

Sosialisasi Peranan Generasi Muda dalam Pariwisata Danau Toba kepada Siswa SMKN 1 Simanindo

Posma Sariguna Johnson Kennedy

¹Universitas Kristen Indonesia

*Corresponding author, e-mail: posmahutasoit@gmail.com

Abstrak

Danau Toba adalah destinasi wisata strategis di Indonesia dengan potensi alam dan budaya yang kaya. Kearifan budaya setempat menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengunjung. Pemerintah mendorong peran aktif masyarakat setempat dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Dalam hal ini, generasi muda khususnya milenial memiliki peran sentral dalam memajukan pariwisata dan melestarikan warisan budaya. Meskipun generasi milenial memiliki peran penting, mereka juga menghadapi sejumlah kendala, termasuk perubahan arah pembangunan yang lebih modern, kurangnya komitmen, dan pengaruh gadget dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan meningkatkan peran generasi muda dalam pengembangan pariwisata di Danau Toba, dengan melakukan ceramah/penyuluhan di SMK Negeri 1 Simanindo. Solusi yang diusulkan mencakup pelatihan, pemanfaatan teknologi, dan kemitraan dengan pemerintah daerah. Dengan keterlibatan aktif generasi muda, Danau Toba diharapkan dapat menjadi destinasi wisata berkualitas, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi daerah dan negara secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Danau Toba, Generasi Muda, Milenial, Pariwisata, Sosialisasi.*

Abstract

Lake Toba is a strategic tourist destination in Indonesia with rich natural and cultural potentials. The local cultural wisdom serves as one of the primary attractions for visitors. The government encourages the active role of the local community in managing and developing tourism. In this regard, the younger generation, especially millennials, plays a central role in advancing tourism and preserving cultural heritage. Despite their pivotal role, millennials face various challenges, including shifting towards more modern development, lack of commitment, and the influence of gadgets in daily life. Therefore, this initiative aims to enhance the role of the younger generation in the development of tourism in Lake Toba by conducting lectures and outreach at SMK Negeri 1 Simanindo. The proposed solutions include training, leveraging technology, and partnering with local governments. With the active involvement of Young Generations, Lake Toba is expected to become a high-quality and sustainable tourist destination, providing significant economic and social benefits to the region and the country as a whole.

Keywords: *Lake Toba, Young Generation, Millennials, Tourism, Socialization.*

How to Cite: Kennedy, P.S.J. (2023). Sosialisasi Peranan Generasi Muda dalam Pariwisata Danau Toba kepada Siswa SMKN 1 Simanindo. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*. Vol. 2 (3): pp. 238-247. doi: 10.56855/income.v2i3.717



This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.

Pendahuluan

Danau Toba merupakan sebuah kawasan destinasi wisata yang sangat strategis di Indonesia. Kawasan ini memiliki berbagai potensi wisata, termasuk potensi alam dan potensi wisata budaya yang kaya. Di sini, kearifan budaya setempat seperti cara hidup dan perilaku yang menjadi falsafah hidup masyarakat setempat turut berperan penting dalam menarik pengunjung. Dalam rangka memaksimalkan potensi wisata Danau Toba, pemerintah telah menetapkan kawasan ini sebagai salah satu destinasi wisata prioritas nasional.

Danau Toba, yang terletak di Provinsi Sumatra Utara, Indonesia, merupakan tujuan pariwisata yang terkenal dan populer yang terkenal karena keindahan alamnya yang luar biasa, budaya yang kaya, dan masyarakat lokal yang ramah. Danau ini telah menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional yang mencari pengalaman yang unik dan mendalam. Namun, di tengah persaingan global dan tuntutan yang terus berubah dalam industri pariwisata, Danau Toba harus terus mengembangkan dan meningkatkan kualitasnya agar tetap menarik dan bersaing dengan tujuan wisata lainnya. (Bappenas, 2020; Kennedy et al., 2023)

Dalam pengelolaan kawasan Danau Toba, konsepnya adalah menggerakkan peran aktif masyarakat setempat dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata. Masyarakat setempat di Danau Toba diharapkan dapat berperan aktif dalam menjaga, memelihara, dan mengembangkan potensi wisata yang ada di sekitar mereka. Penting sekali pemberdayaan masyarakat dalam mengelola pariwisata desa. Ini dianggap memiliki dampak positif pada ekonomi daerah dan juga pada ketahanan sosial dan budaya di wilayah tersebut.

Dengan berbagai kebijakan dan langkah-langkah ini, pemerintah berupaya untuk mengangkat potensi Danau Toba sebagai destinasi wisata unggulan. Dengan memanfaatkan potensi alam, budaya, dan kearifan lokal, serta melibatkan masyarakat setempat, Danau Toba diharapkan dapat menjadi destinasi wisata yang berkualitas dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi daerah dan negara secara keseluruhan.

Namun, hal ini juga sangat bergantung pada pembangunan dan inovasi yang harus dilakukan oleh generasi muda, terutama Generasi Milenial. Generasi ini memiliki peran sentral dalam memajukan peradaban suatu bangsa, terutama dalam era digital seperti sekarang. Generasi muda terutama milenial, dianggap sebagai pelaku utama dalam pengembangan pariwisata dan pengangkatannya ke tingkat internasional. Dalam konteks pengembangan pariwisata, terutama di era digital saat ini, peran mereka sangat penting dalam percepatan pembangunan di berbagai desa di Indonesia. Selain itu, Generasi Milenial juga memiliki peran penting dalam menjaga dan melestarikan warisan budaya. Kontribusi mereka diharapkan dapat membantu dalam memajukan pariwisata desa dan memelihara identitas budaya yang kaya. (Rajagukguk & Sofianto, 2020)

Proses pengembangan pariwisata oleh Generasi Milenial dihadapi oleh sejumlah kendala yang perlu diperhatikan. Beberapa kendala tersebut termasuk perubahan arah pembangunan yang lebih modern, kurangnya komitmen dari generasi muda, serta masalah terkait dengan pengaruh gadget atau smartphone dalam kehidupan sehari-hari. Kendala lainnya adalah kurangnya kesadaran terhadap tradisi budaya. Generasi Milenial terkadang lebih fokus pada penggunaan gadget dan smartphone, yang bisa mengurangi keaktifan mereka dalam menjaga tradisi dan budaya lokal. Selain itu, ada pemuda yang masih menjalankan usaha dengan cara yang kurang modern, kurang nyaman dan efisien. Bimbingan dan penyuluhan terkait dengan pengembangan pariwisata masih

kurang baik dalam hal kualitas dan kuantitas. Kurangnya pelatihan bagi pelaku wisata lokal juga menjadi masalah. (Rajagukguk & Sofianto, 2020)

Meskipun ada sejumlah kendala, upaya pengembangan pariwisata oleh Generasi Milenial telah memberikan sejumlah hasil positif. Parameter keberhasilan pelestarian identitas budaya diukur melalui kesejahteraan masyarakat, kemampuan promosi, pengembangan potensi wisata, penyediaan akomodasi, manfaat ekonomi bagi masyarakat, perubahan mata pencaharian, kebersihan dan keamanan lingkungan, serta program pemerintah yang mendukung sektor pariwisata.

Analisis Situasi

Pengembangan pariwisata di Danau Toba membutuhkan peran aktif Generasi Muda termasuk Milenial, tetapi mereka menghadapi sejumlah kendala seperti kurangnya komitmen, pengaruh gadget, kurangnya kesadaran terhadap tradisi budaya, dan kurangnya pelatihan.

Program pengabdian ini bertujuan untuk mensosialisasikan peran penting Generasi Muda khususnya potensi Generasi Milenial dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dan pelestarian budaya di Danau Toba, dengan solusi yang mencakup pelatihan, pemanfaatan teknologi, dan kemitraan dengan pemerintah daerah. Dengan demikian, diharapkan Danau Toba dapat menjadi destinasi wisata yang berkualitas dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi daerah dan negara secara keseluruhan.

Solusi dan Target

Kegiatan ini bertujuan untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh Generasi Muda khususnya Milenial dalam pengembangan pariwisata di Danau Toba dan mengubah mereka menjadi agen perubahan yang mendukung pariwisata berkelanjutan dan pelestarian budaya. Selain itu, program ini berfokus pada penciptaan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi masyarakat lokal dan daerah secara keseluruhan, sambil menjaga keaslian budaya setempat.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan kepada siswa-siswa SMK Negeri 1 Pariwisata Simanindo Samosir, yang memang berumur lebih muda dan bukan lagi Generasi Milenial, namun merupakan potensi sebagai generasi muda yang akan datang sebagai pelaku industri pariwisata di Danau Toba khususnya di Kabupaten Smosir, Provinsi Sumatera Utara.

Generasi Milenial, juga dikenal sebagai Generasi Y, merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1980 hingga awal 2000-an dan memiliki karakteristik tertentu. Berikut generasi berdasarkan tahun kelahiran dengan karakteristiknya (Rajagukguk & Sofianto, 2020):

- 1) Baby Boomer (lahir tahun 1946-1964): Generasi ini lahir setelah Perang Dunia II dan cenderung memiliki banyak saudara. Mereka dikenal sebagai generasi yang adaptif dan mudah beradaptasi dengan perubahan. Mereka juga dianggap memiliki pengalaman hidup yang kaya.
- 2) Generasi X (lahir tahun 1965-1980): Generasi X adalah yang pertama tumbuh di era penggunaan komputer pribadi, video game, TV kabel, dan internet. Mereka dikenal dengan minat dalam musik punk dan beberapa perilaku yang mungkin dianggap negatif.
- 3) Generasi Y (lahir tahun 1981-1994): Generasi Milenial lebih mengenal teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, dan media sosial. Mereka juga suka bermain game online.
- 4) Generasi Z (lahir tahun 1995-2010): Generasi ini disebut juga Generasi Internet. Mereka terampil dalam menggunakan teknologi, multitasking, dan berhubungan erat dengan dunia maya.
- 5) Generasi Alpha (lahir tahun 2011-2025): Generasi ini merupakan kelanjutan dari Generasi Z. Mereka cenderung memiliki akses pendidikan yang lebih awal dan memiliki banyak sumber daya. Pimpinan dari Generasi X masih mendominasi, sementara Generasi Y mencari stabilitas dalam karier mereka.

Saat ini, sebagian besar dari mereka berusia di atas 23 tahun hingga awal 30-an. Sebagian besar dari mereka telah menyelesaikan pendidikan mereka dan memasuki dunia kerja. Bahkan, beberapa di antara mereka mungkin sudah mencapai puncak karir mereka. Generasi Milenial dianggap memiliki peran yang sangat penting dalam kemajuan peradaban manusia saat ini. Mereka terlibat aktif dalam pembangunan pariwisata dengan melakukan inovasi, kreativitas, dan kerja sama dengan pemerintah setempat.

Peran Generasi muda khususnya milenial dalam pembangunan pariwisata sangat penting. Mereka aktif terlibat dalam proses pembangunan pariwisata, termasuk dalam kegiatan, inovasi, dan kreativitas yang mereka lakukan secara sadar untuk memajukan desa wisata, seperti yang terjadi di kawasan Danau Toba. Keterlibatan mereka dalam mencapai tujuan bersama juga dijelaskan sebagai keterlibatan spontan yang didasari oleh kesadaran dan tanggung jawab terhadap kepentingan kelompok. Generasi Milenial juga dikenal karena inovasinya. Inovasi merupakan sebagai pengambilan bagian dalam pendekatan baru yang berbeda dari yang sudah ada. Ini bisa berupa ide, gagasan, mental, atau emosi seseorang dalam mencapai tujuan dan tanggung jawabnya. Generasi Milenial dikenal karena berinovasi dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi, sosial politik, dan IPTEKS. Melalui peran dan inovasi mereka, Generasi Milenial memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata dan melestarikan identitas budaya lokal. Generasi Milenial memiliki peran penting dalam pembangunan, inovasi, dan pelestarian budaya. Mereka adalah agen perubahan yang berpotensi besar dalam mengarahkan masa depan pembangunan sosial, ekonomi, dan budaya. (Rajagukguk & Sofianto, 2020)

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan berkunjung langsung ke Kabupaten Samosir. Tim Pengabdian kepada Masyarakat FEB-UKI memberikan ceramah/penyuluhan di kelas mengenai pentingnya peran generasi muda dalam pengembangan pariwisata. Kegiatan ini merupakan rangkaian penelitian dan pengabdian masyarakat di Kawasan Wisata Danau Toba di Kabupaten Samosir. Metode pelaksanaan dimulai dengan perencanaan, persiapan materi, pelaksanaan di lokasi kegiatan, dan evaluasi. Metodologi penulisan paper ini mengadopsi pendekatan kualitatif, sehingga penulis dapat lebih fokus mendalami peran penting generasi muda dalam pengembangan pariwisata baik sebagai pelaku maupun sebagai pelancong, khususnya bagi pelaku-pelaku wisata di kawasan Danau Toba.



Gambar 1. Menuju Lokasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, SMKN1 Simanindo

Berikut metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan:

- Tempat dan Waktu: SMK Negeri 1 Pariwisata Simanindo, Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara pada Bulan September 2022.
- Khalayak Sasaran: Siswa-siswa dan para guru dari SMK Negeri 1 Simanindo
- Metode Pengabdian: Ceramah/penyuluhan di kelas
- Indikator Keberhasilan: Semangat belajar dalam diri para siswa
- Metode Evaluasi: Tanya jawab kepada siswa-siswa dan para guru di tempat praktek lapangan

Hasil dan Pembahasan

Generasi Milenial: Sebagai Pelaku Industri Pariwisata

Generasi milenial, juga dikenal sebagai Gen-Y, adalah kelompok individu yang lahir antara awal tahun 1980 hingga tahun 2000. Mereka disebut demikian karena lahir pada pergantian milenium dan sangat terkait dengan perkembangan teknologi digital. Generasi ini aktif menggunakan berbagai platform komunikasi instan dan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, sehingga sering disebut sebagai generasi internet. Mereka memainkan peran penting dalam era teknologi informasi dan internet. Generasi milenial memiliki kepekaan terhadap perkembangan teknologi yang terus meningkat, dan aktif dalam memanfaatkannya. Generasi milenial juga memiliki potensi besar dalam menciptakan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan pariwisata. Dalam terminologi sosiologi, peran generasi milenial dapat dijelaskan sebagai interaksi sosial yang sesuai dengan budaya dan dunia digital yang mereka kenal. (Yuswohady, 2016; Osin & Purwaningsih, 2020)

Ketika seseorang menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, dia menjalankan suatu peran. Perbedaan antara kedudukan dan peran adalah untuk kepentingan ilmu pengetahuan (Dewi, 2018). Ahkam (2018) mengemukakan bahwa peran mencakup tiga aspek utama:

- 1) Peranan melibatkan norma-norma yang terkait dengan posisi seseorang dalam masyarakat. Dalam konteks generasi milenial, ini bisa berarti bahwa mereka memiliki tanggung jawab dan tugas tertentu dalam pengembangan desa wisata berdasarkan norma-norma budaya yang berlaku.
- 2) Peranan adalah konsep tentang apa yang bisa dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi. Generasi milenial dapat berperan sebagai agen perubahan dan inovasi dalam pengembangan desa wisata, menciptakan konsep-konsep baru dan membawa ide-ide segar.
- 3) Peranan juga merupakan perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat. Generasi milenial dapat berperan aktif dalam mengubah struktur sosial desa wisata dengan membawa perubahan positif melalui kreativitas mereka.

Dengan kata lain, peran generasi milenial dalam pengembangan pariwisata melibatkan keterlibatan aktif mereka dalam proses pembangunan pariwisata. Hal ini mencakup berbagai kegiatan, inovasi, dan kreasi yang dilakukan secara sadar untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik pariwisata tersebut.

Dalam konteks pengembangan desa wisata, generasi milenial dapat berperan sebagai agen perubahan yang membawa ide-ide segar, teknologi baru, dan semangat inovasi. Mereka memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik desa wisata, sehingga membantu meningkatkan pendapatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan demikian, peran generasi milenial dalam pengembangan desa wisata sangat penting untuk mencapai kesuksesan dalam sektor pariwisata.

Berikut peran penting generasi milenial dalam bidang pariwisata serta dampaknya pada pengembangan pariwisata dan keberlanjutan lingkungan (Rajagukguk & Sofianto, 2020).

- Peran Generasi Milenial: Generasi milenial, yang jumlahnya besar, dianggap memiliki peran signifikan dalam mempromosikan pariwisata. Mereka memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda, khususnya melalui teknologi digital. Oleh karena itu, dalam strategi pengembangan pariwisata harus mempertimbangkan cara generasi milenial berkomunikasi.
- Pemerataan Pembangunan: Generasi milenial juga diharapkan dapat berperan dalam pemerataan pembangunan dan mengatasi kesenjangan ekonomi. Pariwisata bisa menjadi alat untuk mencapai tujuan ini dengan memberdayakan desa-desa sebagai tujuan wisata.
- Keterkaitan dengan Sosial dan Lingkungan: Namun, kegiatan pariwisata juga memiliki dampak sosial dan lingkungan yang perlu dikelola dengan baik. Kekhawatiran tentang dampak negatif dari pariwisata, seperti kerusakan lingkungan, memerlukan komitmen dari berbagai pihak, termasuk generasi milenial, untuk menjaga keseimbangan antara pembangunan pariwisata dan pelestarian alam.
- Pengembangan Desa Wisata: Pengembangan desa wisata diharapkan menjadi sumber daya yang berharga bagi Indonesia. Ini bisa menarik wisatawan baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Namun, penting untuk menjaga keaslian dan keutuhan budaya lokal dalam pengembangan ini.
- Keinginan Wisatawan: Terakhir, kejenuhan terhadap jenis pariwisata modern dan keinginan untuk merasakan kehidupan pedesaan serta berinteraksi dengan masyarakat dan budaya lokal menyebabkan perkembangan pariwisata yang berfokus pada pengalaman yang lebih otentik dan alam pedesaan.

Generasi milenial sangat berperan penting dalam pengembangan pariwisata, seperti memberikan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul, serta menjaga keaslian budaya lokal.



Gambar 2. Kegiatan Ceramah/Penyuluhan di SMKN1 Simanindo, Pulau Samosir

Generasi Milenial: Tren Baru dalam Industri Perjalanan dan Pariwisata (Sofronov, 2018).

Generasi milenial, yang umumnya berusia antara 24 hingga 35 tahun, memiliki pengaruh besar di industri pariwisata. Mereka suka bepergian dan mencari pengalaman liburan yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka lebih suka menghabiskan uang untuk perjalanan daripada barang mewah lainnya. Milenial suka bepergian tidak hanya untuk liburan panjang yang memungkinkan mereka merasakan budaya, tetapi juga untuk perjalanan singkat yang spontan. Mereka cenderung memiliki pendapatan lebih tinggi karena menunda pernikahan dan memiliki anak, sehingga perjalanan menjadi prioritas bagi mereka. Milenial sering mencari liburan yang santai karena mereka sering merasa stres, terutama karena berhubungan dengan teman dan pekerjaan mereka secara konstan. Resor all-inclusive sangat populer di kalangan mereka. Milenial lebih dipengaruhi oleh periklanan daripada media sosial. Promosi periklanan yang kuat dapat memengaruhi mereka untuk memesan perjalanan. Mereka juga mencari penawaran terbaik sebelum menyelesaikan pemesanan. Milenial ingin pengalaman liburan yang unik, seperti tur informatif atau aktivitas yang mendalam. Mereka suka menghabiskan uang untuk mewujudkan impian mereka. (Rezdy, 2018)

Generasi milenial adalah pelancong yang lebih sosial dan peduli tentang keselamatan pribadi mereka. Mereka sering bepergian dengan orang lain: 58% dengan orang lain, 43% dengan rekan kerja, dan 15% dengan teman atau keluarga. Sebaliknya, sebagian besar *baby boomer* (71%) bepergian sendiri, dengan sedikit bepergian dengan rekan kerja (23%) atau teman/keluarga (6%). Generasi X berada di tengah-tengah dengan 58% bepergian sendiri, 31% dengan rekan kerja, dan 11% dengan teman/keluarga. Generasi milenial juga lebih sering berkomunikasi saat bepergian. Hampir setengahnya (45%) menghubungi teman/keluarga lebih dari sekali sehari, dibandingkan dengan 38% generasi X dan 29% baby boomer. Mereka juga lebih sering berhubungan dengan klien (55%) dan rekan kerja (41%) dibandingkan dengan generasi X (44% dan 28%) serta baby boomer (35% dan 19%). Penggunaan teknologi juga berbeda antara generasi. Generasi milenial lebih suka menggunakan Skype (31%), sedangkan baby boomer lebih sering menggunakan telepon (51%) ketika berhubungan dengan keluarga. Namun, ketika berkomunikasi dengan rekan kerja, semua generasi lebih suka menggunakan email, meskipun baby boomer lebih cenderung menggunakan email (52%), diikuti oleh generasi X (46%), dan milenial (34%). Dalam menggunakan telepon, generasi milenial (30%) hampir sejajar dengan generasi X (22%) dan baby boomer (22%). (Carlson Wagonlit Travel, 2018)

Generasi milenial menginginkan pengalaman perjalanan yang unik dan terjangkau. Mereka tidak melihat kemewahan seperti generasi sebelumnya; bagi mereka, kemewahan adalah pengalaman yang belum pernah ada untuk dibagikan dengan teman-teman mereka. Mereka selalu mencari pengalaman baru. Generasi ini akan menjadi konsumen utama dalam perjalanan dan pariwisata, sehingga industri harus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Penting untuk memahami pikiran generasi milenial dan bagaimana pengalaman serta nilai-nilai mereka memengaruhi pilihan konsumen di industri perjalanan yang berubah cepat. Selain itu, perlu diingat bahwa generasi milenial di berbagai wilayah memiliki pengalaman yang berbeda, sehingga perlu adaptasi untuk memenuhi preferensi mereka. (Gen C Traveller, 2018)

Asia menjadi rumah bagi sekitar 58% dari seluruh populasi generasi milenial di dunia, dengan India memiliki jumlah milenial terbanyak di seluruh dunia, mencapai 385 juta orang. Afrika Sub-Sahara juga memiliki konsentrasi yang signifikan, menyumbang sekitar 13% dari total milenial global. Ini menggambarkan pentingnya kedua wilayah ini dalam hal pengeluaran konsumen dan potensi pertumbuhan ekonomi di masa depan. Dalam hal perbedaan regional, Eropa dan Asia

adalah wilayah-wilayah di mana populasi generasi milenial berbeda lebih dari satu persentase dalam proporsi mereka terhadap populasi global. Asia sedikit lebih banyak dalam hal jumlah milenial jika dibandingkan dengan proporsi mereka dalam populasi global, sementara Eropa memiliki jumlah milenial yang lebih sedikit daripada proporsi populasi global. Secara mutlak, India, Tiongkok, Amerika Serikat, Indonesia, dan Brasil memiliki jumlah populasi generasi milenial terbesar di dunia. Bersama-sama, mereka menyumbang hampir separuh dari total populasi milenial global, sesuai dengan ukuran populasi besar negara-negara ini. (ATKearney, 2018)

Milenial memiliki minat utama seperti teman, kesenangan, dan budaya digital. Mereka mencari pengalaman baru dalam perjalanan dan tumbuh dengan teknologi, sehingga hotel dan perusahaan perjalanan perlu beradaptasi dengan kebutuhan mereka. Generasi milenial adalah konsumen yang cerdas dan menginginkan nilai yang lebih baik saat bepergian. Mereka mencari pengalaman yang unik dan terjangkau. Mereka juga menciptakan pengaruh sosial mereka sendiri melalui media sosial, jadi memiliki kehadiran yang kuat di platform ini penting bagi bisnis pariwisata. (Crown Verity, 2018)

Generasi milenial, meskipun mengalami tanggung jawab keuangan seperti keluarga, hipotek, dan mobil, masih memiliki pendapatan lebih tinggi dan memprioritaskan kenyamanan dan kepuasan pribadi. Mereka memilih hotel berdasarkan anggaran dan mencari kemewahan yang sesuai dengan anggaran mereka. Di industri perjalanan, tidak hanya cukup merekrut staf, tetapi penting untuk memiliki karyawan yang terampil dan terlatih untuk memenuhi tuntutan pelancong, yang semakin tinggi dalam hal standar pelayanan. Generasi milenial penuh semangat dan petualangan. Mereka ingin pengalaman perjalanan terbaik dan mengharapkan banyak pilihan yang dapat mereka sesuaikan sesuai kebutuhan mereka. Milenial tidak hanya mengikuti tren sosial yang ada, mereka menciptakan tren mereka sendiri melalui media sosial. Mereka mencari saran perjalanan dari orang-orang yang mereka kenal, sehingga hotel dan penyedia layanan catering harus memiliki kehadiran yang kuat di media sosial dan situs web untuk memengaruhi keputusan perjalanan mereka (Crown Verity, 2018).



Gambar 3. Diskusi dan Evaluasi di Ruang Praktik Lapangan, Restaurant SMKN1 Simanindo



Gambar 4. Foto Bersama dengan Para Guru SMKN1 Simanindo, Pulau Samosir

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada siswa-siswa dan para guru SMKN1 Pariwisata Simanindo Samosir, berjalan dengan lancar. Sosialisasi berhasil dengan baik disertai semangat para siswa untuk bercita-cita tinggi menjadi pelaku pariwisata yang berhasil di Pulau Samosir. Generasi muda memiliki peran sentral dalam mengubah industri perjalanan dan pariwisata, dengan preferensi mereka yang unik dan penggunaan teknologi yang intens. Industri ini harus terus beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan generasi muda yang memiliki dampak besar pada ekonomi global dan tren perjalanan.

Generasi muda khususnya milenial, memiliki peran penting dalam pengembangan industri pariwisata. Mereka memiliki karakteristik unik, termasuk preferensi untuk pengalaman perjalanan yang unik dan penggunaan teknologi digital yang intens. Dalam industri pariwisata, generasi milenial cenderung mencari pengalaman perjalanan yang santai, berfokus pada pengalaman yang mendalam, dan lebih sosial dalam perjalanan mereka. Mereka juga berperan sebagai agen perubahan dalam industri ini, memengaruhi pemasaran dan layanan pelanggan melalui media sosial dan teknologi. Penting untuk memahami preferensi dan nilai generasi milenial, serta beradaptasi dengan kebutuhan mereka dalam industri pariwisata.

Generasi muda khususnya milenial, memiliki dampak besar pada industri perjalanan dan pariwisata. Mereka cenderung mencari pengalaman perjalanan yang unik dan terjangkau, lebih suka menghabiskan uang untuk perjalanan daripada barang mewah lainnya. Milenial juga berperan sebagai konsumen yang cerdas, mencari nilai yang lebih baik dalam perjalanan mereka. Mereka memengaruhi tren perjalanan melalui media sosial dan menciptakan pengaruh sosial mereka sendiri dalam industri ini. Penggunaan teknologi berbeda antara generasi, dengan milenial cenderung menggunakan platform digital seperti Skype dan email. Industri perjalanan dan pariwisata harus berinovasi dan beradaptasi dengan preferensi dan nilai generasi milenial untuk mencapai kesuksesan.

Saran pengabdian masyarakat berikutnya berfokus pada pengembangan pariwisata Danau Toba yang berkelanjutan. Seperti berfokus pada pendidikan, pelestarian budaya, pengembangan infrastruktur, dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Dengan demikian pengabdian masyarakat dapat memainkan peran penting dalam mengembangkan pariwisata Danau Toba menjadi destinasi yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Referensi

- Ahkam B. S. (2018). *Peran pemerintah Desa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program Desa wisata*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- ATKearney (2018). "Where Are the Global Millennials?," Accessed from: <https://www.atkearney.com/web/global-business-policy-council/article?/a/where-are-the-global-millennials-2>.
- Azam, M.F., & Rozci, F. 2023. Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Hidroponik Di Desa Musir Lor Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 256-261, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.594>
- Bappenas. (2020). *Integrated Tourism Master Plan Preparation for Lake Toba*. Retrieved from <https://www.bpodt.id/integrated-tourism-masterplan-for-lake-toba>.
- Carlson Wagonlit Travel (2018). "Millennials Like to Travel in Groups – and Are the Most Security Conscious," Accessed from: <https://www.carlsonwagonlit.com/au/en/news/news-releases/20171129-CWT-research--Millennials-like-to-travel-in-groups/>
- Crown Verity (2018). "The Millennials and Catering in the Hospitality & Travel Industry," Accessed from: <https://www.crownverity.com/the-millennials-and-catering-in-the-hospitality-travel-industry/>
- Dewi I.G.A.A.Y. (2018). Peran Generasi Milenial dalam Pengelolaan Sampah Plastik Di Desa Penatih Dangin Puri Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar. *Public Inspiration*, 3(2), 111-125.
- Gen C Traveller (2018). "Travel and Tourism for the Millennial Generation," Accessed from: <https://genctraveller.com/travel-and-tourism-for-the-millennial-generation/>
- Muhtarom, H.Z., Tanjung, A., & Setiawan, R.F. 2023. Peningkatan Kewirausahaan Dalam Bidang Pertanian: Strategi Inovatif Untuk Pembangunan Pertanian Berkelanjutan. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 249-255, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.596>
- Kennedy P.S.J., Tobing S.J.L., Toruan R.L. (2023). Marketing strategy with marketing mix for Lake Toba tourism destination. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship (JoSTE)*. Vol 3(3), 157-174. DOI: <https://doi.org/10.35912/joste.v3i3.1515>
- Osin R.F., Purwaningsih N.K. (2020). Peran Generasi Milenial dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Volume 5, No. 2.
- Rajagukguk P., dan Sofianto K. (2020). Peran Generasi Milenial dalam Pengembangan Desa Wisata di Danau Toba. *Ilmu Budaya, Jurnal Bahasa, Sastra, Seni dan Budaya*, Volume 4, Nomor 3.
- Rezdy (2018). "Millennials: An In-depth Look into the Travel Segment," Accessed from: <https://www.rezdy.com/blog/millennials-depth-look-travel-segment-infographic/>
- Sofronov, Bogdan. (2018). Millennials: A New Trend for The Tourism Industry. *Annals of Spiru Haret University*. Economic Series, Issue 3.
- Yuswohady. (2016). *Millennial Trends 2016*. <http://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>