

DIVERSIFIKASI ATRAKSI DI DESA WISATA LUMBAN SUHI-SUHI TORUAN, SAMOSIR

Liyushiana^{1*}, Dewi Yanti², Dina Rosari³, Putri Rizkiyah⁴, Agustinus Denny⁵

^{1, 2, 3 dan 5}Politeknik Pariwisata Medan, Jl. RS. Haji No. 12, Kota Medan – Sumatera Utara

⁴Politeknik Pariwisata Lombok, Jl. Raden Puguh, Puyung, Kab. Lombok Tengah – Nusa Tenggara Barat

Email Korespondensi: liyushiana@poltekpamedan.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan diversifikasi atraksi wisata berbasis budaya dan alam di Desa Wisata Lumban Suhi-Suhi Toruan (Dewi Lusi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, dimana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada 5 informan dari perwakilan desa, pengrajin ulos, wisatawan dan pegiat wisata lokal. Analisis menggunakan pendekatan tematik dengan analisis Business Model Canvas (BMC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Pantai Lumban Manik sebagai atraksi wisata baru dapat memperluas portofolio atraksi Dewi Lusi, memperpanjang lama tinggal wisatawan, dan memperkuat positioning Dewi Lusi sebagai desa wisata budaya. Strategi pengembangan atraksi baru yang inklusif, berbasis kearifan lokal, serta integratif dengan atraksi budaya yang ada berkontribusi positif terhadap keberlanjutan pariwisata dan pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci : Diversifikasi Atraksi, Desa Wisata, Desa Wisata Budaya, BMC, Danau Toba

ABSTRACT

This study aims to formulate a strategy for developing diversified cultural and natural attractions in the Lumban Suhi-Suhi Toruan Tourism Village (Dewi Lusi). Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Thematic analysis and business model mapping using the Business Model Canvas (BMC) framework were applied. The findings indicate that the development of Pantai Lumban Manik as a new tourism attraction can expand Dewi Lusi's attraction portfolio, extend tourist length of stay, and strengthen Dewi Lusi's positioning as a cultural tourism village. The strategy for developing new attractions emphasizes inclusiveness, integration with existing cultural assets, and a foundation in local wisdom, all of which contribute positively to tourism sustainability and community empowerment.

Keywords: *Attraction Diversification, Tourism Village, Cultural Tourism Village, BMC, Lake Toba.*

PENDAHULUAN

Desa wisata budaya memainkan peran penting dalam upaya pembangunan pariwisata yang berbasis masyarakat dan pelestarian budaya lokal (Elfianita, 2016; Liyushiana et al., 2022; Tarigan, 2016). Desa Wisata Lumban Suhi-Suhi Toruan

(Dewi Lusi) di Kabupaten Samosir merupakan salah satu desa wisata unggulan yang memiliki kekayaan budaya Batak, terutama dalam produksi tenun ulos (Ginting & Halim, 2019; E. Gultom, 2023; E. S. Gultom, 2022). Namun demikian, ketergantungan pada satu jenis atraksi

utama dapat membatasi daya saing dan keberlanjutan destinasi (Cahyani et al., 2022; Maharani & Haeng, 2023; Prabowo & Pamurti, 2021).

Diversifikasi atraksi menjadi strategi penting untuk menjawab tantangan tersebut (Suwarno, 2009). Contoh diversifikasi atraksi yang disinggung pada penelitian Suwarno di tahun 2009 tersebut dilakukan di daerah Jolutundu, Klaten.

Di Dewi Lusi, selain produk budaya ulos, salah satu potensi yang dikembangkan adalah Pantai Lumban Manik, yang menyuguhkan keindahan Danau Toba sekaligus membuka ruang untuk atraksi berbasis alam yang terintegrasi dengan atraksi budaya.

Dengan mempertimbangkan kebutuhan diversifikasi atraksi dan potensi, diperlukan usulan model bisnis yang *feasible*. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model bisnis pengembangan Pantai Lumban Manik sebagai bagian dari diversifikasi atraksi di Dewi Lusi.

KAJIAN LITERATUR

Diversifikasi atraksi merupakan strategi untuk menambah variasi pengalaman wisata, terutama dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan persaingan antar destinasi (Rahma, 2024). Dalam konteks desa wisata, diversifikasi dapat mencakup pengembangan atraksi berbasis alam, budaya, kuliner, dan edukasi yang terintegrasi. Business Model Canvas (BMC) merupakan alat strategis yang efektif untuk memetakan strategi pengembangan destinasi wisata desa. Dengan menggunakan BMC, pengelola desa wisata dapat mengidentifikasi dan menganalisis sembilan elemen kunci yang saling terkait, yaitu: (1) *Value Proposition*: Menentukan nilai tambah yang unik dan menarik bagi wisatawan, seperti pengalaman budaya yang autentik atau keindahan alam yang luar biasa; (2) *Customer Segments*: Mengidentifikasi target pasar yang spesifik, seperti wisatawan domestik atau internasional, dan memahami kebutuhan dan preferensi mereka; (3) *Channels*: Menentukan saluran pemasaran dan promosi yang efektif untuk

menjangkau target pasar, seperti media sosial atau kerja sama dengan tour operator; (4) *Key Partners*: Mengidentifikasi mitra strategis yang dapat membantu meningkatkan kualitas dan keberlanjutan desa wisata, seperti pemerintah daerah, komunitas lokal, atau organisasi lingkungan; (5) *Key Activities*: Menentukan kegiatan utama yang diperlukan untuk mengembangkan dan mempromosikan desa wisata, seperti pengembangan infrastruktur, pelatihan SDM, dan pemasaran; (6) *Key Resources*: Mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan dan mempromosikan desa wisata, seperti sumber daya manusia, keuangan, dan teknologi; (7) *Value Creation*: Menentukan bagaimana nilai tambah dapat diciptakan bagi wisatawan dan stakeholder lainnya, seperti melalui pengalaman wisata yang unik dan berkesan; (8) *Customer Relationships*: Menentukan bagaimana hubungan dengan wisatawan dapat dibangun dan dipertahankan, seperti melalui layanan pelanggan yang baik dan komunikasi yang efektif; (9) *Revenue Streams*: Mengidentifikasi sumber pendapatan yang potensial bagi desa wisata, seperti penjualan tiket, akomodasi, dan makanan (Azhar et al., 2017; Gustrian & Fitria, 2018; Retnowati et al., 2024; Sakuntalawati et al., 2022).

Dengan menggunakan BMC, pengelola desa wisata dapat mengembangkan strategi yang komprehensif dan terintegrasi untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan desa wisata. BMC juga dapat membantu pengelola desa wisata untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada, serta mengembangkan solusi yang inovatif dan efektif untuk meningkatkan daya saing desa wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Lokasi penelitian adalah Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan di Kabupaten Samosir, Sumatera Utara. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan pengelola desa,

pengrajin ulos, dan wisatawan dengan total 5 informan; observasi kegiatan wisata; serta dokumentasi promosi dan catatan desa. Analisis data dilakukan secara tematik dan visualisasi model bisnis menggunakan BMC.

PEMBAHASAN

Dewi Lusi memiliki atraksi budaya utama berupa kerajinan ulos, rumah adat,

dan paket wisata berbasis budaya. Diversifikasi atraksi dilakukan melalui pengembangan Pantai Lumban Manik sebagai atraksi wisata alam yang terintegrasi dengan konsep budaya dan edukasi. Analisis gap pada gambar 1 menunjukkan perlunya penambahan atraksi baru untuk meningkatkan daya saing dan memperpanjang masa tinggal wisatawan.



Gambar 1. Analisis Gap
Sumber: Olahan penulis (2025)

Setelah mengetahui kondisi saat ini, tantangan dan kondisi yang diharapkan, maka dipersiapkan BMC untuk mendukung ide diversifikasi berupa atraksi wisata alam di bibir Danau Toba, tepatnya di Lumban Manik yang ada di dusun sebelah Kampung Ulos, Dewi Lusi. Gambaran BMC untuk ide diversifikasi ini divisualisasikan pada gambar 2.

Customer Segment

Segmen pelanggan utama dari pengembangan atraksi Pantai Lumban Manik adalah wisatawan domestik dan mancanegara yang memiliki ketertarikan terhadap budaya dan alam. Mereka mencari pengalaman yang autentik, edukatif, dan terhubung langsung dengan kehidupan masyarakat lokal. Segmentasi ini mencakup wisatawan keluarga, pelajar, komunitas budaya, dan pencinta alam.

Value Proposition

Nilai utama yang ditawarkan adalah pengalaman wisata berbasis budaya dan alam yang autentik, inklusif, dan berkelanjutan. Keunikan atraksi ini terletak pada kombinasi panorama Danau Toba, interaksi dengan pengrajin ulos, serta nilai-nilai lokal yang dikemas secara edukatif. Inklusivitas juga menjadi nilai tambah, melalui penyediaan fasilitas bagi penyandang disabilitas dan pendekatan yang ramah keluarga.

Channels

Saluran komunikasi dan distribusi untuk menjangkau wisatawan meliputi promosi digital (media sosial, website desa, dan platform pariwisata), kerja sama dengan agen perjalanan dan tour operator, serta penyelenggaraan event budaya di desa. Channel ini dirancang untuk

memperluas eksposur dan meningkatkan jumlah kunjungan secara berkelanjutan.

Customer Relationship

Hubungan dengan pelanggan dibangun secara personal dan edukatif. Wisatawan tidak hanya menjadi pengamat, tetapi juga dilibatkan dalam aktivitas seperti membuat ulos, memasak makanan tradisional, atau mengikuti ritual adat. Ini menciptakan keterikatan emosional antara wisatawan dan komunitas lokal yang berdampak pada kepuasan dan potensi kunjungan ulang.

Revenue Streams

Sumber pendapatan dari pengembangan Pantai Lumban Manik meliputi tiket masuk, sewa gazebo dan fasilitas pantai, penjualan paket wisata (termasuk budaya dan kuliner), serta penjualan produk lokal seperti tenun ulos dan makanan khas. Diversifikasi sumber pendapatan ini mendukung keberlanjutan operasional dan distribusi manfaat ekonomi ke masyarakat.

Key Resources

Sumber daya utama yang mendukung operasional adalah kawasan Pantai Lumban Manik itu sendiri, komunitas pengrajin ulos, serta SDM lokal yang berperan sebagai pemandu, pengelola atraksi, dan pelaku usaha mikro. Infrastruktur dasar seperti gazebo, toilet, dan food court juga menjadi bagian penting dalam penyediaan layanan wisata.

Key Activities

Aktivitas utama mencakup pengelolaan dan penyediaan layanan wisata (kebersihan, keamanan, informasi), pelatihan dan peningkatan kapasitas masyarakat, promosi berkelanjutan, serta penyelenggaraan event-event tematik yang terjadwal. Fokus juga diberikan pada edukasi wisatawan dan upaya konservasi lingkungan.

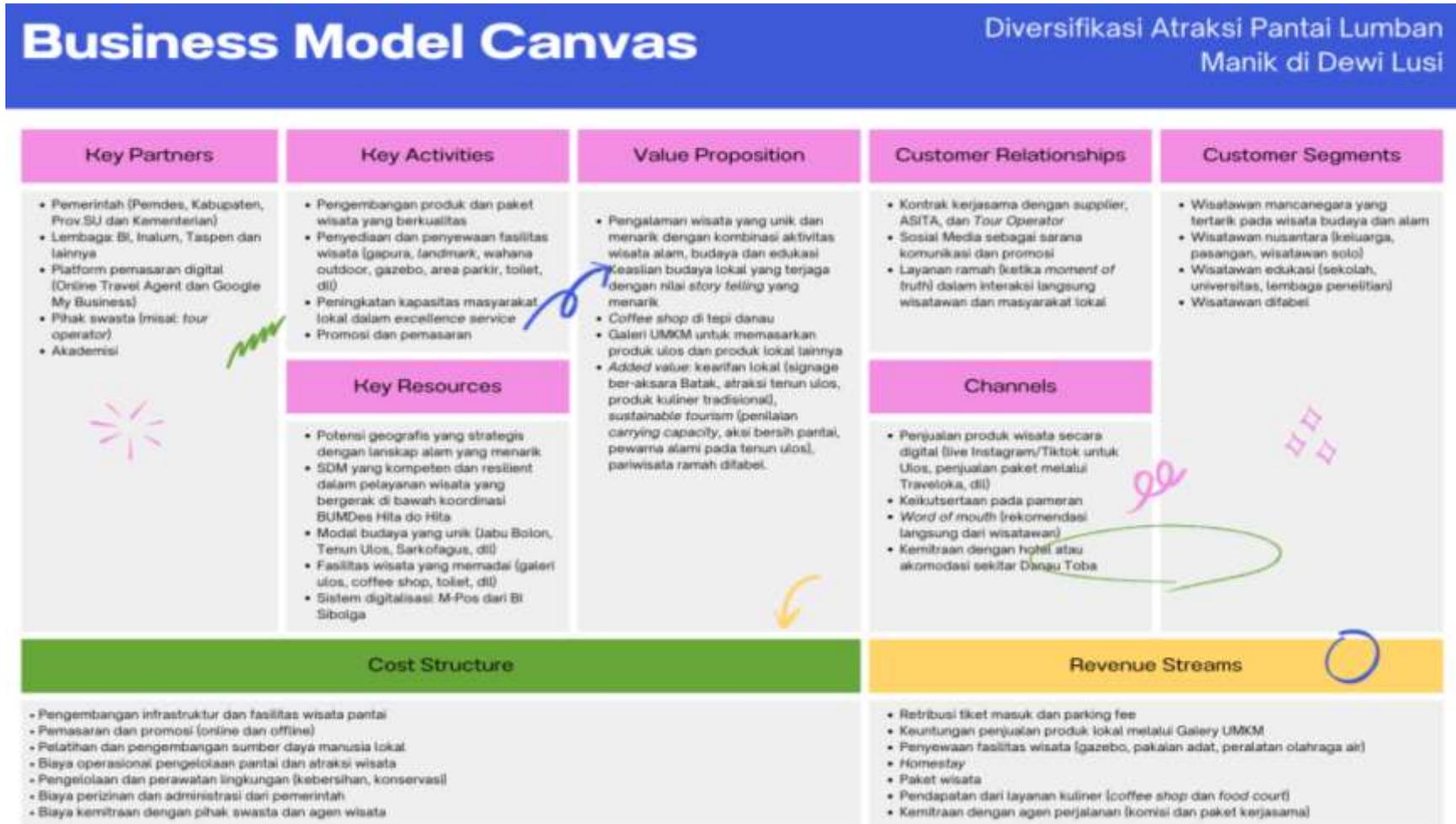
Key Partnership

Kemitraan strategis dibangun dengan berbagai pihak seperti BUMDes sebagai pengelola utama, pemerintah daerah (Dispar, Dinas Lingkungan), lembaga keuangan (seperti BI, Taspen), serta pelaku UMKM lokal. Kolaborasi ini memperkuat ekosistem pariwisata dan memperluas akses pada sumber daya serta pembiayaan.

Cost Structure

Struktur biaya mencakup pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur dasar (jalan, toilet, gazebo), biaya operasional harian (kebersihan, gaji staf, keamanan), biaya promosi digital, serta anggaran pelatihan masyarakat. Efisiensi biaya ditekankan melalui partisipasi komunitas dan kolaborasi lintas sektor.

Integrasi teknologi seperti kode QR dan VR, serta pendekatan inklusif seperti fasilitas untuk difabel, akan memperkaya nilai tambah atraksi ini di masa mendatang. Dampak yang diharapkan mencakup peningkatan jumlah kunjungan, pertumbuhan pendapatan masyarakat lokal, dan peningkatan citra Dewi Lusi sebagai destinasi unggulan Danau Toba.



Gambar 2. BMC Ide Diversifikasi
Sumber: Olahan penulis (2025)

PENUTUP

Diversifikasi atraksi melalui pengembangan Pantai Lumban Manik diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan Desa Wisata Lumban Suhi-Suhi Toruan. Melalui BMC, strategi pengembangan Pantai Lumban Manik dirancang sebagai berikut: (1) Customer segment: wisatawan domestik dan mancanegara pecinta budaya dan alam; (2) Value proposition: pengalaman wisata budaya dan alam yang autentik dan inklusif; (3) Channels: promosi digital, kolaborasi agen perjalanan, dan event budaya; (4) Customer relationship: pelayanan personal, edukatif, dan partisipatif; (5) Revenue streams: tiket masuk, sewa gazebo, paket wisata, penjualan produk lokal; (6) Key resources: pantai, pengrajin, komunitas lokal; (7) Key activities: penyediaan layanan wisata, pelatihan masyarakat, promosi; (8) Key partnership: BUMDes, pemerintah daerah, lembaga keuangan, dan UMKM; (9) Cost structure: infrastruktur dasar, operasional, dan promosi.

Strategi ini memperluas portofolio atraksi, menarik segmen wisatawan yang lebih luas, serta mendukung pemberdayaan masyarakat lokal. Rekomendasi lanjutan mencakup optimalisasi pemasaran digital, peningkatan kapasitas SDM lokal, dan penguatan kemitraan multi-stakeholder untuk menjawab tantangan agar aktivitas

REFERENSI

- Azhar, R. M., Suparno, O., & Djohar, S. (2017). Pengembangan model bisnis pada lokawisata baturaden menggunakan business model canvas. *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 12(2), 137–144.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Siregar, R. M. A. (2022). Analisis bibliometrik pariwisata halal untuk mengeksplorasi determinan daya saing destinasi wisata. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 2(2), 106–121.
- Elfianita, E. (2016). Pengembangan Pariwisata Berbasis Community Based Tourism (CBT) Di Desa Wisata Limbasari Kecamatan Bobotsari, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Elektronik Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah*, 5(3), 1–11.
- Ginting, N., & Halim, S. (2019). Facilities' Arrangement of Tourism Area in Lumban Suhi-suhi Village Based on Environmental Element Approach (Sustainable Tourism). *Asian Journal of Behavioural Studies*, 4(17), 15–28.
- Gultom, E. (2023). The Sustainable Tourism of Lumban Suhi-Suhi Village Samosir after The Pandemic. *Humaniora*, 35(1), 24–32.
- Gultom, E. S. (2022). ULOS TRADITIONAL WEAVING RESILIENCE IN LUMBAN SUHI-SUHI TORUAN SAMOSIR VILLAGE IN THE POST COVID-19 RECOVERY. *Zzi, R Isa P e Rm*, 23.
- Gustrian, H., & Fitria, S. E. (2018). Analisis Model Bisnis Pada Jalanesia Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *EProceedings of Management*, 5(2).
- Liyushiana, Sibarani, R., Purwoko, A., & Emrizal. (2022). Cultural-Heritage Virtual Tour for Tourism Recovery Post COVID-19: A Design and Evaluation. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 17(3), 447–451. <https://doi.org/10.18280/ij dne.170316>
- Maharani, M. D. D., & Haeng, A. C. M. (2023). Memorable Torism Experience Sebagai Daya Saing Keberlanjutan Ekowisata Halal. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 1–9.
- Prabowo, D., & Pamurti, A. A. (2021). Kajian Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Konsep Desa Wisata Kandri Di Kota Semarang. *Plano Madani*, 10(1), 221–227. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/planomadan i/article/view/15792/pdf>
- Rahma, H. A. (2024). PENGARUH DAYA TARIK WISATA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

WISATAWAN DENGAN POSITIVE E-WOM SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Pengunjung Waras Farm Cilegon Banten). UNTIRTA.

Retnowati, R., Anis, Y., & Anindita, M. (2024). Optimalisasi pengelolaan desa wisata melalui pendampingan berbasis Business Model Canvas bagi masyarakat Candirejo Kabupaten Magelang. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 55–64.

Sakuntalawati, R. D., Susantiningrum, S., Akbarini, N. R., & Yudhistira, B. (2022). Strategi Pengembangan BUMDes Pilang Berdikari dalam rangka Menuju Usaha Desa Wisata Edukasi Berbasis Business Model Canvas. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 27(2), 93–103.

Suwarno, N. (2009). Models of Land Use Development in Water Tourism Area Case Study: Jolotundo Water Recreation, Klaten. *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 16(1).

Tarigan, E. (2016). *POTENSI RUMAH TRADISIONAL KARO SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI DESA LINGGA KABUPATEN KARO*. Universitas Sumatera Utara.

wisata tetap berkelanjutan di Dewi Lusi.

BIODATA PENULIS

Liyushiana: Merupakan dosen di program studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan dengan fokus penelitian terkait perencanaan destinasi dan kebijakan pariwisata.

Dewi Yanti: Merupakan dosen di program studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Medan dengan fokus penelitian di bidang perencanaan pariwisata dan pariwisata digital.

Dina Rosari: Merupakan dosen di program studi Pengelolaan Perhotelan, Politeknik Pariwisata Medan dengan fokus penelitian di bidang perencanaan di industri perhotelan dan pariwisata.

Putri Rizkiyah: Merupakan dosen di program studi Seni Kuliner, Politeknik Pariwisata Lombok dengan fokus penelitian di bidang pengelolaan usaha wisata dan perjalanan kuliner.

Agustinus Denny: Merupakan dosen di program studi Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Medan dengan fokus penelitian di bidang pengelolaan usaha dan industri perhotelan dan pariwisata.