisata untuk mempelajari cara untuk mengelola suatu desa wisata 2. Mensosialisasikan program desa wisata yang sedang dikembangkan kepada masyarakat dan mengajak masyarakat untuk ikut andil didalamnya tentu lama kelamaan akan menimbulkan kesadaran masyarakat terhadap pengembangan wisata di desa 3. Pelatihan untuk pramuwisata lokal perlu dilakukan oleh pemerintah daerah kabupaten dairi melalui dinas pariwisata nya agar objek wisata yang ada memiliki local guide yang mampu menceritakan sejarah dan budaya setempat. 4. Papan informasi wisata dapat dibuat dengan kerjasama multi stakeholder misalnya memanfaatkan kegiatan pengabdian kepada			masyarakat oleh Sekolah Tinggi atau Universitas 5. Keterbatasan anggaran pembangunan dapat diatasi dengan membentuk koperasi dan kerjasama dengan pihak pemerintah juga swasta. 6. Paket wisata yang dibuat oleh biro perjalanan wisata dapat menambah publikasi informasi wisata desa silalahi
	WT	Penambahan atraksi dan pembudidayaan			1. Atraksi memancing dan budidaya ikan yang ada di danau masih dilakukan oleh masyarakat, ini dapat dijadikan atraksi tambahan untuk kemudian dapat dijual kepada wisatawan 2. Atraksi budaya menari di sanggar menyanyi di lapo juga dapat dijadikan suatu event dan dipromosikan

Sumber : Peneliti

PEMBAHASAN

Atraksi desa wisata silalahi sangat berpotensi untuk dikembangkan berdasarkan hasil analisa SWOT diatas maka perlu dilakukan pembinaan terhadap masyarakat mengenai sadar wisata dan pengelolaan desa wisata dengan konsep berkelanjutan serta *quality tourism* sesuai

trend wisata pasca pandemi covid-19. Budaya yang masih sangat melekat di masyarakat juga dapat dikembangkan dengan memberikan pelatihan kepada masyarakat dan memberdayakan kembali sanggar-sanggar tari yang ada.

Produk wisata berupa paket wisata desa silalahi II dapat dibuat sesuai kebutuhan tour operator sehingga dibutuhkan masukan dari pada tour and travel yang ada di sumatera utara. Penulis juga mencoba mengemas paket wisata yang diberi nama *Explore Silalahi*.



Gambar 9. Program Wisata yang direkomendasikan
Sumber : Peneliti

Deskripsi Program Paket Wisata selama dua hari 1 malam yakni sebagai berikut:

Hari 1 :

Wisatawan akan dijemput dan dibawa langsung ke homestay disambut dengan tarian tor-tor khas suku batak, kemudian diberikan welcome drink dan dipersilahkan beristirahat sebentar. Selanjutnya wisatawan akan diajak untuk menuju ke ladang pertanian bawang untuk belajar pembibitan, menanam, merawat hingga memanen bawang dan mengolah bawang hingga siap untuk dijual. Setelah melakukan kegiatan yang cukup panjang

wisatawan diajak kembali ke homestay dan bersih-bersih. Pada sore harinya wisatawan diajak untuk ikut memasak makanan khas batak yakni natinombur atau masakan lainnya dan kemudian makan malam. Setelah makan malam wisatawan akan diajak ke lapo untuk bernyanyi bersama.

Hari 2 :

Wisatawan akan diajak menuju danau untuk memancing di pagi hari sambil menikmati sunrise bersama masyarakat nelayan langsung, setelah itu diajak menuju kerumah bolon untuk belajar menenun ulos khas silalahi dan apabila wisatawan ingin membeli ulos dapat dibeli langsung dari penenun. Selanjutnya kembali ke homestay untuk makan siang dan checkout homestay sebelum kembali wisatawan akan diajak menuju kawasan daur ulang untuk mempelajari daur ulang limbah bawang menjadi pupuk atau produk lainnya dan singgah ke tugu silahi sabungan untuk mengunjungi objek wisata budaya. Selanjutnya wisatawan akan kembali ke daerah masing-masing.

Implementasi paket wisata ini harus dikembangkan dan dikelola dengan baik, sehingga akan memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek. Dampak yang didapat adalah:

a. Dampak terhadap Aspek Ekonomi

Pada awalnya petani hanya menghasilkan uang dengan menjual hasil pertaniannya, tetapi setelah adanya program wisata ini akan memberikan pendapatan melalui *Guide Fee* dan biaya aktivitas dan menciptakan beberapa pekerjaan baru yang lebih variatif berkaitan dengan wisata seperti *local tour guide*, jasa parkir, penyedia jasa angkutan dan lain sebagainya

b. Dampak terhadap Aspek Sosial & Budaya

Dampak pengembangan paket wisata ini bagi desa wisata silalahi adalah adanya kebiasaan membantu sesama petani untuk

mengelola perkebunan bawang. Kegiatan ini biasa disebut dengan *marsiruppa*. Tentunya ini sangat berdampak positif terhadap nilai kemanusiaan khususnya toleransi antar sesama.

c. Dampak terhadap Aspek Lingkungan & Pariwisata Berkelanjutan

Dengan memanfaatkan limbah kulit dan daun bawang merah, tentunya akan memberikan dampak yang sangat luar biasa pada ekosistem karena limbah kulit bawang tersebut bisa dijadikan sebagai pupuk organik, yang akan dijadikan sebagai pupuk tanaman bawang merah yang ramah lingkungan.

Dampak-dampak di atas membuktikan bahwasannya dengan menciptakan program wisata dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap berbagai aspek yang ada, khususnya pada era *new normal*. Era yang menuntut semua industri untuk berbenah diri pasca pandemik seperti industri kepariwisataan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian diatas maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Desa wisata silalahi II dan sekitarnya menjadi atraksi wisata menarik yang dapat dikembangkan dengan mengandalkan potensi wisata yang ada
2. Pemerintah dapat memberikan pelatihan kepada masyarakat agar dapat mengembangkan atraksi budaya menenun dan memberikan pengetahuan manajerial untuk mengelola desa tenun
3. Pengembangan atraksi wisata alam masih dapat dilakukan Dengan memperhatikan aspek keberlanjutan dan konsep *quality tourism* sebagai trend wisata pasca pandemi dan memberikan rasa aman kepada wisatawan juga bagi alam sekitar

desa wisata silalahi

4. Dengan berkolaborasi antar pemerintah, masyarakat dan pihak tour and travel atraksi di desa wisata silalahi dapat dijadikan suatu produk paket wisata yang dapat dipromosikan
5. Memancing dan budidaya ikan yang terdapat di desa wisata silalahi dapat dijadikan atraksi bagi masyarakat dengan memperhatikan aspek keberlanjutan.
6. Dengan pengembangan paket wisata desa silalahi maka dapat memulihkan ekonomi (*economic recovery*) masyarakat pasca pandemi Pembangunan pariwisata kembali setelah masa pandemi, Pemasaran dan Promosi (Marketing and promotion) paket wisata ini akan meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa silalahi, dan kolaborasi yang dilakukan masyarakat, pemerintah desa hingga pusat dan pihak swasta akan menguatkan kelembagaan (*institutional strengthening and building resilience*) pengelolaan desa wisata silalahi II.

Saran

Berikut beberapa saran yang kami berikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku pariwisata dan tour operator di desa wisata silalahi:

1. Pemerintah sebaiknya fokus kepada pengembangan infrastruktur dan atraksi wisata yang ada di desa wisata silalahi II
2. Masyarakat harus lebih terbuka kepada pengembangan dan mau belajar mengenai pengelolaan desa wisata
3. Tour operator sebaiknya lebih banyak membuat paket wisata menuju desa wisata silalahi II agar lebih banyak dikenal oleh wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. (2007). *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Andi.Sugiarto.(2017).*Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta:ANDI

- Boheji, M. (2020). *Planning Competency in the New Normal– Employability Competency in Post- COVID-19 Pandemic*, 10, 240.
- Wirata, Gratia L. dkk. (2021). *SWOT Analysis Nomadic Tourism as Millennial Friendly Natural Tourist Destination Development Strategy*.
- Pitana, I. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I. G., dan Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Pitana, I. G., dan Putu, G. (2009). *Sosiologi Pariwisata*. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta.
- Putra, I Nyoman Darma dan I Gde Pitana. (2010). *Pariwisata Pro-Rakyat Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Sanjaya, Rindo Bagus. 2018. "Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kemetul, Kabupaten Semarang", JUMPA, Vol. 5, No. 1, pp. 91-110.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- UNWTO. (2020). *Covid-19 Tourism Recovery*
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan
- Kemenpar. (2018). *Nomadic Tourism*. Jakarta : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
- Kemenpar. (2019). *Panduan Teknis Pengembangan Pariwisata Nomadic*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Badan Pusat Statistik (BPS). *Data Kunjungan Wisatawan menuju Danau Toba* tahun 2015.2018.2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/17/kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-danau-toba-hanya-naik-tipis>. Diakses 19 November 2020