



Strategi Pengembangan Air Terjun Siboruon sebagai Daya Tarik Wisata Melalui Analisis SWOT di Desa Siboruon Kecamatan Balige Kabupaten Toba

Mariska Sihite¹, Robert Tua Juni Sitio², Elvri Teresia Simbolon³, Mery Silalahi⁴, Masniar Hernawati Sitorus⁵

¹Mahasiswa, Pariwisata Budaya dan Keagamaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Kristen, IAKN Tarutung

^{2,3,4,5}Dosen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Kristen, IAKN Tarutung

*correspondence: joelfgultom@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi dan kondisi Air Terjun Siboruon berdasarkan komponen *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities*, dan *Ancillary* (4A), serta merumuskan strategi pengembangannya sebagai daya tarik wisata di Desa Siboruon, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan lembar penilaian SWOT dengan melibatkan pemerintah desa, pengelola wisata, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), masyarakat, dan wisatawan. Analisis dilakukan menggunakan kerangka 4A serta SWOT melalui identifikasi faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attraction* merupakan kekuatan utama Air Terjun Siboruon, ditandai air terjun berketinggian sekitar 114 meter, panorama pegunungan, kejernihan air, lingkungan alami, serta cerita lokal yang berpotensi memperkaya pengalaman wisata. Namun, aspek aksesibilitas, fasilitas dasar, promosi, dan kapasitas kelembagaan masih membutuhkan penguatan. Dimensi *ancillary* menjadi aspek strategis terutama dalam peningkatan kapasitas Pokdarwis, pelayanan, koordinasi, dan pengelolaan destinasi. Analisis SWOT menempatkan strategi *Strength-Opportunity* (SO) sebagai prioritas melalui promosi digital, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penguatan Pokdarwis, kolaborasi pemangku kepentingan, dan pariwisata berbasis masyarakat. Penelitian menghasilkan kerangka *4A-Based Sustainable Destination Development* yang mengintegrasikan kesiapan destinasi, penguatan kelembagaan, partisipasi masyarakat, daya saing, dan keberlanjutan. Pengembangan Siboruon perlu mengutamakan keseimbangan antara manfaat ekonomi, kualitas pengalaman wisatawan, pemberdayaan masyarakat, dan konservasi lingkungan.

Kata kunci: Air Terjun Siboruon, 4A. analisis SWOT, pariwisata berbasis masyarakat; daya saing destinasi; pariwisata berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Pariwisata alam semakin strategis dalam pembangunan destinasi karena mampu mengintegrasikan pemanfaatan sumber daya lingkungan, penciptaan pengalaman wisata, dan pengembangan ekonomi masyarakat lokal. Dalam perspektif pembangunan berkelanjutan, keberhasilan destinasi tidak cukup diukur berdasarkan pertumbuhan kunjungan, tetapi juga kemampuannya mempertahankan kualitas lingkungan, menciptakan manfaat bagi masyarakat, dan membangun tata kelola yang berkelanjutan. UNWTO dan UNEP (2005) menekankan bahwa keberlanjutan pariwisata membutuhkan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan. Oleh karena itu, pengembangan destinasi alam membutuhkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada eksploitasi daya tarik, tetapi juga pada konservasi dan keterlibatan masyarakat. Daya saing destinasi pada dasarnya terbentuk melalui kombinasi sumber daya inti dan faktor pendukung. Ritchie dan Crouch (2003) menjelaskan bahwa kekayaan sumber daya destinasi belum secara otomatis menghasilkan keunggulan kompetitif tanpa pengelolaan yang efektif. Demikian pula, Dwyer dan Kim (2003) menegaskan bahwa daya saing pariwisata merupakan hasil interaksi antara sumber daya, kondisi situasional, manajemen destinasi, dan faktor permintaan. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa keindahan alam merupakan modal awal, sedangkan kualitas akses, fasilitas, pelayanan, kelembagaan, dan pemasaran menentukan kemampuan destinasi mengubah modal tersebut menjadi pengalaman wisata yang kompetitif.

Kerangka tersebut relevan bagi Air Terjun Siboruon di Desa Siboruon, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba. Destinasi ini merupakan bagian dari kekayaan wisata alam Kabupaten Toba dalam kawasan Danau Toba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Air Terjun Siboruon memiliki ketinggian sekitar 114 meter, sumber air pegunungan, udara sejuk, panorama alami, serta lingkungan yang relatif terjaga. Selain karakter alam, destinasi juga memiliki cerita dan legenda masyarakat setempat yang berpotensi dikembangkan sebagai unsur interpretasi budaya sehingga pengalaman wisata tidak berhenti pada konsumsi panorama. Namun demikian, kekuatan atraksi tersebut belum diimbangi dengan komponen pendukung yang memadai. Penelitian menemukan keterbatasan fasilitas, akses jalan yang masih membutuhkan peningkatan, promosi digital yang belum maksimal, serta kelembagaan pengelola yang perlu diperkuat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara *resource attractiveness* dan *destination readiness*. Dalam perspektif Buhalis (2000), keberhasilan destinasi bergantung pada keterpaduan berbagai komponen produk wisata, bukan hanya atraksi. Kerangka 4A, *Attraction, Accessibility, Amenities*, dan *Ancillary*, karena itu relevan untuk mengevaluasi kesiapan Air Terjun Siboruon sebagai sebuah destinasi.

Pada dimensi *attraction*, Air Terjun Siboruon memiliki keunggulan berupa panorama, kejernihan air, ketinggian air terjun, dan lingkungan alami. Potensi tersebut dapat dikembangkan untuk fotografi alam, rekreasi, dan pendidikan lingkungan. Namun, *accessibility* masih menghadapi kondisi jalan menanjak dan berkelok sehingga aspek kenyamanan dan keamanan perjalanan memerlukan perhatian. Sementara itu, *amenities* berupa area parkir, tempat istirahat, papan informasi, dan fasilitas kebersihan juga masih membutuhkan pengembangan. Persoalan yang lebih mendasar ditemukan pada aspek *ancillary*, khususnya kapasitas kelembagaan, pelayanan, promosi, koordinasi, dan pengembangan sumber daya manusia. Pokdarwis telah berperan dalam pelayanan wisata, pemeliharaan kawasan, dan pelibatan masyarakat, tetapi kapasitas organisasinya

masih perlu diperkuat. Temuan ini penting karena keberlanjutan destinasi sangat bergantung pada aktor yang mengelolanya. Murphy (1985) menempatkan masyarakat sebagai bagian integral dari sistem pariwisata, sedangkan Okazaki (2008) menunjukkan bahwa *community-based tourism* memerlukan partisipasi masyarakat dan penguatan kapasitas komunitas agar manfaat pembangunan tidak terlepas dari kepentingan lokal. Keterlibatan masyarakat menjadi semakin penting pada destinasi alam berskala lokal. Scheyvens (1999) menekankan bahwa pariwisata dapat menghasilkan pemberdayaan ekonomi, sosial, psikologis, dan politik ketika komunitas memiliki kesempatan memperoleh manfaat sekaligus berpartisipasi dalam pengelolaan. Pada Air Terjun Siboruon, peluang tersebut dapat dikembangkan melalui kuliner lokal, jasa wisata, produk khas, pemanduan, dan keterlibatan masyarakat dalam konservasi lingkungan. Naskah penelitian juga secara eksplisit menempatkan partisipasi masyarakat dan pengembangan ekonomi kreatif sebagai arah penguatan *community-based tourism*.

Di sisi lain, perkembangan teknologi telah mengubah mekanisme pembentukan citra dan pilihan destinasi. Xiang dan Gretzel (2010) menunjukkan bahwa media sosial menjadi bagian penting dalam pencarian informasi perjalanan, sementara Leung et al. (2013) memperlihatkan semakin besarnya pengaruh media sosial dalam pemasaran pariwisata. Kondisi tersebut relevan karena promosi digital Air Terjun Siboruon masih belum optimal. Padahal, panorama air terjun, cerita budaya, kehidupan masyarakat, dan aktivitas wisata memiliki potensi besar dikemas sebagai *destination storytelling* melalui *Instagram*, *TikTok*, dan *platform* digital lainnya, sebagaimana kebutuhan yang juga diidentifikasi dalam naskah penelitian. Sejumlah penelitian Indonesia telah menggunakan SWOT dalam pengembangan destinasi air terjun, antara lain Jatiningsih (2017), Tumengkol et al. (2022), Kristiana et al. (2024), Mubarak et al. (2024), dan Tue et al. (2025). Referensi-referensi tersebut juga tercantum dalam basis literatur penelitian ini. Namun, kajian ini memiliki ruang pengembangan dengan mengintegrasikan diagnosis 4A dan SWOT dengan perspektif keberlanjutan, penguatan kelembagaan, serta *community-based tourism* dalam konteks Air Terjun Siboruon.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis potensi dan permasalahan Air Terjun Siboruon berdasarkan komponen *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities*, dan *Ancillary*, serta merumuskan strategi pengembangannya melalui analisis SWOT. Kebaruan artikel diarahkan pada kerangka *4A-Based Sustainable Destination Development*. Dengan kerangka tersebut, pengembangan Air Terjun Siboruon tidak diarahkan semata-mata untuk meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi untuk membangun destinasi alam yang kompetitif, berbasis masyarakat, memiliki kelembagaan yang kuat, dan tetap mempertahankan integritas lingkungan sebagai sumber daya utamanya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis kondisi aktual serta merumuskan strategi pengembangan Air Terjun Siboruon sebagai daya tarik wisata di Desa Siboruon, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memperoleh pemahaman kontekstual mengenai potensi destinasi, permasalahan pengembangan, kondisi fasilitas, aksesibilitas, kelembagaan, serta keterlibatan masyarakat. Penggunaan metode deskriptif memungkinkan data lapangan disajikan secara sistematis sebelum dianalisis melalui

kerangka 4A dan SWOT. Pendekatan ini sejalan dengan karakter penelitian kualitatif yang menekankan pemahaman terhadap fenomena berdasarkan kondisi alamiah objek penelitian (Sugiyono, 2016). Lokasi penelitian secara khusus difokuskan pada kawasan Air Terjun Siboruon, Desa Siboruon, Kecamatan Balige, Kabupaten Toba.

Data penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan lembar penilaian SWOT. Observasi dilakukan secara langsung terhadap kondisi daya tarik alam, akses menuju lokasi, fasilitas pendukung, kondisi lingkungan, dan aktivitas pengelolaan destinasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi mengenai potensi, permasalahan, pengelolaan, pelayanan wisata, promosi, dan kebutuhan pengembangan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara melalui catatan serta dokumentasi kondisi destinasi. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai objek penelitian (Rachmawati, 2007; Putri & Murhayati, 2025). Informan penelitian terdiri atas pemerintah desa, pengelola wisata, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), masyarakat, dan wisatawan, sebagaimana ditetapkan dalam desain penelitian.

Analisis dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama menggunakan kerangka 4A, yaitu *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities*, dan *Ancillary* digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan daya tarik alam dan budaya; *Accessibility* menganalisis kemudahan dan keamanan menuju destinasi; *Amenities* mengevaluasi ketersediaan fasilitas pendukung; sedangkan *Ancillary* menganalisis kelembagaan, pelayanan, promosi, koordinasi, dan dukungan pemangku kepentingan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dimensi *ancillary* memiliki posisi penting karena mencakup kapasitas Pokdarwis dan konsistensi pengelolaan destinasi.

Tahap kedua menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal berupa *strengths* dan *weaknesses* serta faktor eksternal berupa *opportunities* dan *threats* (Rangkuti, 2009). Faktor-faktor tersebut kemudian dianalisis melalui matriks IFAS dan EFAS untuk menentukan posisi dan alternatif strategi pengembangan. Strategi selanjutnya dirumuskan melalui kombinasi SO, WO, ST, dan WT, dengan memberikan perhatian pada kesesuaian antara potensi alam-budaya, kebutuhan peningkatan fasilitas dan akses, kapasitas kelembagaan, promosi, serta partisipasi masyarakat. Prosedur ini menghasilkan strategi pengembangan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan daya tarik, tetapi juga pada penguatan kelembagaan, pemberdayaan masyarakat, daya saing destinasi, dan keberlanjutan lingkungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Air Terjun Siboruon memiliki modal dasar yang kuat untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alam di Kabupaten Toba. Kekuatan utamanya terletak pada karakter lingkungan yang masih relatif alami, panorama pegunungan, udara sejuk, kejernihan air, serta air terjun dengan ketinggian sekitar 114 meter. Kondisi tersebut menciptakan pengalaman visual dan suasana alami yang menjadi pembeda Air Terjun Siboruon dibandingkan daya tarik wisata lainnya. Dalam perspektif daya saing destinasi, keberadaan sumber daya alam merupakan *core resources* yang dapat menjadi dasar pembentukan keunggulan destinasi (Ritchie & Crouch, 2003). Namun, keunggulan sumber daya tidak secara otomatis menghasilkan destinasi kompetitif. Dwyer dan Kim (2003) menegaskan bahwa sumber daya yang dimiliki destinasi

harus didukung manajemen, infrastruktur, pelayanan, dan kondisi pendukung lainnya. Temuan di Siboruon memperlihatkan situasi serupa: kekuatan atraksinya tinggi, tetapi kesiapan destinasi secara keseluruhan masih membutuhkan pengembangan.

Selain sumber daya alam, penelitian menemukan adanya cerita dan legenda masyarakat lokal yang dapat menjadi bagian dari pengalaman wisata. Unsur ini penting karena memberikan peluang untuk mengembangkan Siboruon bukan sekadar sebagai lokasi untuk melihat air terjun, melainkan sebagai destinasi yang mengintegrasikan alam dan budaya melalui *storytelling*. Dengan demikian, pengalaman wisata dapat bergerak dari sekadar *seeing* menuju *seeing, experiencing, and understanding*.

Attraction: Kekuatan Utama Destinasi

Analisis komponen 4A menunjukkan bahwa attraction merupakan salah satu kekuatan terbesar Air Terjun Siboruon. Daya tarik tersebut terdiri atas panorama alam, kejernihan air, ketinggian air terjun, dan lingkungan yang masih alami. Penelitian juga mengidentifikasi peluang pengembangan aktivitas seperti fotografi alam, wisata edukasi lingkungan, dan rekreasi keluarga. Temuan tersebut menunjukkan bahwa produk wisata Siboruon sebenarnya dapat didiversifikasi tanpa harus membangun atraksi buatan yang berlebihan. Keaslian lingkungan justru merupakan nilai utama yang perlu dipertahankan. Prinsip ini sejalan dengan gagasan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang menempatkan kualitas sumber daya lingkungan sebagai basis keberlanjutan aktivitas wisata (UNWTO & UNEP, 2005). Konsekuensinya, pengembangan atraksi perlu menggunakan prinsip *low-impact tourism development*. Pembangunan fasilitas tidak boleh mengurangi karakter alami kawasan. Kebersihan, pengaturan aktivitas wisatawan, perlindungan vegetasi, dan pengendalian sampah harus menjadi bagian integral pengelolaan. Naskah penelitian sendiri menekankan bahwa pemanfaatan sumber daya alam harus dilakukan tanpa menyebabkan kerusakan kawasan.

Accessibility: Antara Keterjangkauan dan Kenyamanan Perjalanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Air Terjun Siboruon telah dapat dicapai menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat. Namun, kondisi jalan yang menanjak dan berkelok masih menjadi tantangan bagi kenyamanan dan keamanan wisatawan. Penelitian karena itu mengidentifikasi perbaikan kondisi jalan, papan petunjuk arah, dan peningkatan keamanan jalur sebagai kebutuhan pengembangan. Aksesibilitas mempunyai posisi strategis karena kualitas atraksi tidak memberikan manfaat optimal apabila wisatawan mengalami kesulitan mencapai destinasi. Dalam kerangka daya saing destinasi, infrastruktur dan akses merupakan faktor pendukung yang memengaruhi kemampuan sumber daya inti menghasilkan pengalaman wisata yang berkualitas (Ritchie & Crouch, 2003; Dwyer & Kim, 2003). Namun, peningkatan akses tidak harus dimaknai sebagai pembangunan masif. Pada destinasi berbasis alam, intervensi terhadap infrastruktur perlu disesuaikan dengan karakter lanskap. Prioritas dapat diarahkan pada keselamatan jalan, penunjuk arah yang jelas, informasi jarak dan kondisi medan, titik pengamanan, serta pengelolaan parkir. Pendekatan tersebut memungkinkan akses diperbaiki tanpa mengurangi karakter alami kawasan.

Amenities: Kesenjangan antara Daya Tarik dan Kenyamanan

Dimensi *amenities* menunjukkan kelemahan yang cukup jelas. Beberapa fasilitas dasar seperti area parkir, tempat istirahat, papan informasi, dan fasilitas kebersihan masih membutuhkan peningkatan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman wisata tidak hanya dibentuk oleh keindahan air terjun, tetapi juga oleh kondisi yang dialami wisatawan sebelum, selama, dan setelah menikmati atraksi. Fasilitas dasar perlu dikembangkan berdasarkan prinsip kebutuhan dan kesesuaian lingkungan. Misalnya, tempat istirahat dapat menggunakan desain yang menyatu dengan lanskap; papan informasi dapat sekaligus berfungsi sebagai media interpretasi lingkungan dan budaya; sedangkan fasilitas kebersihan harus dirancang untuk mencegah pencemaran kawasan. Dengan demikian, strategi *amenities* yang tepat bukan “semakin banyak fasilitas semakin baik”, tetapi “fasilitas yang cukup, fungsional, aman, dan sesuai dengan daya dukung lingkungan.” Pendekatan tersebut penting agar peningkatan kenyamanan tidak menghilangkan autentisitas alam yang justru menjadi kekuatan utama Siboruon.

Ancillary: Titik Kritis Pengembangan Air Terjun Siboruon

Temuan paling penting dalam penelitian adalah posisi *ancillary* sebagai aspek prioritas pengembangan. Dimensi ini mencakup kelembagaan, pelayanan wisata, promosi, koordinasi, dan dukungan para pemangku kepentingan. Pokdarwis telah berperan dalam pelayanan wisata, pemeliharaan kawasan, dan keterlibatan masyarakat, tetapi kapasitas organisasinya masih membutuhkan penguatan. Temuan tersebut memberikan makna penting: persoalan utama Siboruon bukan kekurangan sumber daya wisata, tetapi kapasitas untuk mengelola sumber daya tersebut secara konsisten. Artinya, investasi pada kelembagaan dapat memiliki dampak yang sama pentingnya dengan investasi fisik. Penguatan Pokdarwis perlu diarahkan pada pembagian tugas yang jelas, perencanaan program, pelayanan pengunjung, pemeliharaan fasilitas, promosi digital, pengelolaan kebersihan, dan koordinasi dengan pemerintah. Naskah penelitian juga menegaskan bahwa Pokdarwis membutuhkan program kerja berkelanjutan agar pengelolaan tidak hanya berlangsung pada kegiatan tertentu.

Dalam perspektif *community-based tourism*, kondisi tersebut relevan dengan Okazaki (2008), yang menekankan pentingnya partisipasi sekaligus peningkatan kapasitas komunitas. Masyarakat tidak cukup hanya “dilibatkan”, tetapi harus memiliki kompetensi dan ruang dalam pengelolaan destinasi.

Community-Based Tourism dan Distribusi Manfaat Ekonomi

Keterlibatan masyarakat merupakan peluang strategis lain dalam pengembangan Siboruon. Penelitian merekomendasikan keterlibatan masyarakat dalam menjaga kebersihan, keamanan, dan kelestarian lingkungan sekaligus mengembangkan kuliner lokal, jasa wisata, dan produk khas daerah. Temuan tersebut dapat dikaitkan dengan konsep pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata. Scheyvens (1999) menjelaskan bahwa pariwisata dapat menghasilkan pemberdayaan ekonomi ketika masyarakat memperoleh kesempatan yang nyata untuk mendapatkan manfaat dari aktivitas wisata. Namun, manfaat tersebut perlu dibarengi dengan pemberdayaan sosial dan peningkatan kapasitas agar komunitas tidak hanya menjadi tenaga pendukung. Hubungan tersebut penting karena masyarakat yang memperoleh manfaat nyata dari pariwisata memiliki alasan ekonomi sekaligus sosial untuk ikut mempertahankan kualitas destinasi.

Promosi Digital: Mengubah Keindahan Menjadi Visibilitas Destinasi

Penelitian menemukan bahwa promosi merupakan salah satu aspek yang belum optimal. Pengelola direkomendasikan menggunakan *Instagram*, *TikTok*, dan *platform* informasi wisata lainnya serta tidak hanya menampilkan panorama, tetapi juga mengangkat cerita budaya, kehidupan masyarakat, dan pengalaman yang dapat dilakukan wisatawan. Temuan tersebut sejalan dengan Xiang dan Gretzel (2010), yang menunjukkan pentingnya media sosial dalam proses pencarian informasi perjalanan, serta Leung et al. (2013), yang menempatkan media sosial sebagai instrumen penting dalam pemasaran pariwisata. Strategi promosi Siboruon karena itu perlu bergeser dari *destination advertising* menuju *destination storytelling*. Konten dapat dibangun berdasarkan beberapa tema: keindahan air terjun 114 meter, perjalanan menuju lokasi, cerita lokal, konservasi alam, aktivitas masyarakat, kuliner, serta pengalaman wisatawan. Promosi digital juga perlu terintegrasi dengan kesiapan destinasi. Peningkatan visibilitas sebelum perbaikan fasilitas, keselamatan, dan pelayanan berpotensi menghasilkan ketidakpuasan ketika ekspektasi digital tidak sesuai dengan pengalaman aktual.

Analisis SWOT dan Posisi Strategis Destinasi

Hasil SWOT menunjukkan bahwa strategi yang dinilai sesuai adalah *Strength-Opportunity* (SO). Strategi tersebut menggunakan kekuatan internal berupa potensi alam dan budaya untuk memanfaatkan peluang eksternal berupa meningkatnya minat terhadap wisata alam. Lima arah strategi yang dirumuskan adalah promosi digital, penguatan Pokdarwis, peningkatan kualitas SDM, kerja sama antarpemangku kepentingan, dan pengembangan wisata berbasis masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi SO tidak seharusnya dimaknai hanya sebagai eksploitasi kekuatan untuk meningkatkan kunjungan. Dalam konteks keberlanjutan, kekuatan alam perlu dimanfaatkan melalui pengelolaan yang mampu menjaga kualitas sumber daya tersebut.

Sintesis SWOT dapat dirumuskan sebagai berikut:

Strategi	Arah Pengembangan
SO	Memanfaatkan alam dan budaya melalui promosi digital, CBT, dan pengembangan pengalaman wisata
WO	Memanfaatkan dukungan stakeholder untuk memperbaiki fasilitas, akses, SDM, dan kelembagaan
ST	Menggunakan kekuatan alam dan budaya untuk membangun diferensiasi destinasi sambil menjaga lingkungan
WT	Memperkuat tata kelola, keselamatan, pemeliharaan, dan koordinasi untuk mengurangi risiko pengembangan

Meskipun hasil penelitian menetapkan SO sebagai strategi utama, strategi WO, ST, dan WT tetap penting sebagai strategi pendukung karena keberhasilan destinasi memerlukan penanganan kelemahan dan ancaman, bukan hanya pemanfaatan kekuatan.

Dari Natural Attraction Menuju Sustainable Community-Based Destination

Temuan penelitian menghasilkan satu paradoks yang penting: Siboruon kuat pada sumber daya, tetapi masih membutuhkan penguatan pada sistem pengelolaannya. *Attraction*

memberikan alasan bagi wisatawan untuk datang, sedangkan *ancillary* menentukan apakah daya tarik tersebut dapat dikelola secara konsisten dan berkelanjutan. Berdasarkan sintesis tersebut, penelitian ini mengembangkan kerangka *4A-Based Sustainable Destination Development*. Kerangka tersebut memperlihatkan bahwa pembangunan Air Terjun Siboruon tidak seharusnya dimulai dari pembangunan fisik secara berlebihan. Prioritas strategis justru berada pada penguatan Pokdarwis, peningkatan kapasitas SDM, perbaikan fasilitas dasar dan keselamatan, promosi digital berbasis storytelling, kolaborasi pemangku kepentingan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta konservasi lingkungan. Dengan pendekatan tersebut, Air Terjun Siboruon dapat berkembang dari sekadar *natural attraction* menjadi *sustainable community-based destination*, yaitu destinasi yang kompetitif karena keindahan alamnya, tetapi berkelanjutan karena dikelola oleh kelembagaan dan masyarakat yang memiliki kapasitas untuk menjaganya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Air Terjun Siboruon memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alam unggulan berbasis masyarakat di Kabupaten Toba. Keunggulan utama destinasi terletak pada komponen *attraction*, berupa air terjun dengan ketinggian sekitar 114 meter, panorama pegunungan, kejernihan air, udara sejuk, lingkungan yang relatif alami, serta keberadaan cerita dan legenda masyarakat lokal yang dapat memperkaya pengalaman wisata. Potensi tersebut menunjukkan bahwa kekuatan Siboruon tidak hanya terletak pada kualitas visual lanskap, tetapi juga pada peluang mengintegrasikan wisata alam, edukasi lingkungan, dan interpretasi budaya lokal. Analisis berdasarkan kerangka 4A, *Attraction*, *Accessibility*, *Amenities*, dan *Ancillary*, menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kekuatan sumber daya wisata dan kesiapan pengelolaan destinasi. *Attraction* merupakan komponen terkuat, sementara *accessibility* masih membutuhkan peningkatan pada aspek kondisi dan keamanan jalur. Pada dimensi *amenities*, fasilitas seperti area parkir, tempat istirahat, papan informasi, dan fasilitas kebersihan masih perlu dikembangkan dengan tetap mempertahankan karakter alami kawasan. Sementara itu, *ancillary* menjadi aspek prioritas, terutama menyangkut kapasitas Pokdarwis, pelayanan wisata, promosi, koordinasi, dan dukungan pemangku kepentingan.

Hasil analisis SWOT menempatkan Strength-Opportunity (SO) sebagai strategi utama pengembangan. Strategi tersebut diarahkan pada pemanfaatan kekuatan alam dan budaya untuk menangkap peluang meningkatnya minat terhadap wisata alam melalui penguatan promosi digital, peningkatan kapasitas Pokdarwis dan sumber daya manusia, pembangunan kolaborasi antarpemangku kepentingan, serta pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Meskipun demikian, strategi SO perlu dilengkapi dengan penanganan kelemahan internal, khususnya fasilitas, aksesibilitas, konsistensi pengelolaan, dan kualitas pelayanan. Kerangka tersebut menegaskan bahwa keindahan alam merupakan modal awal, sedangkan keberlanjutan ditentukan oleh kemampuan kelembagaan dan masyarakat mengelola modal tersebut. Dengan demikian, arah pengembangan Air Terjun Siboruon sebaiknya tidak berorientasi pada pembangunan fisik dan peningkatan jumlah kunjungan semata. Prioritas perlu diberikan pada penguatan Pokdarwis, peningkatan kompetensi SDM, fasilitas dasar dan keselamatan, promosi digital berbasis *destination storytelling*, pemberdayaan ekonomi masyarakat, kolaborasi

pemangku kepentingan, serta konservasi lingkungan. Masyarakat perlu ditempatkan sebagai pelaku dan penerima manfaat utama pengembangan. Melalui pendekatan tersebut, Air Terjun Siboruon berpeluang bertransformasi dari sekadar *natural attraction* menjadi *competitive and sustainable community-based destination* yang mampu menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial tanpa kehilangan keaslian lingkungan sebagai sumber daya utamanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Kristiana, Y., Wea, M. I. J., & Salimin, V. (2024). Strategi pengembangan wisata air terjun di Kabupaten Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1333–1342.
- Leung, D., Law, R., van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social media in tourism and hospitality: A literature review. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(1–2), 3–22. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.750919>
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Methuen.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511–529. <https://doi.org/10.1080/09669580802159594>
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- United Nations Environment Programme, & World Tourism Organization. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. World Tourism Organization.

- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>