

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUKIT SENYUM SEBAGAI DAYA
TARIK WISATA UNGGULAN DI DESA MOTUNG KECAMATAN AJIBATA
KABUPATEN TOBA**

Lanta Siringo Ringo¹, Mega Williandani², Indra Wirawan³, Bambang Famuji⁴

^{1,2,3,4}*Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung
Jl. DR. TD Pardede No.21, Petisah Hulu, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20152*

Corresponding Author:

Lantasiringoringo91@gmail.com¹, ridanmega6@gmail.com²,
indrawirawanihgma@gmail.com³, bambangfamuji56@gmail.com⁴

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan Objek Wisata Bukit Senyum yang terletak di Desa Motung, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba. Bukit Senyum memiliki potensi besar berupa panorama Danau Toba yang indah, udara sejuk, suasana alami, serta aktivitas wisata seperti camping, glamping, dan event budaya. Namun, pengelolaan destinasi ini masih menghadapi berbagai kendala, antara lain infrastruktur yang belum memadai, keterbatasan sumber daya manusia di bidang pariwisata, serta strategi promosi yang belum optimal. Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa kekuatan utama destinasi ini adalah keindahan alam dan suasana asri, sementara kelemahannya terletak pada infrastruktur dan SDM. Peluang berkembang sangat terbuka dengan tren wisata alam dan dukungan kerja sama antar pihak, sedangkan ancamannya meliputi persaingan dengan destinasi lain di kawasan Danau Toba serta risiko kerusakan lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Objek Wisata Bukit Senyum memiliki potensi wisata alam yang sangat besar berupa panorama Danau Toba yang indah, udara sejuk, suasana perbukitan yang alami, serta aktivitas pendukung seperti camping, glamping, dan event budaya. Potensi ini menjadi modal utama dalam pengembangannya sebagai destinasi wisata unggulan. Namun, pengelolaan Bukit Senyum masih menghadapi kendala berupa akses jalan yang belum memadai, keterbatasan fasilitas penunjang, rendahnya kualitas sumber daya manusia pariwisata, serta promosi yang belum optimal. Meskipun demikian, peluang pengembangan terbuka luas seiring meningkatnya tren wisata alam dan ekowisata, serta dukungan media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi efektif seperti melalui aplikasi Tiktok, Instagram, Facebook dan Youtube. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas infrastruktur, penguatan kapasitas SDM pariwisata, serta optimalisasi promosi digital yang kreatif agar Bukit Senyum mampu menjadi daya tarik wisata unggulan dan memberi manfaat ekonomi maupun sosial bagi masyarakat Desa Motung.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Bukit Senyum, Daya Tarik Wisata, Desa Motung, Potensi

I. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki kekayaan alam dan keragaman sosio-budaya yang menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan ekonomi kreatif, termasuk pariwisata. Dengan lebih dari 13.000 pulau dan 300 kelompok etnis, Indonesia memiliki potensi wisata yang besar dan diakui dunia.

Sumatera Utara menjadi salah satu tujuan wisata unggulan karena keindahan alamnya yang khas. Salah satu destinasi yang mulai dikenal adalah Bukit Senyum di Desa Motung, Kecamatan Ajibata, Kabupaten Toba. Terletak sekitar 12 km dari Parapat, Bukit Senyum menawarkan panorama Danau Toba, udara sejuk, dan perbukitan hijau yang cocok untuk camping, foto pra-wedding, dan acara kebudayaan. Meski memiliki potensi besar, pengembangan Bukit Senyum belum optimal. Hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung, minimnya sumber daya manusia di bidang pariwisata, rendahnya kesadaran masyarakat akan kebersihan dan kelestarian lingkungan, serta dukungan anggaran yang terbatas. Strategi promosi juga belum maksimal, terutama pemanfaatan media sosial yang sebenarnya sangat efektif di era digital untuk menampilkan daya tarik alam melalui konten visual.

Melihat tantangan tersebut, diperlukan kajian mendalam untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sekaligus merumuskan strategi pengembangan yang tepat agar Bukit Senyum dapat berkembang menjadi ikon wisata unggulan yang memberikan kontribusi ekonomi dan

mendorong pembangunan pariwisata berkelanjutan bagi masyarakat Desa Motung dan sekitarnya. Belum diketahui secara jelas sejauh mana potensi alam dan daya tarik utama, faktor-faktor yang menjadi kendala, dan upaya pengembangan yang terdapat di Objek Wisata Bukit Senyum. Berdasarkan latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah yang menjadi kajian penulis dalam karya tulis ini adalah:

II. Kajian Pustaka

Strategi pengembangan pariwisata adalah rencana terarah untuk memajukan destinasi agar lebih menarik dan berkelanjutan, mencakup penyediaan fasilitas, sarana, dan manajemen yang efektif. Menurut Suwantoro (2004), strategi ini meliputi promosi, aksesibilitas, pengelolaan kawasan, pengembangan jenis objek wisata, penyediaan produk dan fasilitas, peningkatan sumber daya manusia, serta kampanye sadar wisata. Middleton (1989) menambahkan lima komponen penting: atraksi, aksesibilitas, fasilitas (*amenities*), citra destinasi, dan harga.

Pemerintah pusat dan daerah bersama OJK dan BI menekankan enam langkah kunci: percepatan infrastruktur, pengembangan atraksi, peningkatan sarana-prasarana, promosi wisata, mendorong investasi masyarakat, dan penyusunan standar manajemen. Dalam pengembangan destinasi, penting memenuhi prinsip *something to see, to buy*, dan *to do* agar wisatawan tertarik. Daya tarik wisata sendiri merupakan magnet utama yang memberi pengalaman positif (Kotler, 2017), mencakup:

1. Alam – pegunungan, pantai, danau, taman nasional.
2. Budaya – sejarah, adat, festival, seni, kerajinan.
3. Buatan – taman rekreasi, wahana, spot foto.
4. Kegiatan – olahraga, petualangan, dan event khusus.

Pengembangan pariwisata karenanya melibatkan sinergi sumber daya alam, budaya, dan kreativitas manusia untuk menciptakan destinasi yang menarik, bernilai ekonomi, dan berkelanjutan.

III. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan fenomena yang diteliti. Penelitian ini digunakan untuk meneliti, obesrvasi populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dan wawancara dengan tujuan untuk menggali secara mendalam informasi mengenai potensi, kendala, serta strategi pengembangan Objek Wisata Bukit Senyum. Penelitian dilaksanakan Bukit Senyum Motung Kecamatan Ajibata Kab Toba, selama 2 minggu pada bulan Agustus 2025.

Desa Motung di Kecamatan Ajibata, Toba, berada di perbukitan menghadap Danau Toba. Mayoritas warganya petani dan dikenal ramah terhadap wisatawan maupun peneliti. Selain pertanian, potensi wisata dan budaya menjadi daya tarik yang mendukung ekonomi lokal.

IV. Pembahasan

Potensi Objek Dan Daya Tarik Wisata Di Desa Motung Kecamatan Ajibata Kab Toba

menawarkan panorama indah Danau Toba dari ketinggian dengan udara sejuk dan pemandangan hijau yang jelas menampilkan Pulau Samosir. Menurut pengelola, Ibu Biuty Manurung, pengunjung dapat menikmati glamping, camping, bersantap keluarga, ibadah padang, berbagai permainan, dan kegiatan budaya yang pernah rutin diadakan.

Untuk menarik lebih banyak wisatawan, pengelola merencanakan beberapa pengembangan:

1. Festival Budaya Tahunan menampilkan musik gondang, tarian tor-tor, dan upacara adat Batak Toba untuk meningkatkan daya tarik dan memperpanjang lama kunjungan.
2. Wisata Petualangan pemanfaatan kontur bukit untuk mountain bike trail, jalur trekking, dan paragliding ringan.
3. Program “*One Visitor One Tree*” wisatawan menanam bibit pohon lokal sebagai pengalaman edukasi konservasi sekaligus alasan untuk kembali melihat pertumbuhan pohon.

Ketiga ide ini diharapkan memperkuat citra Bukit Senyum sebagai destinasi alam dan budaya yang berkelanjutan.

Bukit Senyum dikelola secara perorangan oleh keluarga besar Marga Manurung, dengan struktur organisasi yang masih sederhana. Pengelola mayoritas anggota keluarga dibantu masyarakat setempat sebagai petugas tiket, kebersihan, keamanan, dan pembangunan fasilitas.

Pengembangan wisata diarahkan untuk meningkatkan kunjungan sekaligus kesejahteraan warga melalui homestay, gazebo, wisata alam dan buatan, serta wisata olahraga seperti bersepeda.

Pemetaan Produk dan Pasar

1. Produk Inti: panorama Danau Toba, udara sejuk, perbukitan hijau, dan aktivitas camping.
2. Produk Penunjang: spot foto, warung/restoran lokal, serta rencana toilet, gazebo, dan parkir.

Pasar Wisata :

1. Mancanegara: terutama wisatawan Asia Tenggara, khususnya Malaysia, yang datang mandiri atau berkelompok untuk menikmati alam dan glamping.
2. Nusantara: dominan dari Jawa (Jakarta, Semarang, Surabaya) dan Sumatera (Pekanbaru, Riau, Medan, Palembang), ramai saat akhir pekan dan libur besar seperti Natal, Ramadan, dan Tahun Baru.
1. Tren wisata alam/ekowisata meningkat, menarik minat wisatawan muda dan pengguna media sosial.
2. Peluang kerja sama dengan travel agent, komunitas foto, dan event organizer.
3. Potensi atraksi baru seperti trekking cerita legenda dan festival lampion ulos.

Kesimpulannya, Bukit Senyum memiliki potensi besar sebagai destinasi unggulan jika pengembangan dilakukan dengan perencanaan berkelanjutan dan

peningkatan fasilitas, promosi, serta pengelolaan lingkungan.

VI Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian melalui wawancara, observasi lapangan, dan analisis data yang dilakukan di Objek Wisata Bukit Senyum, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

Bukit Senyum memiliki potensi wisata alam besar dengan panorama Danau Toba, udara sejuk, dan aktivitas seperti camping, glamping, serta event budaya. Peluang pengembangan meliputi Trekking tematik dengan titik pandang Danau Toba dan informasi flora-fauna. Wisata edukasi lingkungan melalui program sekolah, penanaman pohon, dan lokakarya konservasi. Agrowisata seperti kebun kopi, sayuran dataran tinggi, dan kebun bunga dengan konsep petik sendiri dan tur pengolahan kopi.

Pengelola bersama pemerintah desa dianjurkan merencanakan pemanfaatan potensi Bukit Senyum yang belum tergarap, seperti jalur trekking tematik lengkap dengan papan informasi, wisata edukasi lingkungan melalui program penanaman pohon dan lokakarya konservasi, serta agrowisata kebun kopi dan bunga. Pengembangan ini diharapkan menambah ragam aktivitas wisata, memperpanjang lama kunjungan, serta menciptakan peluang kerja dan pendapatan bagi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Adrah, M. H., & Mekel, R. (2024). Strategi pengembangan objek wisata Raewaya Hills di Desa Airmadidi

Minahasa Utara. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 3(1).

Ismayanti, M. (2021). *Dasar-Dasar Pariwisata Sebuah Pengantar*.

Malisti, R. F., Wahyudi, P., & Hastari, S. (2019). Pengaruh atribut produk wisata terhadap keputusan berkunjung pada pemandian wisata alam Banyubiru. *Jurnal EMA*, 4(1), 23–29.

Reliyani, R., & Majid, A. (2024). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pulau Matahora Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kecamatan Wangi-Wangi Selatan Kabupaten Wakatobi. *Jurnal Barata Indonesia: Studi Administrasi & Kebijakan Publik*, 110-122.

Suriadi, N. A. (2015). *Penataan Kawasan Pantai Losari Sebagai Urban Tourism Kota Makassar*. Jurusan Arsitektur. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan. Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.

Wirawan, P. E., & Octaviany, V. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.