

SYARAT TAMBAHAN

untuk Usulan ke Guru Besar/Profesor

Hibah Penelitian Kompetitif Nasional

Pemberi Hibah:

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta Pusat 10270

Judul Penelitian

STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA PADA DELAPAN KABUPATEN DI
SEKITAR KAWASAN PARIWISATA DANAU TOBA DALAM MENINGKATKAN
KETAHANAN EKONOMI MASYARAKAT LOKAL

Kontrak

Kontrak Pelaksanaan Penelitian Tahun Anggaran 2022, Nomor
424/LL3/AK.04/2022 tanggal 17 Juni 2022, antara Lembaga Layanan
Pendidikan Tinggi Wilayah III Jakarta Kementerian Pendidikan Kebudayaan,
Riset dan Teknologi dengan Universitas Kristen Indonesia

Nama Dosen Pengusul: Posma Sariguna Johnson Kennedy
NIDN: 0331017403



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman www.dikti.kemdikbud.go.id

20 Januari 2022

Nomor : 0011/E5/2022
Lampiran : 1 berkas
Hal : Pengumuman Pembukaan Proposal Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2022

Yth.

1. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I s.d. XVI
2. Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi Akademik

Berkenaan Penerimaan Proposal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat untuk pendanaan tahun 2022, bersama ini kami sampaikan bahwa dalam rangka meningkatkan partisipasi dosen tetap Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dalam Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, kami membuka **Penerimaan Proposal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat untuk Pendanaan Tahun 2022 mulai tanggal 25 Januari sampai dengan 10 Februari 2022**. Proposal yang kami terima ini adalah **proposal baru** (bukan proposal lanjutan). Skema yang ditawarkan pada daftar Skema Program Penelitian dan Pengabdian Masyarakat sebagai berikut:

1. Skema Penelitian :

a. Skema Penelitian Dasar

- Program Penelitian Dasar
 - Penelitian Dasar Kompetitif Nasional
 - Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi
- Program Penelitian Pembinaan
 - Penelitian Dosen Pemula
 - Penelitian Kerjasama antar Perguruan Tinggi
- Program Penelitian Pascasarjana
 - Penelitian Tesis Magister
 - Penelitian Disertasi Doktor

b. Skema Penelitian Terapan

- Penelitian Terapan Kompetitif Nasional
- Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi

2. Skema Pengabdian Masyarakat :

a. Skema Kemasyarakatan

- Program Kemitraan Masyarakat (PKM)
- Program Kemitraan Masyarakat Stimulus (PKMS)

Pengusulan proposal mengikuti ketentuan **Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi XIII Revisi** (Lampiran 1) dan dilakukan secara daring (*online*) melalui Simlitabmas dengan alamat <http://simlitabmas.kemdikbud.go.id>. Pada penerimaan proposal ini diberlakukan beberapa ketentuan sebagai berikut.

1. Proposal Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat yang akan didanai untuk anggaran tahun 2022 dapat disubmit/dikirim oleh pengusul mulai 25 Januari sampai dengan 10 Februari 2022 di laman <http://simlitabmas.kemdikbud.go.id>.
2. Proposal yang telah disubmit/dikirim ulang/diperbaiki oleh pengusul, selanjutnya diproses persetujuannya oleh **Ketua LP/LPM/LPPM** menggunakan aplikasi Simlitabmas.
3. Proposal yang status *approval* “ditolak” oleh **Ketua LP/LPM/LPPM** tidak dapat diperbaiki.
4. Proposal yang status *approval* “diterima” oleh **Ketua LP/LPM/LPPM** merupakan proposal yang kemudian akan dilakukan seleksi administrasi dan substansi oleh **Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM)**.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon Bapak/Ibu berkenan untuk menyampaikan informasi tersebut di atas kepada para dosen di lingkungan kerja Bapak/Ibu, dan mohon kerjasama Bapak/Ibu yang sebaik-baiknya dalam rangkaian proses penerimaan proposal.

Demikian kami sampaikan untuk dapat ditindaklanjuti, atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

plt. Direktur Riset, Teknologi,
dan Pengabdian Kepada
Masyarakat

TTD

Teuku Faisal Fathani
NIP 197505261999031002

Tembusan:

1. plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi;
2. Rektor/Ketua Perguruan Tinggi terkait;
3. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I-XVI.

Flyer Call Proposal

DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI
Kampus Merdeka INDONESIA JAYA

PENERIMAAN PROPOSAL

Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022

Proposal dapat di submit
25 Januari 2022
s/d
10 Februari 2022

simlitabmas.kemdikbud.go.id

LAUNCHING PENERIMAAN PROPOSAL 2022

Jumat 21 Januari 2022	08.00 WIB		http://ringkas.kemdikbud.go.id/cfpdrtpm2022
			http://ringkas.kemdikbud.go.id/YTcfpdrtpm2022

DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI
Kampus Merdeka INDONESIA JAYA

PANDUAN

PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT KAMPUS MERDEKA

Perguruan Tinggi Penyelenggara Pendidikan Akademik

EDISI XIII REVISI

DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI, RISET, DAN TEKNOLOGI
Kampus Merdeka INDONESIA JAYA

Launching Penerimaan Proposal dilaksanakan pada hari Jumat, 21 Januari 2022 pukul 08.00 WIB pada tautan berikut:

Link zoom : <http://ringkas.kemdikbud.go.id/cfpdrtpm2022>
Link youtube : <http://ringkas.kemdikbud.go.id/YTcfpdrtpm2022>

Penerimaan Proposal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat untuk Pendanaan Tahun 2022 dilaksanakan pada tanggal 25 Januari sampai dengan 10 Februari 2022 dengan skema sebagai berikut:

PENELITIAN

SKEMA PENELITIAN DASAR

1. Program Penelitian Dasar:
Penelitian Dasar Kompetitif Nasional
Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi
2. Program Penelitian Pembinaan:
Penelitian Dosen Pembantu
Penelitian Kerjasama antar perguruan Tinggi
3. Program Penelitian Pascasarjana:
Penelitian Tesis Magister
Penelitian Disertasi Doktor

SKEMA PENELITIAN TERAPAN

Penelitian Terapan Kompetitif Nasional
Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

SKEMA KEMASYARAKATAN

1. Program Kemitraan Masyarakat
2. Program Kemitraan Masyarakat Stimulus

Panduan dan informasi lebih lanjut:
simlitabmas.kemdikbud.go.id

Proposal dapat di submit pada:
25 Januari 2022
s/d
10 Februari 2022



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman www.dikti.kemdikbud.go.id

Nomor : 0072/E5/AK.04/2022

18 Februari 2022

Lampiran : -

Hal : Pengumuman Perpanjangan mengisi kelengkapan Proposal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Pendidikan Tinggi Akademik Tahun 2022

Yth.

1. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I s.d. XVI
2. Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi di lingkungan Ditjen Diktiristek

Menindaklanjuti surat plt. Direktur Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat nomor 0060/E5/2022 tanggal 15 Februari 2022 perihal Pengumuman Perpanjangan Pembukaan Proposal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2022, dan mengoptimalkan proses Penerimaan Proposal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat untuk Perguruan Tinggi Akademik Pendanaan Tahun 2022, maka bersama ini kami sampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Usulan Proposal yang telah didaftarkan **namun belum lengkap dan belum di-submit** pada laman <http://simlitabmas.kemdikbud.go.id> akan diberikan perpanjangan waktu untuk melengkapi dan **men-submit** sampai tanggal **20 Februari 2022 pukul 23:59 WIB**;
2. Usulan Proposal yang telah **di-submit**, namun belum **di-approve** oleh Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi Akademik akan diberikan perpanjangan waktu sampai dengan tanggal **22 Februari 2022 pukul 23:59 WIB**.
3. Setelah tanggal 18 Februari 2022 pukul 23.59, maka simlitabmas tidak dibuka untuk **pengajuan proposal baru**.

Demikian kami sampaikan untuk dapat ditindaklanjuti, atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

plt. Direktur Riset, Teknologi,
dan Pengabdian Kepada Masyarakat,



Teuku Faisal Fathani
NIP 197505261999031002

Tembusan:

1. plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi;
2. Rektor/Ketua Perguruan Tinggi terkait.



PROTEKSI ISI PROPOSAL

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi proposal ini dalam bentuk apapun kecuali oleh pengusul dan pengelola administrasi penelitian

PROPOSAL PENELITIAN 2022

ID Proposal: 115bbef4-5224-48c1-a1f4-d97877127d1f

Rencana Pelaksanaan Penelitian: tahun 2022 s.d. tahun 2025

1. JUDUL PENELITIAN

Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal

Bidang Fokus RIRN / Bidang Unggulan Perguruan Tinggi	Tema	Topik (jika ada)	Rumpun Bidang Ilmu
Sosial Humaniora, Seni Budaya, Pendidikan Penelitian Lapangan Dalam Negeri (Menengah)	Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal	Ekonomi Pembangunan

Kategori (Kompetitif Nasional/ Desentralisasi/ Penugasan)	Skema Penelitian	Strata (Dasar/ Terapan/ Pengembangan)	SBK (Dasar, Terapan, Pengembangan)	Target Akhir TKT	Lama Penelitian (Tahun)	Rencana Jumlah Mahasiswa yang Terlibat dalam Kegiatan MBKM
Penelitian Kompetitif Nasional	Penelitian Dasar Kompetitif Nasional	SBK Riset Dasar	SBK Riset Dasar	3	3	2

2. IDENTITAS PENGUSUL

Nama, Peran	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index
POSMA SARIGUNA JOHNSON KENNEDY Ketua Pengusul	Universitas Kristen Indonesia	Manajemen	Memimpin jalannya penelitian, menyusun program kerja dan mengkoordinir serta mengarahkan tim peneliti. Mengkoordinir sistem pelaporan, mengatur pertemuan-pertemuan dengan mitra peneliti. Mempelajari model-model penyelesaian masalah penelitian, khususnya terkait dengan masalah pengembangan perekonomian masyarakat di desa wisata. Memimpin diskusi-diskusi, mempresentasikan kegiatan penelitian	5988118	1

			kepada semua pihak terkait penelitian. Mengkoordinasikan anggota tim untuk mencari data, melakukan wawancara dengan key person, menyusun work plan, membagi tugas kepada anggota tim, mencari data primer dan sekunder dengan anggota, melakukan analisis data. Melakukan evaluasi dan monitoring kinerja tim peneliti, dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan jalannya penelitian. Bersama tim kerja menganalisis potensi dan masalah desa wisata, mengidentifikasi strategi yang terkait dengan pengembangan kawasan desa wisata.		
Dr SUZANNA JOSEPHINE L TOBING S.E. Anggota Pengusul 1	Universitas Kristen Indonesia	Manajemen	Membuat pedoman wawancara bersama ketua, menjalin net working, mencatat hasil wawancara dengan key person, mencari data primer dan sekunder, melakukan analisis data, mempersiapkan seminar.	5996092	0
RUTMAN LUMBAN TORUAN S.E., M.M. Anggota Pengusul 2	Universitas Kristen Indonesia	Manajemen Perpajakan	Membuat pedoman wawancara bersama ketua, mencatat hasil wawancara dengan key person, mencari data primer dan sekunder, melakukan pengolahan statistik dan analisa data, serta pemanfaatan komputer, sistim infomasi, administrasi dan keuangan.	5990022	1

3. MITRA KERJASAMA PENELITIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan penelitian dapat melibatkan mitra kerjasama, yaitu mitra kerjasama dalam melaksanakan penelitian, mitra sebagai calon pengguna hasil penelitian, atau mitra investor

Mitra	Nama Mitra
Mitra Pelaksana Penelitian	Deswidya Sukrisna Hutaaruk, S.Pd., M.Si.

4. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran Wajib

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (<i>accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya</i>)	Keterangan (<i>url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya</i>)
1	Artikel di Jurnal Internasional Terindeks di Pengindeks Bereputasi	Accepted	Journal of Environmental Management and Tourism

Luaran Tambahan

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (<i>accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya</i>)	Keterangan (<i>url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya</i>)
1	Monograf (Daring)	Online ber ISBN	Global Aksara Press
1	Artikel pada Conference/Seminar Internasional di Pengindeks Bereputasi	Terbit dalam Prosiding	IOP Conference Series
1	Book Chapter	Terbit ber ISBN	AkiNik
1	Buku referensi	Terbit ber ISBN	Global Aksara Pers
1	Artikel di jurnal internasional	Published	Journal of Tourism and Regional Development
1	Artikel pada Conference/Seminar Internasional	Terbit dalam Prosiding	3rd International Academic Conference on Tourism (INTACT) 2022

5. ANGGARAN

Rencana anggaran biaya penelitian mengacu pada PMK yang berlaku dengan besaran minimum dan maksimum sebagaimana diatur pada buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Edisi 13 Revisi.

Total Rp. 458,350,000

Jenis Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Bahan	ATK	Alat tulis kantor	perminggu	32	1,000,000	32,000,000
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	Tinta dan perawatan alat	perbulan	8	1,000,000	8,000,000
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	Konsumsi ketua	perminggu	32	250,000	8,000,000
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	Konsumsi anggota	perminggu	32	200,000	6,400,000
Bahan	Barang Persediaan	Kertas dan foto copy	perminggu	32	250,000	8,000,000
Pengumpulan Data	FGD persiapan penelitian	Persiapan dan keperluan rapat	kegiatan	30	500,000	15,000,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti	Honor pembantu peneliti	perminggu	32	250,000	8,000,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti	Honor koordinator	perminggu	32	500,000	16,000,000
Pengumpulan Data	HR Petugas Survei	Honor petugas survei	perhari	30	500,000	15,000,000
Pengumpulan Data	Tiket	Transportasi udara	PP/terbang	10	2,500,000	25,000,000
Pengumpulan Data	Tiket	Transportasi danau/air	PP/pergi	10	1,000,000	10,000,000
Pengumpulan Data	Tiket	Transportasi darat	perhari	25	500,000	12,500,000
Pengumpulan Data	Uang Harian	Uang saku	perhari	30	1,000,000	30,000,000
Pengumpulan Data	Penginapan	Biaya penginapan	perhari	30	2,000,000	60,000,000
Pengumpulan Data	Biaya konsumsi	Konsumsi	perhari	30	1,000,000	30,000,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Lapangan	Honor pembantu lapangan	perhari	30	100,000	3,000,000
Sewa Peralatan	Peralatan penelitian	Peralatan penunjang dan buku literatur	perbulan	8	1,500,000	12,000,000
Sewa Peralatan	Transport penelitian	Sewa kendaraan	perhari	25	500,000	12,500,000
Analisis Data	HR Sekretariat/Administrasi Peneliti	Honor untuk administrasi	perminggu	25	150,000	3,750,000
Analisis Data	HR Pengolah Data	Honor untuk pengolah data	perminggu	25	150,000	3,750,000
Analisis Data	HR Pengolah Data	Honor pembantu peneliti	perminggu	32	350,000	11,200,000
Analisis Data	Honorarium narasumber	Honor narasumber	lumpsum	15	850,000	12,750,000

Jenis Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Analisis Data	Transport Lokal	BBM dan tol	perminggu	32	500,000	16,000,000
Analisis Data	Transport Lokal	Transportasi peneliti	perminggu	75	100,000	7,500,000
Analisis Data	Biaya konsumsi rapat	Keperluan rapat dan persiapannya	kegiatan	30	500,000	15,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar internasional	Seminar internasional di luar negeri	kegiatan	1	15,000,000	15,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar internasional	Seminar internasional di dalam negeri	kegiatan	2	7,500,000	15,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Publikasi artikel di Jurnal Internasional	Biaya jurnal internasional terindeks bereputasi	kegiatan	1	20,000,000	20,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Publikasi artikel di Jurnal Internasional	Biaya jurnal internasional terindeks	kegiatan	2	7,500,000	15,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya penyusunan buku termasuk book chapter	Biaya pembuatan book chapter	unit	1	1,500,000	1,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya penyusunan buku termasuk book chapter	Biaya pembuatan monograf	unit	1	4,000,000	4,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya penyusunan buku termasuk book chapter	Biaya pembuatan buku referensi	unit	1	5,000,000	5,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya penyusunan buku termasuk book chapter	Biaya pembuatan Haki untuk buku	unit	2	750,000	1,500,000



Tuliskan judul usulan penelitian

JUDUL USULAN

Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal

RINGKASAN

Ringkasan penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, luaran yang ditargetkan, serta uraian TKT penelitian yang diusulkan.

Dalam pengelolaan kawasan pariwisata yang tepat diperlukan integrasi antara kawasan wisata utama dengan daerah atau desa-desa di sekitarnya sebagai pendukung. Untuk itu perlu strategi yang dapat merespon potensi-potensi aktual dari desa-desa wisata menjadi lebih berkembang sehingga dapat mendukung kawasan utama pariwisata, seperti halnya Kawasan Danau Toba. Kawasan Pariwisata Danau Toba yang dikembangkan sebagai program prioritas pemerintah harus berbenah diri, terutama bagi delapan kabupaten di sekitarnya.

Permasalahan penelitian adalah bagaimanakah konsep strategi yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi secara cepat dan berdampak kepada masyarakat lokal. Untuk itu **tujuan** khusus dalam penelitian ini adalah menentukan strategi yang tepat dalam menggali potensi desa-desa wisata yang berada di sekitar kawasan Danau Toba.

Penelitian dilakukan dalam **dua bagian besar**, terbagi dalam **empat tahap** penelitian dalam tiga tahun. **Bagian pertama**, terdiri dari tahap pertama dan kedua adalah pengumpulan berbagai data sekunder dan informasi/data primer mengenai desa wisata di delapan kabupaten sekitar Danau Toba, dan menetapkan satu desa wisata di setiap kabupaten sebagai sampel penelitian. **Bagian kedua**, terdiri dari tahap ketiga dan keempat, merupakan perumusan strategi pengembangan desa wisata, terutama yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat, sumberdaya dan kearifan lokal, sosial budaya dan historis, serta perekonomian desa.

Tahap pertama di tahun pertama dilakukan pengumpulan berbagai data sekunder, seperti teori-teori mengenai pengembangan desa wisata dan regulasinya. Kegiatan dilakukan menggunakan metode kualitatif dan normatif serta melakukan diskusi-diskusi dengan berbagai narasumber. Luaran yang ingin dicapai pada tahap ini adalah pemilihan desa-desa wisata percontohan yang paling berpotensi sebagai sampel, yaitu satu/dua desa di setiap kabupaten dari delapan kabupaten sekitar Danau Toba, dan telaah strategi berupa draft pengembangan ekonomi kawasan desa wisata dengan menggunakan data sekunder.

Tahap kedua, adalah melakukan tinjauan lapangan ke semua sampel desa wisata yang telah dipilih dengan melakukan survei dan kajian-kajian lebih mendalam terutama dari berbagai sumber data primer. Tujuannya adalah untuk memvalidasi data-data sekunder baik kualitatif maupun kuantitatif yang telah disusun sebelumnya. Luaran yang ingin dicapai adalah berbagai data dan informasi dari tinjauan lapangan untuk perumusan strategi pengembangan desa wisata.

Tahap ketiga dan keempat dilaksanakan pada tahun ketiga. **Tahap ketiga** melakukan finalisasi pengumpulan data untuk penyusunan strategi final untuk setiap desa wisata yang menjadi sampel dengan melihat berbagai keunikan karakteristiknya, baik dari sumber data sekunder maupun primer.

Pada **tahap keempat** agar mencapai target tingkat kesiapan teknologi (TKT) 3 menuju penelitian terapan, maka luaran yang ingin dicapai adalah strategi pengembangan desa wisata di sekitar kawasan Danau Toba dan model kebijakannya. Proses perumusannya akan melihat berbagai variabel, seperti regulasi, sosial kemasyarakatan, sumber daya manusia, ekonomi, dan lainnya pada desa wisata tersebut.

Penelitian ini sesuai dengan salah satu topik unggulan dari Rencana Induk Penelitian Universitas, yaitu pembangunan regional dan infrastruktur, serta sosial dan humaniora. **Target TKT** adalah mencapai 3 dimana teknologi tersebut layak secara ilmiah untuk persiapan ke penelitian terapan selanjutnya.

Rencana **target luaran wajib** setiap tahun adalah artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal internasional bereputasi terindeks Scopus. Sedangkan sebagai luaran tambahan setiap tahun adalah artikel di jurnal internasional, publikasi di prosiding seminar internasional terindeks bereputasi, buku referensi, monograf dan *book chapter*.

KATA KUNCI

Kata kunci maksimal 5 kata

Danau Toba; Desa Wisata; Kawasan Pariwisata; Ketahanan Ekonomi; Masyarakat Lokal.

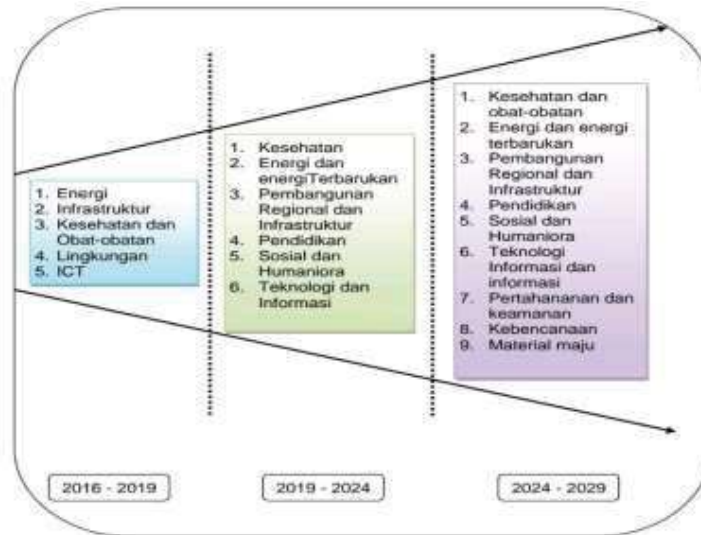
LATAR BELAKANG

Latar belakang penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang dan permasalahan yang akan diteliti, tujuan khusus dan studi kelayakannya. Pada bagian ini perlu dijelaskan uraian tentang spesifikasi keterkaitan skema dengan bidang fokus atau renstra penelitian PT.

Pemerintah menetapkan Kawasan Danau Toba sebagai salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Pada RPJMN 2020-2024, target yang ditetapkan untuk pembangunan pariwisata adalah berorientasi pada target penghasilan masyarakat dari pariwisata, bukan lagi berorientasi pada kedatangan wisatawan. Untuk itu, diciptakan program yang mempunyai tiga target utama, yaitu peningkatan devisa pariwisata, peningkatan jumlah dan keterampilan sumber daya manusia (SDM) pariwisata, serta mendapatkan nilai tambah dari sektor pariwisata.(1)

Dalam pengelolaan kawasan pariwisata yang tepat diperlukan integrasi antara kawasan wisata utama dengan daerah atau desa-desa di sekitarnya sebagai pendukung. Untuk itu perlu strategi yang dapat merespon potensi-potensi aktual dari desa-desa wisata menjadi lebih berkembang sehingga dapat mendukung kawasan utama pariwisata, seperti halnya kawasan Danau Toba.

Rencana penelitian ini sesuai dengan peta jalan tema penelitian unggulan tahun 2019-2024 dari Rencana Induk Penelitian Universitas Kristen Indonesia, yaitu pembangunan regional dan infrastruktur, serta sosial dan humaniora (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Roadmap Penelitian UKI

Permasalahan Penelitian

Banyak potensi wisata tidak dapat dimanfaatkan maksimal karena kesalahan dalam pengelolaan dan pengembangan. Perlu dicari jalan keluar bagaimana mengembangkan potensi wisata secara efektif dan berhasil. Karena itu permasalahan penelitian adalah bagaimanakah konsep strategi tepat yang mendasari perkembangan desa-desa wisata di sekitar Kawasan Danau Toba sebagai konsep yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi secara cepat. Selain itu pemberdayaan masyarakat lokal juga harus dilibatkan sepenuhnya agar pembangunan pariwisata tersebut berdampak kepada perekonomian mereka.

Tujuan Khusus Penelitian

Kawasan Pariwisata Danau Toba yang akan dikembangkan sebagai program prioritas pemerintah harus berbenah diri, terutama bagi delapan kabupaten di sekitarnya. Untuk itu tujuan khusus dalam penelitian ini adalah menentukan strategi yang tepat dalam menggali potensi-potensi desa-desa wisata yang berada di sekitar kawasan wisata utama Danau Toba.

Studi Kelayakan Keutamaan Penelitian

Terdapat delapan kabupaten yang mengelilingi Danau Toba. Kawasan wisata utama Danau Toba yang memiliki daya tarik signifikan didorong oleh aksesibilitas, layanan/produk, dan permintaan saat ini adalah Kabupaten Samosir, Kabupaten Toba, dan Kabupaten Simalungun. Sisanya lima kabupaten, yaitu Kabupaten Pakpak Bharat, Karo, Dairi, Tapanuli Utara dan Humbang Hasundutan belum memiliki daya tarik yang signifikan namun memiliki potensi yang sangat besar.(2)

Kedelapan kabupaten memiliki karakteristik daya tarik wisata (DTW) yang berbeda-beda sehingga memberikan potensi bagi desa-desa wisatanya untuk menarik banyak pengunjung, seperti DTW budaya, DTW alam dan DTW buatan. Langkah percepatan pengembangan yang dilakukan antara lain adalah dengan pembentukan Badan Otorita Pariwisata (BOP). Badan Pelaksana Otorita Danau Toba menetapkan 124 DTW Kawasan Danau Toba, dan melakukan skoring lebih lanjut untuk menentukan signifikansi kawasan. Dihasilkan 31 DTW unggulan, 100 DTW Utama, dan DTW pendukung.(3)

Urgensi atau keutamaan dari penelitian ini adalah perlu dilibatkannya masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata di daerahnya, terutama desa-desa dengan daya tarik wisata di sekitar kawasan Danau Toba. Industri pariwisata merupakan industri penghasil produk jasa yang

penciptaannya membutuhkan SDM yang terlatih. SDM ini bukan hanya harus dapat menciptakan kenyamanan para wisatawan tetapi juga dapat menghasilkan produk kreatif yang dapat mendukung perekonomian mereka. Karena itu perlu adanya sistem pengembangan pariwisata yang terintegrasi agar masyarakat dan para *stakeholder* yang terlibat dapat memberikan jasa dan pelayanan prima kepada wisatawan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka tidak lebih dari 1000 kata dengan mengemukakan *state of the art* dalam bidang yang diteliti/teknologi yang dikembangkan. Penyajian dalam bagan dapat dibuat dalam bentuk JPG/PNG yang kemudian disisipkan dalam isian ini. Sumber pustaka/referensi primer yang relevan dan dengan mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah dan/atau paten yang terkini. Disarankan penggunaan sumber pustaka 10 tahun terakhir.

Fungsi dan sistem pariwisata, terdiri dari dua hal pokok, yaitu permintaan atau pasar sebagai wisatawan yang berkunjung, dan penawaran sebagai destinasi wisata itu sendiri. Tanpa wisatawan yang memiliki keinginan dan kemampuan untuk berwisata, kegiatan pariwisata tidak akan berkembang(4,5). Permintaan dan penawaran suatu kegiatan pariwisata merupakan kekuatan utama dalam perencanaan pariwisata. Sedangkan ketersediaan sarana dan prasarana kegiatan pariwisata dapat mempengaruhi keberlangsungan kegiatan pariwisata di suatu daerah (6). Perencanaan dalam pengembangan pariwisata harus dapat berjalan dengan kedua kekuatan tersebut dalam waktu yang bersamaan.(7,8)

Lima unsur utama penyediaan dalam pariwisata adalah: Atraksi dengan kategori alam (danau, air terjun), buatan (waduk, jembatan) atau budaya yang dimiliki daerah tersebut, seperti budaya dan seni; Transportasi yang memiliki hubungan dengan pengembangan pariwisata; Akomodasi yang lebih ditujukan kepada tempat tinggalnya wisatawan selama melakukan perjalanan; Fasilitas dan layanan pendukung; serta Infrastruktur sebagai penunjang pengembangan pariwisata. Seluruh komponen ini harus saling berkaitan dan dalam keadaan seimbang.(9,10)

Dinamika perkembangan pariwisata seperti *sustainable tourism development*, *village tourism*, *ecotourism* memberikan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya pengembangan wisata dapat dilaksanakan di daerah, bahkan di wilayah perbatasan negara (11,12), bukan hanya perkotaan. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat(13,14).(15)

Potensi Desa-Desa Wisata di Kabupaten Sekitar Danau Toba

Kawasan wisata utama Danau Toba masih memiliki banyak permasalahan dalam mempersiapkan diri sebagai kawasan wisata super prioritas. Diantaranya adalah masalah lingkungan(16,17), infrastruktur terutama transportasi(18), dan akomodasi(19). Namun hingga saat ini masih dilakukan perencanaan dan pembangunan di kawasan utama oleh pemerintah dan dikelola oleh Badan Pelaksana Otorita Danau Toba(20). Selain kawasan utama yang perlu dikembangkan adalah desa-desa di sekitar kawasan Danau Toba dari sisi penawaran untuk mendukung permintaan wisatawan.

Desa-desa berpotensi ini dapat dikembangkan sebagai desa wisata yang dapat mensinergikan peningkatan pengunjung dan pendapatan masyarakat dengan lebih cepat. Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat dan menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku(21).

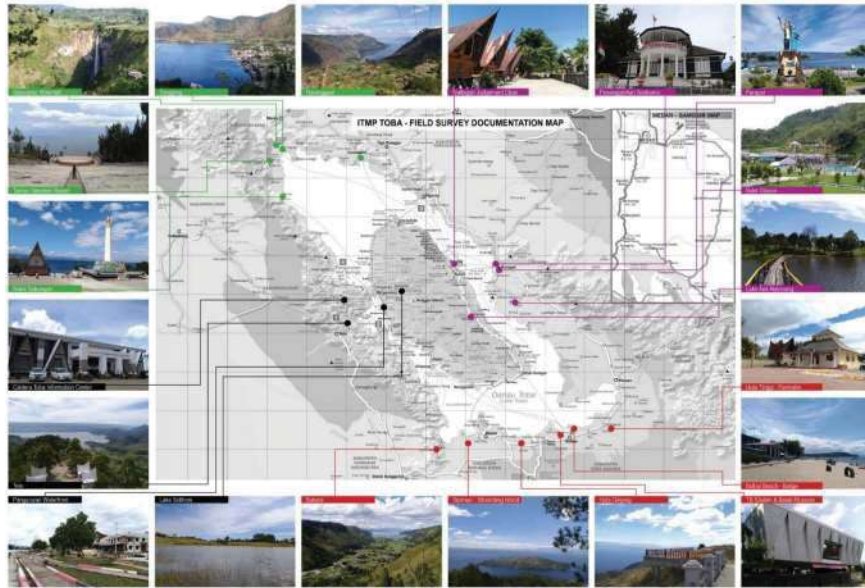
Model pengembangan desa wisata menjadi salah satu bentuk pembangunan nasional yang cukup efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa.(22)

Pengembangan desa wisata diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya. Keaslian juga diutamakan yang dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan tersebut, misalnya ruang, warisan budaya, kegiatan pertanian, bentangan alam, jasa, pariwisata sejarah dan budaya, serta pengalaman yang unik dan eksotis khas daerah. Dengan demikian, pemodelan desa wisata harus terus dan secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas daerah.(13)

Kabupaten Samosir, Kabupaten Toba Samosir, dan Kabupaten Simalungun memiliki desa-desa wisata yang paling potensial dengan keasliannya dalam menarik wisatawan. Lima kabupaten lainnya, yaitu Kabupaten Pakpak Bharat, Karo, Dairi, Tapanuli Utara dan Humbang Hasundutan memiliki potensi yang besar namun belum mampu menarik wisatawan secara signifikan.

Kabupaten Samosir adalah kawasan wisata utama Danau Toba. Lokasi-lokasi menarik di Pulau Samosir yang terutama dan terkenal diantaranya adalah Kursi Batu Raja Siallagan, Desa tomok - Makam Raja Sidabutar, Desa Tuktuk, Desa Ambarita, Pantai Parbaba, Gunung Pusuk Buhit/Aek Rangat. Pada Kabupaten Toba Samosir terdapat destinasi wisata di tepi Danau Toba seluas 500-600 hektar. Balige menjadi kota unggulan wisata di Kabupaten Toba yang menawarkan berbagai arsitektur Batak yang menarik, misalnya pasar tradisionalnya dan Museum Batak TB Silalahi Center. Balige terletak di samping Danau Toba dan merupakan ibu kota Kabupaten Toba, pintu gerbang utama ke Pulau Samosir. Kabupaten Simalungun dikenal dengan kawasan wisata Parapat yang juga termasuk pintu gerbang utama menuju Pulau Samosir. Parapat sebagai kawasan wisata utama memiliki infrastruktur pariwisata yang paling berkembang di antara tujuh kabupaten. Secara geografis, Parapat terletak dekat dengan Pulau Samosir, dan akan semakin diperkuat dengan rencana jalan tol dari Medan sehingga mengurangi waktu tempuh.(2,23)

Kabupaten Tapanuli Utara memiliki Pulau Sibandang yang merupakan pulau terbesar kedua di Danau Toba setelah Pulau Samosir. Selain itu terdapat situs Salib Kristen Siatas Barita, Danau Air Soda di Aek Sianmun dan Pemandian air panas di Kota Tarutung. Kabupaten Dairi memiliki Taman Wisata Iman Sitinjo, dan memiliki artefak religi untuk lima agama yang berbeda. Dairi juga dikenal dengan perkebunan kopi Sidikalang. Kabupaten Karo memiliki Air Terjun Sipisopiso yang terletak di dekat Tongging. Tempat ini menawarkan pemandangan danau yang spektakuler. Selain itu terdapat juga Air terjun Sikulikap, dan Gunung berapi Gunung Sibayak serta Gunung Sinabung. Kabupaten Humbang Hasundutan memiliki Keraton Sisingamangaraja, sebagai Keraton Batak. Selain itu, terdapat batu nisan Raja Sisingamangaraja X dan XI. Di kabupaten ini terdapat juga Air Terjun di Binanga Janji. Kabupaten Pakpak Bharat memiliki Air Terjun Simbilulu yang terletak di Kecamatan Tinada, Desa Prongil.(2,23)



Sumber: Bappenas(3)

Gambar 2. Gambaran Desa-Desa yang Memiliki Daya Tarik Wisata

Strategi

Dalam pengembangan desa wisata perlu strategi yang paling efektif untuk mewujudkannya. Jauch & Glueck(24) mendefinisikan strategi sebagai satu kesatuan rencana komprehensif yang menghubungkan kekuatan strategi desa wisata atau disebut organisasi, dengan lingkungan yang dihadapinya dalam mencapai tujuan. Proses manajemen strategi merupakan cara perencanaan strategi dalam pengambilan keputusan untuk mencapai sasaran. Beberapa tahapan penting yang dirumuskan adalah: Menetapkan visi, misi dan tujuan organisasi; Menganalisa ancaman, peluang, kekuatan, kelemahan (analisa SWOT); Mempertimbangkan alternatif strategi; Memilih Strategi; Evaluasi Strategi.(25,26)

Untuk merumuskan strategi, tahapan yang terpenting adalah melakukan analisa lingkungan yang meliputi lingkungan di luar dan dalam organisasi. Kedua hasil dikombinasikan untuk melihat gambaran kondisi yang sedang dan akan dihadapi oleh organisasi. Kemudian dilakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Threat*). Dari analisis SWOT maka dapat dilakukan penentuan alternatif strategi dan pemilihannya.(25,27)

Strategi harus diimplementasikan sesuai dengan tujuan dan rencana yang ditetapkan. Tahapan ini membutuhkan komitmen dari seluruh *stakeholder* (masyarakat dan perangkat desa). Tahap terakhir proses manajemen strategi adalah evaluasi strategi untuk melihat sejauh mana hasil sekaligus umpan balik dalam proses manajemen strategi.(24,28)

Agar strategi dapat diimplementasikan, haruslah dipilih yang paling tepat sesuai dengan budaya, struktur, sistem, gaya, keterampilan dan nilai yang dapat dihasilkan. Implementasi strategi diperinci secara lebih jelas bagaimana pilihan strategi direalisasikan sesuai dengan yang direncanakan. Beberapa penelitian telah dilakukan tentang manajemen strategi Danau Toba, diantaranya yang dilakukan oleh Kennedy(29), Marpaung et.al(30) dan Nainggolan et.al(31).

Road Map Penelitian

Berikut *road map* dari peneliti:

Peta Jalan Penelitian		
2015-2017	2018-2021	2022-2024
Ekonomi Pertahanan	Ekonomi Wilayah Perbatasan	Ekonomi Kawasan Wisata
Ekonomi Pertahanan Pariwisata	Ekonomi Pertahanan Pengelolaan Wilayah Perbatasan Pariwisata dan Kearifan Lokal di Perbatasan COVID-19	Ekonomi Pertahanan Kawasan Danau Toba Pengembangan Desa Wisata Pemberdayaan Masyarakat dan Kearifan Lokal
Tantangan pertahanan dan ekonomi Indonesia	<i>The defense economics approach to synchronizing defense and economic</i>	
Manajemen anggaran pertahanan nasional	<i>The Long-Term Effects of Defense Expenditure on Economic Growth</i>	
<i>The demand models of national defense budget</i>	<i>The Traditional Threat and Its Impact to National Consumption in Indonesia</i>	
Analisis kebijakan anggaran pertahanan nasional: tinjauan model jangka pendek	<i>The effect of defense spending on private investment</i>	
<i>The effect of Indonesian defense budget on national economic growth</i>	<i>The level of traditional threats of Indonesia's defense, based on natural balance of power</i>	
<i>The Relations of Defense Budget with Investment</i>	<i>Study of Indonesia Logistic Costs</i>	
Pertahanan Indonesia dan pandangan mengenai ancaman serta ambisi	Ancaman nonmiliter: mewujudkan ketahanan pangan dan kedaulatan pangan	
Menghitung indeks kekuatan nasional		
Tingkat militerisasi negara-negara Asean	<i>Strategic issues of Indonesian border area development</i>	
	<i>PKSN strategy (national strategic activities center) based on grand design</i>	
<i>The strategic management of Lake Toba development</i>	<i>The strategy of priority location in state border development</i>	
Pengelolaan ekosistem Danau Toba secara berkelanjutan	Pengelolaan perbatasan dan kelembagaan pusat-daerah	
Pengembangan kawasan pariwisata Danau Toba melalui strategi pembangunan infrastruktur jalan	<i>Health policy problems in Indonesia's border region</i>	
Pengembangan pariwisata Danau Toba ditinjau dari kesiapan akomodasi untuk para wisatawan	Pengelolaan kawasan perbatasan Maluku dan Timor Leste	
	<i>Study of central marine development policy and integrated fisheries border area Indonesia-Timor Leste border issues</i>	
	Analisa kondisi ketahanan energi di perbatasan NTT	
	Indeks pembangunan manusia provinsi NTT di wilayah perbatasan	
	<i>Study of Educational in the Indonesian Border Region in NTT Province</i>	
	<i>Problems of basic health services in the border area of NTT Province</i>	
	Membangun peradaban berbasis pariwisata wajah baru perbatasan Indonesia	
	Peran kearifan lokal dalam pemanfaatan sumber daya laut di Maluku Barat Daya	
	Peranan budaya adat sasi dalam pengelolaan sumber daya laut di perbatasan Maluku Barat Daya (MBD)	
	Potensi Pariwisata Maluku Barat Daya	
	Analisis strategi <i>lockdown</i> /pembatasan sosial dalam menghambat penyebaran COVID-19	
	<i>Change leadership: facing the new normal due to the COVID-19 pandemic</i>	
	<i>Evaluation of the COVID-19 handling programs and economic recovery (PEN)</i>	
	<i>Evaluation of national economic recovery program cluster of micro, small and medium enterprise</i>	

Gambar 3. Road Map Penelitian

METODA

Metode atau cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan ditulis tidak melebihi 600 kata. Bagian ini dilengkapi dengan diagram alir penelitian yang menggambarkan apa yang sudah dilaksanakan dan yang akan dikerjakan selama waktu yang diusulkan. Format diagram alir dapat berupa file JPG/PNG. Bagan penelitian harus dibuat secara utuh dengan penahapan yang jelas, mulai dari awal bagaimana proses dan luarannya, dan indikator capaian yang ditargetkan. Usulan penelitian dasar yang diusulkan dapat mencakup prinsip dasar dari teknologi, formulasi konsep dan/atau aplikasi teknologi, hingga pembuktian konsep (*proof-of-concept*) fungsi dan/atau karakteristik penting secara analitis dan eksperimental. Penelitian Dasar dapat berorientasi kepada penjelasan atau penemuan (*invenisi*) guna mengantisipasi suatu gejala/fenomena, kaidah, model, atau postulat baru yang mendukung suatu proses teknologi, kesehatan, pertanian, dan lain-lain dalam rangka mendukung penelitian terapan. Sebutkan juga kualitas luaran berupa jurnal atau prosiding yang menjadi target. Bagian ini harus juga menjelaskan tugas masing-masing anggota pengusul sesuai tahapan penelitian yang diusulkan.

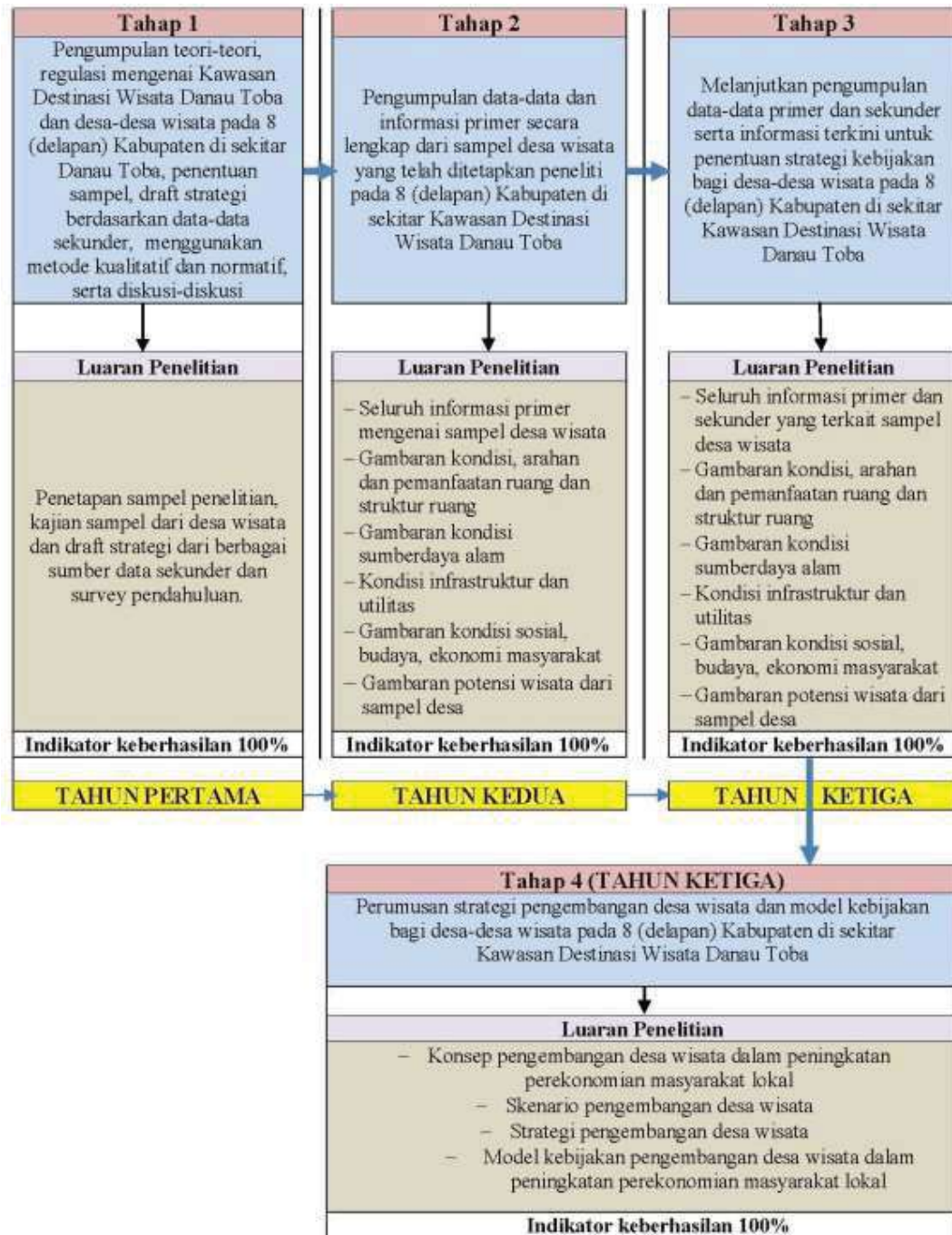
Pengembangan pariwisata di Indonesia harus mengikutsertakan peran serta masyarakat. Penelitian mengenai desa wisata merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang banyak melibatkan masyarakat lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah campuran (*mixed method*), diawali dengan kajian pustaka dalam melihat dan mempelajari teori-teori mengenai pariwisata, desa wisata dan strategi untuk mengembangkannya. Dari kajian ini akan dilihat situasi desa-desa wisata di wilayah penelitian dan menganalisa *gap* yang terjadi (*das sollen* dan *das sein*). Penentuan strategi pengembangan destinasi desa wisata ini menggunakan struktur berpikir seperti gambar berikut ini:



Gambar 4. Manajemen Strategis Destinasi Wisata(32)

Penelitian dilakukan dalam **dua bagian besar**, terbagi dalam **empat tahap penelitian** dalam tiga tahun. **Bagian pertama** adalah pengumpulan berbagai data sekunder dan informasi primer mengenai desa wisata di delapan kabupaten sekitar Danau Toba, dan menetapkan satu/dua desa wisata di setiap kabupaten sebagai sampel penelitian. **Bagian kedua** merupakan perumusan strategi pengembangan desa wisata, terutama yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat, sumberdaya dan kearifan lokal, sosial budaya dan historis, serta perekonomian desa.

Empat tahapan penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 5. Bagan penelitian berupa Diagram alir Pentahapan Penelitian

Dari gambar 5, **tahap pertama** di tahun pertama dilakukan pengumpulan berbagai data sekunder, seperti teori-teori mengenai pengembangan desa wisata khususnya di kawasan Danau Toba dan regulasinya. Kegiatan yang dilakukan adalah menggunakan metode kualitatif dan normative, serta melakukan diskusi-diskusi dengan berbagai narasumber. Luaran yang ingin dicapai pada tahap ini adalah pemilihan desa-desa wisata yang paling berpotensi sebagai sampel percontohan, satu/dua desa di setiap kabupaten dari delapan kabupaten sekitar Danau Toba, dan telaah strategi berupa draft pengembangan ekonomi kawasan desa wisata dengan menggunakan data sekunder.

Tahap kedua, adalah melakukan tinjauan lapangan ke semua sampel desa wisata yang telah dipilih dengan melakukan survei dan kajian-kajian lebih mendalam terutama dari berbagai sumber data primer. Tujuannya adalah untuk memvalidasi data-data sekunder baik kualitatif dan kuantitatif yang telah disusun sebelumnya. Luaran yang ingin dicapai adalah berbagai data dan informasi dari tinjauan lapangan untuk perumusan strategi pengembangan desa wisata.

Tahap ketiga dan keempat dilaksanakan pada tahun ketiga. melakukan finalisasi pengumpulan data untuk penyusunan strategi final untuk setiap desa wisata yang menjadi sampel dengan melihat berbagai keunikan karakteristiknya, baik dari sumber data sekunder maupun primer. Pada **tahap keempat** agar mencapai target tingkat kesiapan teknologi (TKT) 3 menuju persiapan ke penelitian terapan, maka luaran yang ingin dicapai adalah strategi pengembangan desa wisata di sekitar kawasan Danau Toba dan model kebijakannya. Proses perumusannya akan melihat berbagai variabel, seperti regulasi, sosial kemasyarakatan, sumber daya manusia, ekonomi, dan lainnya di desa wisata tersebut.

Teknik analisis penelitian dilakukan dari formulasi konsep hingga pembuktiannya dengan melihat fenomena yang ada di lapangan, seperti berikut:

1. Kajian desa wisata dan lingkungannya. Terdiri dari kajian wilayah secara makro dan mikro.
2. Analisa kawasan desa wisata. Menggunakan sekumpulan alat analisa yang digunakan dalam perencanaan pengembangan kawasan desa wisata.
3. Penyusunan strategi pengembangan desa wisata. Dibuat dalam bentuk skenario pengembangan kawasan melalui perumusan strategi pengembangan desa wisata dengan mengidentifikasi potensi sumberdaya dan masalah-masalahnya. Hasil ini diterjemahkan ke dalam berbagai alternatif strategi dan pemilihannya. Hasil pemilihan strategi selanjutnya diterjemahkan ke sebuah model kebijakan pengembangan desa wisata.

Target luaran wajib adalah artikel ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal internasional bereputasi terindeks Scopus. Sebagai capaian tahunan secara lengkap dapat dilihat pada gambar tabel berikut ini:

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian		
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tam-bahan	Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-3
1	Publikasi di Jurnal Internasional	Artikel di Jurnal Internasional Terindeks di Pengindeks Bereputasi	√		<i>accepted</i>	<i>published</i>	<i>published</i>
		Artikel di Jurnal Internasional		√	<i>published</i>	<i>published</i>	<i>published</i>
2	Publikasi di Prosiding Seminar Internasional	Artikel pada <i>Conference/Seminar</i> Internasional di Pengindeks Bereputasi		√	Terbit	Terbit	Terbit
		Artikel pada <i>Conference/Seminar</i> Internasional		√	Terbit	Terbit	Terbit
3	Buku Cetak Hasil Penelitian	Buku Referensi		√	Terbit ber ISBN	Proses editing	Terbit ber ISBN
		Monograf (cetak)		√	Proses editing	Terbit ber ISBN	Terbit ber ISBN
4	Buku Elektronik Hasil Penelitian	Buku Referensi		√	Proses editing	Terbit ber ISBN	-
		Monograf		√	Terbit ber ISBN	Proses editing	Terbit ber ISBN
5	<i>Book Chapter</i>			√	Terbit ber ISBN	Terbit ber ISBN	Terbit ber ISBN
6	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)		√		3	3	3-4

Gambar 6. Rencana Target Capaian Tahunan dalam Tabelaris

Pembagian tugas kepada anggota dalam membantu ketua adalah, anggota-1 membuat pedoman wawancara, menjalin *net working*, mencatat hasil wawancara dengan informan kunci, mencari data primer dan sekunder, melakukan analisis data, dan mempersiapkan luaran. Sedangkan anggota-2 adalah membuat pedoman wawancara bersama ketua, mencatat hasil wawancara dengan informan kunci, mencari data primer dan sekunder, melakukan pengolahan statistik dan analisa data dengan pemanfaatan komputer, sistim infomasi, administrasi dan keuangan.

JADWAL PENELITIAN

Jadwal penelitian disusun dengan mengisi langsung tabel berikut dengan memperbolehkan penambahan baris sesuai banyaknya kegiatan.

Tahun ke-1

No	Nama Kegiatan	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Persiapan	■											
2.	Pembuatan Proposal	■	■										
3.	Pengumpulan Data			■	■	■	■	■					
4.	Pengolahan Data				■	■	■	■					
5.	Analisis Data					■	■	■					
6.	Pembuatan Laporan Sementara/Laporan Kemajuan						■	■					
7.	Pengiriman Artikel untuk Publikasi						■	■	■				
8.	Pembuatan Luaran Tambahan								■	■			

9.	Penyusunan Laporan Akhir dan Administrasi												
----	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada usulan penelitian yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

1. Drajat, Herry. Target Pariwisata Tidak Lagi pada Jumlah Kedatangan Wisatawan [Internet]. Venuemagz.com. 2019 [cited 25 Januari 2022]. Available from: <https://venuemagz.com/news/target-pariwisata-tidak-lagi-pada-jumlah-kedatangan-wisatawan/>
2. Horwath. Lake Toba, Baseline demand & supply, market demand forecasts, and investment needs. Crowe Howarth Hotel, Tourism, Leisure Services, World Bank Selection #1223583. Jakarta; 2017.
3. Bappenas. Integrated Tourism Masterplan for Danau Toba. Kementerian PPN/Bappenas. Jakarta; 2020.
4. Chadwick, P. A. Concepts, definitions and measures used in travel research. In: J.R. B. Ritchie JRB, Goeldner CR, editors. Travel Tourism and Hospitality Research. New York: John Wiley; 1987.

5. Camilleri MA. The Tourism Industry: An Overview. In: Camilleri MA, editor. *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product: An Introduction to Theory and Practice*. Chapter 1. Milan: Springer; 2017. DOI:10.1007/978-3-319-49849-2_1
6. Haynes P, Fryer G. Human resources, service quality and performance: a case study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2000; 12(4).
7. Cianga N. The impact of tourism activities. A point of view. *Risks and Catastrophe Journal*. 2017; 20:25-40. DOI:10.24193/RCJ2017_02
8. Rabbany MG, Afrin S, Rahman A, Islam F, Hoque F. Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*. 2013; 1(7):117-130.
9. Lea, John P. *Tourism and Development in the Third World*. New York: Routledge Publisher; 1988.
10. Mason P. *Tourism Impacts, Planning and Management*. Amsterdam: Butterworth-Heinemann an imprint of Elsevier Linacre House; 2003.
11. Kennedy PSJ. Wajah Baru Perbatasan Indonesia. In: Nasrudin M, editor. *Membangun Peradaban Berbasis Pariwisata*. Penkalongan: Nasya Expanding Management; 2020.p.167-187.
12. Kennedy PSJ, Tobing SJL, Heatubun AB, Toruan RL. Potensi pariwisata Maluku Barat Daya, sebuah kajian pustaka. In: *Proceeding: national conference of creative industry Universitas Bunda Mulia*. 2018. p.460-475. DOI: <http://dx.doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1229>
13. Sastrayuda GS. Konsep pengembangan kawasan desa wisata. Hand out mata kuliah *concept resort and leisure* [Internet]. 2010. Available from: http://file.upi.edu/Direktori/FPIPS/LAINNYA/GUMELAR_S/HAND_OUT_MATKUL_KONSEP_RESORT_AND_LEISURE/PENGEMBANGAN_KAWASAN_DESA_WISATA.pdf
14. Nugroho I, Negara PD, Yuniar HR. The planning and the development of the ecotourism and tourism village in Indonesia: a policy review. *Journal of Socioeconomics and Development*. 2018; 1(1). DOI:10.31328/jsed.v1i1.532
15. Telfer DJ, Sharpley R. *Tourism and Development in the Developing World*. London: Routledge, Taylor & Francis Group; 2008.
16. Tobing SJL, Kennedy PSJ. Pengelolaan Ekosistem Danau Toba Secara Berkelanjutan (Sustainable Development). In: *Prosiding Seminar Inovasi Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (SIMEA) Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila*. 2017.
17. Kennedy PSJ. Poster No.222: Pengelolaan Ekosistem Danau Toba Secara Berkelanjutan. In: *Prosiding Seminar Inovasi Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi (SIMEA) Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila*. 2017.
18. Kennedy PSJ, Tobing SJL, Toruan RL. Pengembangan Kawasan Pariwisata Danau Toba melalui Strategi Pembangunan Infrastruktur Jalan Menggunakan Analisa Skenario Terbaik. In: *Prosiding Seminar Nasional dan CFP I IDRI Politeknik Negeri Ambon*. 2017.
19. Tobing SJL, Kennedy PSJ. Pengembangan Pariwisata Danau Toba Ditinjau dari Kesiapan Akomodasi untuk Para Wisatawan. In: *Prosiding Seminar Nasional dan CFP I IDRI Politeknik Negeri Ambon*. 2017.
20. Hartoyo, Djoko. Pengembangan Lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas Harus ada Harmonisasi Antar Sektor. *Buletin Sinergi Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah, Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat*. Januari-Februari 2020.
21. Nuryanti, W. *Concept, Perspective and Challenges*. Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press; 1993.
22. Andy H. Tahapan Merintis dan Mengembangkan Desa Wisata [Internet]. ETICON. 2020. [cited 25 Januari 2022]. Available from: <https://eticon.co.id/author/hannif-andy/>

23. BPIW. Inkubasi Kawasan Danau Toba. Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah, Pusat Perencanaan Infrastruktur Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Jakarta; 2017. Available from: http://bpiw.pu.go.id/product/download_attachments?file=Dokumen%20Profil%20Pengembangan%20Kawasan%20Strategis%20%20Resume%20Kawasan%20Danau%20Toba.pdf.
24. Jauch LR, Glueck WF. *Business Policy and Strategic Management*. New York: McGraw-Hill Education; 1988.
25. Pearce J.A, Robinson R.B. *Strategic Management*. New York: McGraw-Hill Education/Irwin Management; 2014.
26. Maleka S. Strategic Management and Strategic Planning Process. In: Conference DTSP Strategic Planning & Monitoring At Pretoria. 2014; 1.
27. David FR, David F. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Boston: Pearson; 2017.
28. Fuertes G, Alfaro M, Vargas M, Gutierrez S, Ternero R, Sabatin J. Conceptual Framework for the Strategic Management: A Literature Review—Descriptive. *Hindawi Journal of Engineering*. 2020. <https://doi.org/10.1155/2020/6253013>
29. Kennedy P.S.J. The Strategic Management of Lake Toba Development. *Economics and Accounting Journal*. 2018; 1(2):138-145. DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/eaj.v1i2.y2018>. Available from: <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/EAJ/article/view/1369>.
30. Marpaung N, Hutabarat MB, Ginting WO. Management Strategy on Lake Toba Development Being 10 Main Tourism Destinations in Indonesia. In: International Conference on Social and Political Development (ICOSOP 2016). *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)* Published by Atlantis Press. 2017; 81(1).
31. Nainggolan M, Turnip F, Tampubolon G, Saragih W, Turnip A. Tourism Development Strategy for the Lake Toba Area. In: *Proceedings of the International Conference on Culture Heritage, Education, Sustainable Tourism, and Innovation Technologies (CESIT)* Published by SCITEPRESS. 2020. p. 638-646. DOI: 10.5220/0010371006380646.
32. Kennedy PSJ, Toruan RL. Poster Manajemen Stratejik Pengembangan Destinasi Wisata Danau Toba. In *Prosiding Seminar Nasional dan CFP I IDRI Politeknik Negeri Ambon*. 2017.

LAMPIRAN 1. BIODATA PENGUSUL**A. BIODATA KETUA PENGUSUL**

Nama	Dr POSMA SARIGUNA JOHNSON KENNEDY S.E., S.T, M.S.E, M.Si
NIDN/NIDK	0331017403
Pangkat/Jabatan	-/Lektor Kepala
E-mail	posmahutasoit@gmail.com
ID Sinta	5988118
h-Index	1

Publikasi di Jurnal Internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	Problems of Basic Health Services in the Border Areas of Indonesia's Nusa Tenggara Timur Province	first author	Acta Sci. Pol. Oeconomia , 2021, 20, 1, 1644-0757, eISSN 2450-047X	https://aspe.sggw.edu
2	THE EFFECT OF DEFENSE SPENDING ON PRIVATE INVESTMENT IN INDONESIA BASED ON HISTORICAL DATA FOR THE PERIOD 1981-2010	first author	PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology, 2021, 18 , 4, 1567-214X	https://archives.pal
3	HEALTH POLICY PROBLEMS IN INDONESIA'S BORDER REGION	first author	Acta Sci. Pol. Oeconomia , 2020, 19, 4, 1644-0757, eISSN 2450-047X	https://aspe.sggw.pl
4	Can ROE Predict PER?		International Journal of Science and Management Studies (IJSMS), 2019, 2, 3, 2581-5946	https://www.ijmsjou
5	Is the Bankruptcy Threat Affecting the Company Stock Returns?	first author	International Research Journal of Nature Science and Technology, 2019, 01 , 04 , 2581-9038	http://repository.uk
6	Study of Educational Thematic Data in the Indonesian Border Region in Nusa Tenggara Timur Province	first author	American Journal of Social Sciences and Humanities , 2019, 4, 1, 2520-5382	http://www.onlinesci
7	The Levels of Militarization in Southeast Asia	first author	EAI Computing and Communication in Emerging Regions - CCER, 2019, 2019, WMA-1 , 2593-7650	https://eudl.eu/doi/
8	Financing Defence: The Influence of Defence Budget on National Economic Growth: An Indonesian Case (SCOPUS Indexed)	first author	The Journal of Social Sciences Research , 2018, Special Issue, 2, 2411-9458	https://arpgweb.com/
9	Mathematical Model: The Long-Term Effects of Defense Expenditure on Economic Growth and the Criticism (SCOPUS Indexed)	first author	Journal of Physics: Conf. Series , 2018, 2018, 1114, 1742-6596	https://iopscience.i
10	The Influence of Organizational Culture toward Work Satisfaction and Motivation to Organizational Commitment in Indonesian Plantation Company	co-author	Advanced Science Letters, 2018, 24, 7, 19366612	https://core.ac.uk/r
11	The Level of Traditional Threats	first author	Atlantis Press/International	http://repository.uk

	of Indonesia's Defense, Based on Natural Balance of Power		Conference on Contemporary Social and Political Affairs (IcoCSPA) , 2018, 2018, IcoCSPA2017, 2352-5398	
12	The Traditional Threat and Its Impact to National Consumption in Indonesia	first author	Advanced Science Letters, 2018, 24, 7, 19366612	http://www.ingentaco
13	The Relations of Defense Budget with Investment: Evidence from Indonesia (SCOPUS Indexed)	first author	International Journal of Economics and Financial Issues, 2016, 6, S6, 2146-4138	http://www.econjournal

Publikasi di Jurnal Nasional Terakreditasi Peringkat 1 dan 2

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing Saham pada Perusahaan Non Keuangan yang Melakukan Initial Public Offering di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018	first author	Journal of Management and Business Review Volume 18, Nomor 2, 2021, 18 , 2 S, 2503-0736 , 1829-8176	https://jmbr.ppm-sch
2	HUBUNGAN FINANCIAL DISTRESS METODE ALTMAN DAN SPRINGATE TERHADAP HARGA SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2019	first author	IKRAITH-EKONOMIKA No 3 Vol 4, 2021, 3, 4, 2654-4946, e2654-7538	https://journals.upi
3	Pengaruh Perubahan PER dan Perubahan EPS terhadap Perubahan Harga Saham Sektor Infrastruktur di BEI	first author	IKRA-ITH Ekonomika, 2021, 4, 1, 2654-4946, e2654-7538	https://journals.upi
4	Sosialisasi New Normal dalam Menghadapi Dampak Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19 kepada Peserta Webinar di Jakarta	first author	IKRAITH-ABDIMAS , 2021, 4, 1, 2654-5721, e 2654-7546	https://journals.upi
5	ANALISIS STRATEGI LOCKDOWN ATAU PEMBATAAN SOSIAL DALAM MENGHAMBAT PENYEBARAN COVID-19	first author	Journal IMAGE, 2020, 9, 1, 2657-0688	https://ejournal.upi
6	DISKUSI MENGENAI INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA PROVINSI NTT KHUSUSNYA DI WILAYAH PERBATASAN DENGAN NEGARA TIMOR LESTE	first author	IKRAITH-ABDIMAS, 2020, 3, 1, 2654-5721	https://journals.upi
7	PEMBERIAN MOTIVASI MENJADI KELUARGA KREATIF KEPADA JAMA'AH MASJID BAITUL MUJTAHIDIN	first author	IKRAITH-ABDIMAS, 2020, 3, 1, 2654-5721, e 2654-7546	https://journals.upi
8	PERAN PUSAT LOGISTIK BERIKAT DAN SYARAT PENDIRIANNYA DALAM Mendukung Pengembangan Supply Chain di Indonesia	first author	Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, 2020, 2, 3, 2654-4946	https://journals.upi

9	THE RELATION OF CORRUPTION POTENTIAL PERCEPTION WITH BUSINESS INTEGRATION, PUBLIC INTEGRATION, AND LOCAL INTEGRATION SYSTEM (FROM CORRUPTION PERCEPTION SURVEY ANALYSIS)	first author	Asia Pacific Fraud Journal, 2020, 5, 2, 2502-695X, 2502-8731	https://apfjournal.o
10	ANALISA KONDISI KETAHANAN ENERGI DI PERBATASAN PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR DENGAN NEGARA TIMOR LESTE	first author	IKRAITH-EKONOMIKA, 2019, 2, 3, 2654-7538	https://journals.upi
11	DETERMINATION OF SHARE INVESTMENT DECISIONS BASED UNDERVALUED OR OVERVALUED WITH CAPM METHOD		JURNAL AKUNTANSI & EKONOMI FE. UN PGRI Kediri, 2019, 4, 3, 2541-0180	https://ojs.unpkedir
12	Diskusi Tentang Peran Kearifan Lokal dalam Pemanfaatan Sumber Daya Laut dengan Kelompok Masyarakat Maluku Barat Daya		25411977, 2019, 4, 1, 25411977	http://ejournal.unik
13	PENENTUAN KEPUTUSAN INVESTASI SAHAM SUB SEKTOR PERKEBUNAN BERDASARKAN CAPITAL ASSET PRICING MODEL (CAPM)		Jurnal Bisnis Darmajaya, 2019, 5, 1, 2407-1552	https://jurnal.darma
14	PENGARUH SPOT RATES DAN FORWARD RATES TERHADAP FUTURES RATES PADA HARGA KOMODITAS OLEIN DI BBJ 2015-2017	first author	Jurnal Derivatif FE-UMM, 2019, 13, 1, 1978-6573	https://fe.ummetro.a
15	THE DEFENSE ECONOMICS APPROACH TO SYNCHRONIZING DEFENSE AND ECONOMIC DEVELOPMENT POLICIES IN INDONESIA		Jurnal Pertahanan: Media Informasi ttg Kajian & Strategi Pertahanan yang Mengedepankan Identity, Nasionalism & Integrity, 2019, 5, 2, 2549-9459	http://jurnal.idu.ac
16	KAJIAN NORMATIF: PENGELOLAAN PERBATAAN DAN KELEMBAGAAN PUSAT-DAERAH BERDASARKAN RENCANA INDUK PENGELOLAAN PERBATASAN NEGARA	first author	IKRAITH EKONOMIKA, 2018, 1, 2, 2654-4946	https://journals.upi
17	MANAJEMEN OPERASIONAL MAINTENANCE DAN REPAIR DEPO PETI KEMAS KOSONG: STUDI KASUS PADA PT GNS JAKARTA	first author	IKRAITH EKONOMIKA, 2018, 1, 2, 2654-4946	https://journals.upi
18	PEMBERIAN MOTIVASI CINTA LINGKUNGAN KEPADA SISWASISWI SMA	first author	IKRAITH-ABDIMAS, 2018, 1, 2, 2654-5721	https://journals.upi
19	THE STRATEGIC MANAGEMENT OF LAKE TOBA DEVELOPMENT	first author	EAJ (ECONOMICS AND ACCOUNTING JOURNAL), 2018, 1, 2, 2614-8455	http://openjournal.u
20	ANALISA PERILAKU FRAUD TIPOLOGI KORUPSI DITINJAU DARI DEMOGRAFI	first author	Ikraith Humaniora, 2017, 1, 2, 2597-5064	https://journals.upi

	PELAKU			
21	HUBUNGAN PERSEPSI POTENSI KORUPSI, DAYA SAING DAN KEMUDAHAN BERUSAHA SERTA DAMPAKNYA PADA PERTUMBUHAN EKONOMI DAERAH (ANALISA DATA DARI SURVEI PERSEPSI KORUPSI)	first author	Ikraith Humaniora, 2017, 1, 2, 2597-5064	https://journals.upi

Prosiding seminar/konferensi internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	PENGEMBANGAN PARIWISATA DANAU TOBA DITINJAU DARI KESIAPAN AKOMODASI UNTUK PARA WISATAWAN	corresponding author	Prosiding Seminar Nasional & CFP I IDRI, 2017, -, -, 2598-7577	http://repository.uk
2	DISKUSI MENGENAI PROGRAM PENDIDIKAN TINGGI DI WILAYAH PERBATASAN KABUPATEN MALUKU BARAT DAYA	first author	Prosiding Seminar Nasional Abdimas 2019, Universitas Esa Unggul, 2019, -, -, 978-602-5596-82-7	http://repository.uk
3	Defense Economy: Essential Role of the TNI on Helping Border Villages in Increasing Community Productivity, Case Study in the Border Area of Nusa Tenggara Timur	first author	ENDINAMOSIS 2019 3rd International Conference on Rural Development and Community Empowerment, ITB Bandung , 2019, 1, 3, 2502-1478	http://repository.uk
4	Pengelolaan Ekosistem Danau Toba Secara Berkelanjutan (Sustainable Development)	corresponding author	Prosiding Seminar Nasional SIMEA, Blue Economy Menembus Globalisasi, 2017, -, -, 978-602-72937-1	http://repository.uk
5	DISKUSI MENGENAI PELAYANAN KESEHATAN DASAR DI DAERAH PERBATASAN PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR, KABUPATEN MALAKA	first author	PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN 2021, "Penelitian dan Pengabdian Inovatif pada Masa Pandemi Covid-19", 2021, -, -, 978-623-6535-49-3	http://prosiding.rci
6	The Level of Traditional Threats of Indonesia's Defense, Based on Natural Balance of Power	first author	Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR), Atlantis Press, 2018, 138, -, 2352-5398	http://repository.uk
7	The Maritime Border Management of Indonesia and Timor Leste: By Military Approach or Welfare Approach?	first author	ACIR Proceedings of Airlangga Conference on International Relations, SciTePress, 2021, 1, -, 978-989-758-493-0	https://www.scitepre
8	PEMBERIAN PENGETAHUAN MENGENAI EKONOMI POLITIK KEPADA REKAN-REKAN ALUMNI	first author	Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro) , 2020, 2, 1, 2714-8599	https://journal.uib
9	CHANGE LEADERSHIP: FACING THE NEW NORMAL DUE TO THE 2019 COVID PANDEMIC	first author	Prosiding 6th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC) 2020 , 2020, , , 978-979-587-937	http://repository.uk
10	STRATEGIC ISSUES OF INDONESIAN BORDER AREA DEVELOPMENT BASED ON	first author	Proceeding International Seminar on Accounting for Society, Universitas Pamulang, 2018, , ,	http://repository.uk

	THE MASTER PLAN 2015-2019		978-602-60738-3-9	
11	THE MILITARIZATION LEVELS OF COUNTRIES IN SOUTHEAST ASIA AS A POTENTIAL TRADITIONAL THREAT IN FORM OF THE "NATURAL BALANCE OF POWER"	first author	1st International Conference of Strategic and Global Studies (ICSGS), Universitas Indonesia, 2017, , , Preprint	-
12	THE DEMAND MODELS OF NATIONAL DEFENSE BUDGET: A LITERATURE REVIEW	first author	Proceeding 2nd Sriwijaya Economics, Accounting and Business Conference 2016, 2016, 2, , 979-587-627-9	-
13	The Relations of Defense Budget with Investment in Indonesian Case	first author	Advances in Economics and Business Issues Research International Conference (AEBIRIC 2016), Malaysia, 2016, , , Preprint	-
14	Program Pertahanan dalam Mendorong Perekonomian Nasional Studi Kasus Pembangunan Jalan Trans Papua	first author	Seminar Nasional Universitas Pertahanan 2017, 2017, , , 2598-7577	-
15	PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA DANAU TOBA MELALUI STRATEGI PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR JALAN MENGGUNAKAN ANALISA SKENARIO TERBAIK	first author	Prosiding Seminar Nasional&CFP I IDRI, 2017, , , 2598-7577	-
16	Pengaruh Pengeluaran Pertahanan dengan Lapangan Kerja: Sebuah Tinjauan Literatur	first author	Seeminar Nasional Multi Displin Ilmu (SENMI VIII), Universitas Budi Luhur, 2017, , , 2087-0930	-
17	Pemberian Pengetahuan dan Diskusi dengan Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Maluku mengenai Masalah-Masalah yang Dihadapi Wilayah Perbatasan Provinsi Maluku dengan Negara Timor Leste	first author	Proceeding of Community Development (COMDEV), 2018, 2, , 2615-2924	https://www.research
18	PEMBERIAN PENGETAHUAN MENGENAI EKONOMI POLITIK KEPADA REKAN-REKAN ALUMNI	first author	Prosiding National Conference for Community Service Project (NaCosPro), UIB, 2020, 2, 1, 2714-8599	http://journal.uib.a
19	Analisis Kebijakan Anggaran Pertahanan Nasional: Tinjauan Model Jangka Pendek dengan Menggunakan ECM (Error Correction Model)	first author	INDONESIAN STATISTICAL ANALYSIS CONFERENCE 2016, Universitas Parahyangan, 2016, , , 2354-6212	http://repository.uk
20	MANAJEMEN ANGGARAN PERTAHANAN NASIONAL	first author	Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis (SNEBIS), 2017, , , 978-602-72236-2-2	http://repository.uk
21	Literature Review: Tantangan terhadap Ancaman Disruptif dari Financial Technology dan Peran Pemerintah dalam Menyikapinya	first author	FORUM KEUANGAN DAN BISNIS INDONESIA, UPI Bandung, 2017, , , 978-602-17225-7-2	http://repository.uk
22	POTENSI PARIWISATA MALUKU BARAT DAYA SEBUAH KAJIAN PUSTAKA	first author	National Conference of Creative Industry, Universitas Bunda Mulia, 2018, , , 2622-7436	https://journal.ubm.
23	PERANAN BUDAYA ADAT SASI DALAM PENGELOLAAN SUMBER DAYA LAUT BERKELANJUTAN DI	first author	PROSIDING SEMINAR DAN LOKAKARYA KUALITATIF INDONESIA 2019, Universitas Matana, 2019, , , 978-623-90796-0-4	http://library.matan

	WILAYAH PERBATASAN MALUKU BARAT DAYA			
--	---	--	--	--

Buku

No	Judul Buku	Tahun Penerbitan	ISBN	Penerbit	URL (jika ada)
1	New Normal Era Edisi II/ VUCA dalam New Normal	2021	978-623- 6995-21-1	ZAHIR PUBLISHING	http://repository.uk
2	PENGELOLAAN WILAYAH PERBATASAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA	2021	978-623- 5874-46-3	Global Aksara Pres	http://repository.uk
3	TELAAH ANCAMAN TRADISIONAL ANTARNEGARA	2021	978-623- 5874-47-0	Global Aksara Pres	http://repository.uk
4	GOTONG ROYONG MENGHADAPI PANDEMI COVID-19/ Dampak COVID-19 terhadap Perekonomian	2020	978-623- 7925-51-4	CV. PENERBIT QIARA MEDIA	http://repository.uk
5	Membangun Peradaban Berbasis Pariwisata/ Wajah Baru Perbatasan Indonesia	2020	978-623- 6906-00-2	PT Nasya Expanding Management	http://repository.uk
6	Current Research in Economic: Water, Energy and Food Security as a Non Military Threat in Indonesia	2019	978-93-5335- 483-1	AkiNik Publications	http://repository.uk
7	Perspectives In Finance "The Impact of Financial Technology Development and the Indonesian Government Regulation"	2019	978-93-5335- 573-9	AkiNik Publications	-
8	Research Trends in Management, Study of Indonesia Logistic Costs	2019	978-93-5335- 394-0	AkiNik Publications	http://repository.uk

Perolehan KI

No	Judul KI	Tahun Perolehan	Jenis KI	Nomor	Status KI (terdaftar/granted)	URL (jika ada)
1	Karya Tulis (Artikel), Judul Ciptaan : STRATEGIC ISSUES OF INDONESIAN BORDER AREA DEVELOPMENT BASED ON THE MASTER PLAN 2015-2019	2019	Paten	000136724	Terdaftar	-
2	Buku, Judul Ciptaan : Gotong Royong Menghadapi Pandemi Covid-19	2020	Hak Cipta		Terdaftar	-
3	Buku, Judul Ciptaan : New Normal Era Jilid II	2021	Hak Cipta		Terdaftar	-
4	Karya Ilmiah, Judul Ciptaan : Financing Defence: The Influence Of Defence Budget On National Economic Growth: An	2019	Paten	000133350	Terdaftar	-

	Indonesian Case					
5	Karya Tulis (Artikel), Judul Ciptaan : Mathematical Model: The Long-Term Effects Of Defense Expenditure On Economic Growth And The Criticism	2019	Paten	000136723	Terdaftar	-

B. ANGGOTA PENGUSUL 1

Nama	Dr SUZANNA JOSEPHINE L TOBING S.E.
NIDN/NIDK	0327105701
Pangkat/Jabatan	-/Lektor
E-mail	yosephine.tobing@uki.ac.id
ID Sinta	5996092
h-Index	0

Publikasi di Jurnal Internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
----	---------------	--	---	------------------------

Publikasi di Jurnal Nasional Terakreditasi Peringkat 1 dan 2

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	Diskusi Tentang Peran Kearifan Lokal dalam Pemanfaatan Sumber Daya Laut dengan Kelompok Masyarakat Maluku Barat Daya		25411977, 2019, 4, 1, 25411977	http://ejournal.unik

Prosiding seminar/konferensi internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
----	---------------	--	---	------------------------

Buku

No	Judul Buku	Tahun Penerbitan	ISBN	Penerbit	URL (jika ada)
----	------------	------------------	------	----------	----------------

Perolehan KI

No	Judul KI	Tahun Perolehan	Jenis KI	Nomor	Status KI (terdaftar/granted)	URL (jika ada)
----	----------	-----------------	----------	-------	-------------------------------	----------------

C. ANGGOTA PENGUSUL 2

Nama	RUTMAN LUMBAN TORUAN S.E., M.M.
NIDN/NIDK	0313126403
Pangkat/Jabatan	-/Lektor
E-mail	rutman.toruan@uki.ac.id
ID Sinta	5990022
h-Index	1

Publikasi di Jurnal Internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
----	---------------	--	---	------------------------

Publikasi di Jurnal Nasional Terakreditasi Peringkat 1 dan 2

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
1	Diskusi Tentang Peran Kearifan Lokal dalam Pemanfaatan Sumber Daya Laut dengan Kelompok Masyarakat Maluku Barat Daya		25411977, 2019, 4, 1, 25411977	http://ejournal.unik

Prosiding seminar/konferensi internasional terindeks

No	Judul Artikel	Peran (First author, Corresponding author, atau co-author)	Nama Jurnal, Tahun terbit, Volume, Nomor, P-ISSN/E-ISSN	URL artikel (jika ada)
----	---------------	--	---	------------------------

Buku

No	Judul Buku	Tahun Penerbitan	ISBN	Penerbit	URL (jika ada)
----	------------	------------------	------	----------	----------------

Perolehan KI

No	Judul KI	Tahun Perolehan	Jenis KI	Nomor	Status KI (terdaftar/granted)	URL (jika ada)
----	----------	-----------------	----------	-------	-------------------------------	----------------



UNIVERSITAS EFARINA

Jl. Sutomo Griya Hapoltakan Raya Kav. 1-10 Pematang Raya – Kabupaten Simalungun
Sumatera Utara, Telp.: (0622) 331578, Fax. (0622) 331578
Kampus II : Jl. Pdt. J. Wismar Saragih No. 1 Pematang Siantar - Sumatera Utara
Telp. (0622) 29844, Fax. (0622) 29844

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Pimpinan Institusi Mitra : Deswidya Sukrisna Hutauruk, S.Pd., M.Si
Nama Institusi/Perusahaan/UKM Mitra : Universitas Efarina
Alamat Kantor : Jl. Pendeta J. Wismar Saragih, Bane, Kec. Siantar Utara.
Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21143
Jabatan : Ketua LPPM Universitas Efarina
Alamat Surel : sukrisna.hutauruk@gmail.com

Bersepakat untuk bermitra dengan :

Nama Ketua Penelitian : Dr. Posma Sariguna Johnson Kennedy Hutasoit, S.T., S.E.,
M.Si., M.SE.
Anggota Penelitian : - Dr. Suzanna Josephine L. Tobing, SE., MS
- Rutman Lumbantorian, SE., MM
Institusi : Universitas Kristen Indonesia
Alamat Kantor : Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Kec. Kramat Jati,
Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630.
Skema/Program Penelitian (PDKN) : Penelitian Dasar Kompetitif Nasional
Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Model Desa Wisata pada Delapan
Kabupaten di sekitar kawasan Pariwisata Danau Toba
Dalam meningkatkan ketahanan Ekonomi Masyarakat
Lokal.
Tahun Pengusulan : 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk penciptaan produk model desa wisata dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan menerima hasil penelitian di tempat/institusi kami.

Demikian surat pernyataan kemitraan penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.



Deswidya Sukrisna Hutauruk, S.Pd., M.Si

PERSETUJUAN USULAN

Tanggal Pengiriman	Tanggal Persetujuan	Nama Pimpinan Pemberi Persetujuan	Sebutan Jabatan Unit	Nama Unit Lembaga Pengusul
16 Februari 2022	17 Februari 2022	Dr AARCE TEHUPEIORY S.H., M.H	Ketua LPPM	LPPM Universitas Kristen Indonesia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman www.dikti.kemdikbud.go.id

Nomor : 0267/E5/AK.04/2022

28 April 2022

Lampiran : 2 berkas

Hal : Pengumuman Penerima Pendanaan Penelitian Program Kompetitif Nasional dan Penugasan di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022 Tahap Pertama

Yth. 1. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I s/d XVI
2. Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi di lingkungan Ditjen Dikdiristek

Berdasarkan Keputusan Kuasa Pengguna Anggaran Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Nomor 033/E5/PG.02.00/2022 tanggal 27 April 2022 tentang Penerima Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Program Penelitian Kompetitif Nasional dan Penugasan di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022 Tahap Pertama, bersama ini kami sampaikan **daftar nama penerima pendanaan penelitian program kompetitif nasional dan penugasan untuk skema penelitian dasar kemitraan tahun anggaran 2022 tahap pertama** (Lampiran I), sedangkan program desentralisasi akan diumumkan kemudian.

Berkenaan dengan hal tersebut, Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) mengucapkan selamat kepada penerima pendanaan penelitian pada tahap pertama. DRTPM juga mengucapkan terima kasih kepada pengusul yang telah berpartisipasi. Selanjutnya, kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk menyampaikan informasi pengumuman ini kepada nama-nama yang tercantum pada lampiran penerima pendanaan penelitian program kompetitif nasional dan penugasan di perguruan tinggi tahun anggaran 2022 tahap pertama.

Perlu kami sampaikan bahwa mekanisme penyaluran dana akan dilakukan melalui kontrak. Berkaitan dengan hal ini, kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kontrak dilakukan secara berjenjang. Untuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN), kontrak dilakukan antara DRTPM dengan Ketua LP/LPM/LPPM. Adapun untuk Perguruan Tinggi Swasta (PTS), kontrak dilakukan melalui Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) masing-masing wilayah;
2. Pencairan dana penelitian dilaksanakan dalam 2 (dua) tahap;
3. Hal-hal lain yang terkait dengan penandatanganan kontrak, pencairan dana, dan pelaksanaan penelitian akan diinformasikan lebih lanjut melalui laman: <http://simlitabmas.kemdikbud.go.id>

Berkaitan dengan data yang diperlukan untuk penandatanganan kontrak, bersama ini kami lampirkan daftar isian borang kontrak (Lampiran II). Kami mohon perkenannya untuk dapat mengisi daftar isian tersebut dan mengunggahnya melalui link <http://ringkas.kemdikbud.go.id/kontrakpenelitian22> paling lambat tanggal 13 Mei 2022. Untuk PTS tidak perlu mengisi daftar isian borang kontrak karena kontrak akan dilakukan dengan LLDIKTI masing-masing wilayah.

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

plt. Direktur Riset, Teknologi, dan
Pengabdian Kepada Masyarakat



Teuku Faisal Fathani
NIP 197505261999031002

Tembusan:
plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi,
Riset, dan Teknologi

Lampiran I (REVISI)

Nomor : 0267/E5/AK.04/2022

Tanggal : 28 April 2022

**PENERIMA PENDANAAN PENELITIAN PROGRAM KOMPETITIF NASIONAL DAN PENUGASAN
DI PERGURUAN TINGGI TAHUN ANGGARAN 2022 TAHAP PERTAMA (REVISI)**

NOMOR	PTN/ LLDIKTI	INSTITUSI	NIDN	NAMA	JUDUL	SKEMA
1	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0111048403	AFRILIUS SIMANJUNTAK	Analisis Kesiapsiagaan Rumah Sakit Grandmed Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang dalam Menghadapi Bencana Pandemi Covid-19	PDP
2	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0109029701	ANGGUN SYAFITRI	EFEKTIVITAS KOMBINASI EKSTRAK DAUN BENALU DUKU (Dendrophloe Pentandra (L.)Miq) DAN LENDIR SIPUT (Achatina fulica) SEBAGAI REPAIRING SKIN DALAM FORMULASI SEDIAAN SERUM	PDP
3	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0101108103	BERLIANA R BR NAIPOSPOS	The Speech Act Used By English Lecturer and Students in Blended Learning During New Normal Life: Pragmatic Linguistic Analysis	PDP
4	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0101078003	EFRATA	EVALUASI BUDAYA PENERAPAN K3 DENGAN KEPUASAN PASIEN DALAM PENCEGAHAN COVID 19 DI PUSKESMAS DELI TUA	PDP
5	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0125029101	EPFIK FANTANTY JAWAK	HUBUNGAN PREDISPOSING FACTOR, REINFORCING FACTOR DENGAN PENERIMAAN TES HIV IBU HAMIL DI PUSKESMAS DELI TUA	PDP
6	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0112056501	HAPOSAN SIAHAAN	Uji Efek Tonikum Ekstrak Etanol Daun Senggani (Melastoma Malabathricum L.) Terhadap Mencit Jantan (Mus Musculus)	PDP
7	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0130109202	HARIATI	HUBUNGAN SELF EFFICACY, SELF ESTEEM, DAN LOKUS KENDALI TERHADAP KEPATUHAN LANSIA MELAKSANAKAN PROTOKOL KESEHATAN PENCEGAHAN COVID-19	PDP
8	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0121108902	HERVIANI SARI	Formulasi dan uji daya terima substitusi garam dapur (NaCl) dengan ekstrak daun basil (Ocimum Basilicum L.) terfortifikasi Iodium terhadap penurunan resiko hipertensi pada lansia	PDP
9	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0101039202	REISY TANE	PENGARUH VICARIOUS LEARNING VIDEO RESPONSIVE FEEDING TERHADAP POLA MAKAN DAN KENAIKAN BERAT BADAN ANAK USIA 6-24 BULAN DI KABUPATEN DELI SERDANG	PDP
10	LLDIKTI I	Institut Kesehatan Deli Husada Deli Tua	0130118003	RENTAWATI PURBA	Perbedaan respon psikologis perawat IGD RSUD Sembiring dalam menghadapi virus covid 19 dan varian baru virus corona di era adaptasi kebiasaan baru.	PDP

599	LLDIKTI III	Universitas Krisnadwipayana	0328087803	YONAS PRIMA ARGA RUMBYARSO	Prediksi Sebaran Oksigen Terlarut Pada Sungai Ciliwung Menggunakan Algoritme Neural Network	PDP
600	LLDIKTI III	Universitas Kristen Indonesia	0312127103	DESI SIANIPAR	FEODALISME PADA BUDAYA SUKU BOTI DI DESA BOTI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN: SUATU KAJIAN PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN	PPS-PTM
601	LLDIKTI III	Universitas Kristen Indonesia	0312127103	DESI SIANIPAR	Pelestarian Budaya Naton Adat Timor Dawan Melalui Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Kristen Kontekstual di SMA Kristen 1 Soe, Kabupaten Timor Tengah Selatan	PPS-PTM
602	LLDIKTI III	Universitas Kristen Indonesia	0118118504	LAMHOT NAIBAHO	Evaluasi Program Pembinaan Kaum Pemulung yang dilakukan oleh GMIM Getsemani Sumompo	PPS-PTM
603	LLDIKTI III	Universitas Kristen Indonesia	0331017403	POSMA SARIGUNA JOHNSON KENNEDY	OPTIMALISASI PELAYANAN KESEHATAN MELALUI PERANCANGAN BANGUNAN RUMAH SAKIT DENGAN STUDI KASUS RS KANKER DHARMAIS	PPS-PTM
604	LLDIKTI III	Universitas Kristen Indonesia	0331017403	POSMA SARIGUNA JOHNSON KENNEDY	Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal	PDKN
605	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0307106701	ACHMAD JAMIL S	Bagaimana Strategi Marketing Politik Pemenangan Azhar Arsyad pada Pileg DPR RI Dapil IX Sulawesi Selatan 2019	PPS-PTM
606	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0319117906	ALFIAN NOVIYANTO	Fabrikasi Pelapis FeCrAl-(B,Si)C Untuk Aplikasi Anti-Oksidasi Suhu Tinggi pada Pembangkit Listrik	PDKN
607	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0327027002	ANDI ADRIANSYAH	OPTIMALISASI SISTEM SOLATUBE PADA PENCAHAYAAN RUANGAN MENGGUNAKAN PENGENDALI PID YANG DITALA OLEH GENETIC ALGORITHM (GA)	PPS-PTM
608	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	8865020016	DARWIN SEBAYANG	REKAYASA TEKNOLOGI DAN IMPLEMENTASI TEKNOLOGI NANO DAN FRAKSINASI PADA PENINGKATAN NILAI TAMBAH JERUK PURUT	PTKN
609	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0311066802	HARI SETIYAWATI	Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persistensi Laba Dan Dampaknya Pada Kualitas Laba	PPS-PTM
610	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0010046408	I GUSTI AYU ARWATI	ANALISIS DESAIN PROTEKSI KATODIK PADA CRUDE OIL BOTTOM TANK PLATE BERUSIA TUA	PPS-PTM
611	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0418116502	LIEN HERLIANI KUSUMAH	Desain Reliability Centered Maintenance (RCM) Untuk Meningkatkan Perawatan Sarana KRL Dengan Metodologi Six-sigma DMAIC: Studi Kasus PT. Kereta Commuter Indonesia	PPS-PTM
612	LLDIKTI III	Universitas Mercu Buana	0418116502	LIEN HERLIANI KUSUMAH	Desain Sistem Enterprise Resource Planning pada Perusahaan Outsource Logistik	PPS-PTM



Universitas Kristen Indonesia

Jakarta, 18 Mei 2022

Jl. Mayjen Sutoyo no.2
Cawang - Jakarta 13630
INDONESIA

Telp. 021.8092425, 8009190
Faks. 021.8093948
E-mail: humas-uki@uki.ac.id
<http://www.uki.ac.id>

Nomor : 0452/UKI.R/PPM.00.01/2022
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : Permohonan Penelitian di Kawasan Pariwisata Danau Toba

Kepada Yth.,
Bapak/Ibu
Daftar Nama Terlampir
Di Tempat

Bersama ini kami mohon izin melakukan penelitian dan memohon arahan serta dialog/diskusi bagi tenaga peneliti kami:

Program Pascasarjana
Fakultas Keguruan dan
Ilmu Pendidikan
Fakultas Sastra dan Bahasa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Fakultas Hukum
Fakultas Kedokteran
Fakultas Teknik
Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
Fakultas Vokasi

1. Nama : **Dr. Posma Sariguna J. K. Hutasoit, S.T., S.E., M.Si, MSE.**
NIDN : **0331017403**
Jabatan : Ketua Peneliti
2. Nama : Dr. Suzanna Josephine L. Tobing, S.E., M.S.
NIDN : 0327105701
Jabatan : Anggota Peneliti
3. Nama : Rutman Lumban Toruan, S.E., M.M.
NIDN : 0313126403
Jabatan : Anggota Peneliti

dalam melakukan Penelitian Simlitabmas dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi - Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, dengan kontrak penelitian Tahun Anggaran 2022 Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah III Jakarta, dengan judul: **“Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal”**, sebagai Penelitian Program Kompetitif Nasional.

Adapun Wilayah yang diteliti adalah di Provinsi Sumatera Utara, yaitu Kabupaten Samosir, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Pakpak Bharat, Kabupaten Karo, Kabupaten Dairi, dan Kabupaten Humbang Hasundutan. Sedangkan dialog/diskusi dengan Lembaga adalah dengan: Pemerintah Pusat, Badan Otorita Pariwisata, dan Pemerintah Daerah seperti Gubernur, TNI, Bupati, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, serta Universitas dan masyarakat lokal di sekitar Danau Toba.

Demikian permohonan kami, kiranya Bapak/Ibu berkenan menerima kunjungan peneliti kami dan sekaligus memberikan arahan agar hasil penelitian dapat optimal dan bermanfaat bagi Pengembangan Desa Wisata di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba.

Atas perhatian dan dukungan Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.


Rektor,
Dr. Dhaniswara K. Harjono, S.H., M.H., M.B.A.

Tembusan:

1. Wakil Rektor bidang Akademik;
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Lampiran Surat Rektor

Nomor : 0452/UKLR/PPM.00.01/2022

Perihal : Permohonan Penelitian di Kawasan Pariwisata Danau Toba

Daftar Nama

1. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Direktorat Jenderal);
2. Gubernur Provinsi Sumatera Utara dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Utara;
3. Badan Otorita Pariwisata (BOP) Danau Toba;
4. Komando Resort Militer 022/Pantai Timur;
5. Bupati Kabupaten Samosir, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
6. Bupati Kabupaten Toba Samosir, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
7. Bupati Kabupaten Simalungun, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
8. Bupati Kabupaten Pakpak Bharat, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
9. Bupati Kabupaten Karo, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
10. Bupati Kabupaten Dairi, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
11. Bupati Kabupaten Tapanuli Utara, dan Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
12. Bupati Kabupaten Humbang Hasundutan, dan Kebudayaan dan Pariwisata serta Badan Terkait;
13. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Samosir;
14. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Toba Samosir;
15. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Simalungun;
16. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Pakpak Bharat;
17. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Karo;
18. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Dairi;
19. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Tapanuli Utara;
20. Pimpinan Daerah Lokal dan Masyarakat di Daerah Wisata/Desa di Kabupaten Humbang Hasundutan;
21. Rektor dan Dosen Universitas Sumatera Utara;
22. Rektor dan Dosen Universitas HKBP Nomensen;
23. Rektor dan Dosen *Del Institute of Technology*;
24. Rektor dan Dosen Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli Utara (UNITA);
25. Rektor dan Dosen Universitas Efarina.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman www.dikti.kemdikbud.go.id

Nomor : 0317/E5/AK.04/2022

19 Mei 2022

Lampiran : 1 berkas

Hal : Penandatanganan Kontrak Pelaksanaan Program Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022

Yth. Bapak/Ibu
dalam daftar undangan terlampir

Berdasarkan Keputusan Kuasa Pengguna Anggaran Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi:

1. Nomor 018/E5/PG.02.00/2022 tanggal 15 Maret 2022 tentang Penerima Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Program Lanjutan di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022.
2. Nomor 032/E5/PG.02.00/2022 tanggal 27 April 2022 tentang Penerima Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022.
3. Nomor 033/E5/PG.02.00/2022 tanggal 27 April 2022 tentang Penerima Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Program Penelitian Kompetitif Nasional dan Penugasan di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022 Tahap Pertama.
4. Nomor 036/E5/PG.02.00/2022 tanggal 28 April 2022 tentang Penerima Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri Program Penelitian Desentralisasi di Perguruan Tinggi Tahun Anggaran 2022.

Bersama ini kami mengundang Bapak/Ibu untuk hadir pada Penandatanganan Kontrak Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022 yang akan diselenggarakan pada:

hari/tanggal : Rabu, 25 Mei 2022

waktu : Pukul 10.00 WIB s.d selesai

tempat : Century Park Hotel Jakarta
Jl. Pintu Satu Senayan - Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270

- acara : 1. Pembukaan
2. Penjelasan teknis terkait dengan Kontrak Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2022
3. Penandatanganan Kontrak Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2022

Untuk keperluan penandatanganan Kontrak Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022, perlu kami sampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Peserta wajib menyampaikan formulir isian data kontrak penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Bagi yang telah mengirimkan formulir isian beserta lampirannya kepada DRTPM, namun ternyata ada perubahan data maka perubahan tersebut agar disampaikan kepada panitia untuk disesuaikan.
2. Apabila ada perubahan atau kesalahan dalam pengisian data lembaga, nama bank, nomor rekening, dan/atau alamat bank yang tidak dilaporkan kepada DRTPM maka penandatanganan kontrak akan ditunda dan berakibat pada tertundanya pencairan dana.

3. Membawa cap/stempel LP/LPM/LPPM/Perguruan Tinggi/LLDIKTI.
4. Membawa meterai Rp.10.000,- sebanyak 25 lembar. Kontrak yang akan ditandatangani sesuai dengan program yang didapatkan oleh masing-masing Perguruan Tinggi atau LLDIKTI.
5. Setiap undangan dipersilakan membawa maksimal satu pendamping.
6. Biaya perjalanan dan akomodasi terkait dengan penandatanganan kontrak ini menjadi tanggung jawab masing-masing unit kerja Saudara.

Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi saudara Anggun: 0857-8588-7275 atau saudara Yasinta: 0857-9539-1503.

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

plt. Direktur Riset, Teknologi, dan
Pengabdian kepada Masyarakat



Teuku Faisal Fathani
NIP 197505261999031002

Tembusan:
plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi,
Riset dan Teknologi.

Lampiran I : Surat Direktur Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat
 Nomor : 0328/E5/AK.04/2022
 Tanggal : 23 Mei 2022

DAFTAR UNDANGAN

No	Nama	Jabatan	Nama Institusi	Jenis Kontrak
1	Ibnu Hajar	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH I	Penelitian & Pengabdian
2	Yuliansyah	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH II	Penelitian & Pengabdian
3	Paristiyanti Nurwardani	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH III	Penelitian & Pengabdian
4	M. Samsuri	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH IV	Penelitian & Pengabdian
5	Aris Junaidi	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH V	Penelitian & Pengabdian
6	Bhimo Widyo Andoko	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH VI	Penelitian & Pengabdian
7	Suprpto	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH VII	Penelitian & Pengabdian
8	I Nengah Dasi Astawa	Kuasa Pengguna Anggaran	LLDIKTI WILAYAH VIII	Penelitian & Pengabdian
9	Andi Lukman	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH IX	Penelitian & Pengabdian
10	Herri	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH X	Penelitian & Pengabdian
11	Muhammad Akbar	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH XI	Penelitian & Pengabdian
12	J.E. Lekatompessy	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH XII	Penelitian & Pengabdian
13	Faisal	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH XIII	Penelitian & Pengabdian
14	Suriel Samuel Mofu	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH XIV	Penelitian & Pengabdian
15	Mangadas Lumban Gaol	Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH XV	Penelitian & Pengabdian
16	Mahludin H. Baruwadi	Plt. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi	LLDIKTI WILAYAH XVI	Penelitian
17	Ernan Rustiadi	Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat	Institut Pertanian Bogor	Penelitian & Pengabdian
18	Wanda Listiani	Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat	Institut Seni Budaya Indonesia Bandung	Penelitian
19	I Komang Arba Wirawan	Ketua Lp2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar	Institut Seni Indonesia Denpasar	Penelitian
20	Yuniarti Munaf	Ketua LPPMPP Institut Seni Indonesia Padang Panjang	Institut Seni Indonesia Padang Panjang	Penelitian
21	Sunardi	Ketua LP2MP3M Institut Seni Indonesia Surakarta	Institut Seni Indonesia Surakarta	Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
LEMBAGA LAYANAN PENDIDIKAN TINGGI
WILAYAH III

Jalan. SMA Negeri 14 Cawang Jakarta Timur 13630
Telepon (021) 8090275 Faksimile. (021) 8094679
Laman: <http://lldikti3.kemdikbud.go.id>

KONTRAK PELAKSANAAN PROGRAM PENELITIAN USULAN BARU
TAHUN ANGGARAN 2022
ANTARA
LEMBAGA LAYANAN PENDIDIKAN TINGGI WILAYAH III
DENGAN
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
NO: 424/LL3/AK.04/2022

Pada hari ini Jumat tanggal Tujuh Belas bulan Juni tahun dua ribu dua puluh dua, kami yang bertandatangan di bawah ini:

1. Paristiyanti Nurwardani : Kepala LLDIKTI WILAYAH III yang berkedudukan di Jl. SMA Negeri 14 Cawang Jakarta Timur Kode Pos 13630 dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama LLDIKTI WILAYAH III untuk selanjutnya disebut **PIHAK KESATU**;
2. Dhaniswara K. Harjono : Rektor UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA yang berkedudukan di Jln. Mayjen Sutoyo No.2 Cawang, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama peneliti di UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA untuk selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**;

PIHAK KESATU dan **PIHAK KEDUA** secara bersama-sama selanjutnya disebut **PARA PIHAK**.

PARA PIHAK sepakat mengikatkan diri dalam Kontrak Pelaksanaan Program Penelitian Tahun Anggaran 2022 yang selanjutnya disebut **Kontrak Penelitian**, dengan ketentuan dan syarat sebagai berikut:

Pasal 1

RUANG LINGKUP

- (1) Ruang lingkup **Kontrak Penelitian** ini meliputi pelaksanaan penelitian tahun anggaran 2022 sebanyak 7 (tujuh) judul penelitian.
- (2) Daftar judul penelitian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) beserta nama pelaksana penelitian, skema, luaran tambahan, jangka waktu penelitian, dan besarnya biaya masing-masing judul penelitian sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari **Kontrak Penelitian** ini.

Pasal 2 SUMBER DANA

PIHAK KESATU memberikan pendanaan **Kontrak penelitian** yang bersumber pada DIPA Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Tahun Anggaran 2022, Nomor SP DIPA- Nomor SP DIPA-023.17.1.690523/2022 revisi ke-02 tanggal 22 April 2022.

Pasal 3 NILAI KONTRAK

- (1) **PIHAK KESATU** memberikan pendanaan **Kontrak Penelitian** dengan nilai kontrak sebesar **Rp. 803.700.000,-** (*Delapan Ratus Tiga Juta Tujuh Ratus Ribu Rupiah*) yang di dalam nilai kontrak tersebut sudah termasuk seluruh biaya pajak sesuai peraturan perundang-undangan.
- (2) Pendanaan pelaksanaan program penelitian dengan nilai kontrak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibayarkan kepada Institusi sebagai berikut:

Nama Institusi	: UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Nomor Rekening	: 078301000010304
Nama penerima	: Universitas Kristen Indonesia
Nama Bank	: BRI
Alamat Bank	: Ruko Cawang Point, Jl. Cawang Baru Raya No. C21 Kel. Bidara Cina, Kec. Jatinegara
Kota	: Jakarta
NPWP Perguruan Tinggi	: 013700026005000

- (3) **PIHAK KESATU** tidak bertanggungjawab atas keterlambatan dan/atau tidak terbayarnya sejumlah dana, yang disebabkan oleh kesalahan **PIHAK KEDUA** dalam menyampaikan informasi institusi sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 4

NILAI DAN TAHAPAN PEMBAYARAN

- (1) Dana pelaksanaan penelitian sebagaimana nilai kontrak yang dimaksud dalam Pasal 3 ayat (1) dibayarkan oleh **PIHAK KESATU** kepada **PIHAK KEDUA** secara bertahap melalui mekanisme transfer, dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. pembayaran tahap pertama sebesar **Rp. 562.590.000,-** (*Lima Ratus Enam Puluh Dua Juta Lima Ratus Sembilan Puluh Ribu Rupiah*) setelah **PIHAK KEDUA** mengirimkan dokumen kontrak yang telah ditandatangani;
 - b. pembayaran tahap pertama sebagaimana dimaksud pada huruf a, akan dibayarkan dengan ketentuan apabila revisi proposal penelitian dan surat pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian telah diunggah ke laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU**;
 - c. pembayaran tahap kedua sebesar **Rp. 241.110.000,-** (*Dua Ratus Empat Puluh Satu Juta Seratus Sepuluh Ribu Rupiah*), dibayarkan setelah pelaksana peneliti mengunggah Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB) ke laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU** paling lambat tanggal 16 Agustus 2022; dan
 - d. apabila pembayaran tahap pertama sebagaimana dimaksud pada huruf a cair setelah tanggal 9 Agustus 2022, pelaksana penelitian mengunggah Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB) ke laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU** paling lambat 2 (dua) minggu setelah dana cair.
- (2) Keberlanjutan pendanaan penelitian lanjutan untuk tahun anggaran berikutnya diberikan berdasarkan hasil penilaian atas capaian penelitian tahun sebelumnya yang dilakukan oleh Komite Penilaian Keluaran Penelitian dan/atau *Reviewer* Keluaran Penelitian.
- (3) **PIHAK KEDUA** harus menyampaikan surat pernyataan telah menyelesaikan seluruh pekerjaan yang dibuktikan dengan pengunggahan pada laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU** paling lambat tanggal 20 November 2022, dengan melampirkan dokumen sebagai berikut:
 - a. Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB); dan
 - b. laporan kemajuan pelaksanaan pekerjaan.
- (4) khusus untuk dana pembayaran 30% yang baru cair setelah tanggal 13 November 2022, **PIHAK KEDUA** mengunggah dokumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) paling lambat 2 (dua) minggu setelah dana dicairkan.

Pasal 5

JANGKA WAKTU PENYELESAIAN

Jangka waktu pelaksanaan penelitian dimulai sejak tanggal 10 Mei hingga 20 November 2022.

Pasal 6

HAK DAN KEWAJIBAN

- (1) **PIHAK KESATU** mempunyai kewajiban:
 - a. memberikan pendanaan penelitian kepada **PIHAK KEDUA**;
 - b. melakukan pemantauan dan evaluasi;
 - c. melakukan penilaian luaran penelitian; dan
 - d. melakukan validasi luaran tambahan.

PIHAK KEDUA mempunyai kewajiban:

- a. Membuat Kontrak Pelaksanaan Penelitian antara Pimpinan PTS dengan Ketua Peneliti yang memuat antara lain:
 1. nama pelaksana;
 2. judul penelitian;
 3. ruang lingkup penelitian;
 4. sumber dana penelitian;
 5. nilai kontrak penelitian;
 6. tata cara dan tahapan pembayaran;
 7. jangka waktu pelaksanaan dan penyelesaian;
 8. hak dan kewajiban para pihak;
 9. batas akhir pelaporan;
 10. pencantuman pemberi dana penelitian dalam publikasi ilmiah;
 11. luaran penelitian;
 12. serah terima luaran penelitian;
 13. kesanggupan pelaksanaan penelitian; dan
 14. sanksi;
 - b. mengoordinir dan bertanggung jawab atas terlaksananya **Kontrak Penelitian** ini yang dilakukan oleh para peneliti lingkungan **PIHAK KEDUA**;
 - c. memantau pengunggahan ke laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU** atas dokumen sebagai berikut:
 1. revisi proposal penelitian;
 2. surat pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian;
 3. catatan harian pelaksanaan penelitian;
 4. laporan kemajuan pelaksanaan penelitian;
 5. Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan;
 6. laporan akhir penelitian (dilaporkan pada tahun terakhir pelaksanaan penelitian); dan
 7. luaran penelitian;
 - d. melakukan penilaian kemajuan pelaksanaan program penelitian setelah ketua pelaksana mengunggah laporan kemajuan pelaksanaan kegiatan ke laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU**, dengan berpedoman kepada prinsip-prinsip dan/atau kaidah program penelitian.
 - e. mengembalikan sisa dana ke kas negara setelah berkoordinasi dengan **PIHAK KESATU**, apabila dalam pelaksanaan penelitian terdapat sisa dana.
- (2) **PIHAK KESATU** mempunyai hak menerima dokumen hasil unggahan di laman yang ditentukan oleh **PIHAK KESATU** sebagai berikut:
- a. revisi proposal penelitian;
 - b. surat pernyataan kesanggupan pelaksanaan penelitian;
 - c. catatan harian pelaksanaan penelitian;
 - d. laporan kemajuan pelaksanaan penelitian;
 - e. Surat Pernyataan Tanggungjawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan;
 - f. laporan akhir penelitian; dan
 - g. luaran penelitian.

- (3) **PIHAK KEDUA** mempunyai hak mendapatkan dana penelitian dari **PIHAK KESATU**.

Pasal 7
PENGGANTIAN KEANGGOTAAN

- (1) Perubahan terhadap susunan tim pelaksana penelitian dapat dibenarkan apabila telah mendapat persetujuan dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.
- (2) Apabila ketua tim pelaksana penelitian tidak dapat menyelesaikan penelitian atau mengundurkan diri, maka **PIHAK KEDUA** wajib menunjuk pengganti ketua tim pelaksana penelitian yang merupakan salah satu anggota tim setelah mendapat persetujuan dari Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi.
- (3) Dalam hal tidak terdapat pengganti ketua tim pelaksana penelitian sesuai dengan syarat dan ketentuan dalam panduan penelitian, maka penelitian dibatalkan dan dana dikembalikan ke Kas Negara.

Pasal 8
PAJAK

Ketentuan pengenaan pajak pertambahan nilai dan/atau pajak penghasilan dalam rangka pelaksanaan kegiatan penelitian ini wajib dilaksanakan oleh **PIHAK KEDUA** sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.

Pasal 9
KEKAYAAN INTELEKTUAL

- (1) Hak Kekayaan Intelektual yang dihasilkan dari pelaksanaan penelitian diatur dan dikelola sesuai dengan ketentuan peraturan dan perundang-undangan.
- (2) Setiap publikasi, makalah, dan/atau ekspos dalam bentuk apapun yang berkaitan dengan hasil penelitian wajib mencantumkan **PIHAK KESATU** sebagai pemberi dana.
- (3) Pencantuman nama **PIHAK KESATU** sebagaimana dimaksud pada ayat (2), paling sedikit mencantumkan nama Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Pasal 10
INTEGRITAS AKADEMIK

- (1) Pelaksana penelitian wajib menjunjung tinggi integritas akademik yaitu komitmen dalam bentuk perbuatan yang berdasarkan pada nilai kejujuran, kredibilitas, kewajaran, kehormatan, dan tanggung jawab dalam kegiatan penelitian yang dilaksanakan.
- (2) Penelitian dilakukan sesuai dengan kerangka etika, hukum, dan profesionalitas serta kewajiban sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Penelitian dilakukan dengan menjunjung tinggi standar ketelitian dan integritas tertinggi dalam semua aspek penelitian.

Pasal 11
KEADAAN KAHAR

- (1) Apabila terjadi keadaan kahar (*force majeure*) suatu keadaan yang terjadi di luar kehendak **PARA PIHAK** dalam kontrak, dan tidak dapat diperkirakan sebelumnya, sehingga kewajiban yang ditentukan dalam kontrak menjadi tidak dapat dipenuhi, maka **PARA PIHAK** sepakat tidak akan saling menuntut pelaksanaan pemenuhan ketentuan dalam **Kontrak Penelitian** ini.
- (2) Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan kahar (*force majeure*) sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pemberontakan, huru-hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan **Kontrak Penelitian** ini.
- (3) Apabila terjadi keadaan kahar (*force majeure*) sebagaimana dimaksud pada ayat (2), maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan kahar (*force majeure*), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak yang berwajib, dan **PARA PIHAK** dengan itikad baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.

Pasal 12
PENYELESAIAN PERSELISIHAN

- (1) Dalam hal terjadi perselisihan atau perbedaan penafsiran terkait **Kontrak Penelitian** ini, **PARA PIHAK** sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah dan mufakat.
- (2) Dalam hal musyawarah dan mufakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak tercapai, **PARA PIHAK** sepakat untuk menyelesaikannya melalui Pengadilan Negeri Jakarta Pusat.

Pasal 13
AMANDEMEN KONTRAK

Apabila terdapat hal lain yang belum diatur atau terjadi perubahan dalam **Kontrak Penelitian** ini, maka akan dilakukan amandemen Kontrak Penelitian.

Pasal 14
SANKSI

- (1) Apabila sampai dengan batas waktu yang telah ditetapkan untuk melaksanakan **Kontrak Penelitian** telah berakhir, **PIHAK KEDUA** tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6 ayat (2), maka **PIHAK KEDUA** dikenai sanksi administratif.
- (2) Apabila dikemudian hari terbukti bahwa judul-judul proposal yang diajukan pada program penelitian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 ditemukan adanya duplikasi dan/atau ditemukan adanya ketidakjujuran/itikad buruk yang tidak sesuai

dengan kaidah ilmiah, maka kegiatan penelitian tersebut dinyatakan batal dan **PIHAK KEDUA** dikenai sanksi administratif.

- (3) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) dapat berupa penghentian pembayaran dan/atau Ketua Tim Pelaksana Penelitian tidak dapat mengajukan proposal penelitian dalam kurun waktu 2 (dua) tahun berturut-turut.

Pasal 15
LAIN-LAIN

Dalam hal **PIHAK KEDUA** berhenti dari jabatannya sebelum **Kontrak Penelitian** ini selesai, maka **PIHAK KEDUA** wajib melakukan serah terima tanggung jawabnya kepada pejabat baru yang menggantikannya.

Pasal 16
PENUTUP

Kontrak Penelitian ini dibuat dan ditandatangani oleh **PARA PIHAK** dalam rangkap 3 (tiga) asli bermeterai cukup yang biayanya dibebankan kepada **PIHAK KEDUA**, untuk tiap-tiap **PIHAK** dan memiliki kekuatan hukum yang sama.

PIHAK KESATU,

Paristiyanti Nurwardani
NIP 196305071990022001



PIHAK KEDUA,

Tempel

Dhaniswara K. Harjono

**LAMPIRAN KONTRAK PROGRAM PENELITIAN
TAHUN ANGGARAN 2022**

No Kontrak 424/L3/AK.04/2022
 Tanggal Kontrak 17 Juni 2022
 Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia
 No DIPA SP DIPA-023.17.1.690523/2022 revisi ke-02 tanggal 22 April 2022
 Unit Organisasi Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah III Jakarta
 Kementerian Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi

Perguruan Tinggi	Skema	Status Usulan	Nama	Judul	Dana Penelitian Tahun 2022	Dana Tahap 1	Dana Tahap 2
Universitas Kristen Indonesia	PTUPT	Baru	BERNADETA NADEAK	PENGARUH LAMA PEMBERIAN ASI TERHADAP STATUS GIZI BALITA USIA 3-24 BULAN SEBAGAI SALAH SATU UPAYA PENURUNAN STUNTING	230.000.000	161.000.000	69.000.000
Universitas Kristen Indonesia	PPS-PTM	Baru	DESI SIANIPAR	FEODALISME PADA BUDAYA SUKU BOTI DI DESA BOTI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN: SUATU KAJIAN PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN	30.000.000	21.000.000	9.000.000
Universitas Kristen Indonesia	PPS-PTM	Baru	DESI SIANIPAR	PELESTARIAN BUDAYA NATONI ADAT TIMOR DAWAN MELALUI PENGEMBANGAN KURIKULUM PENDIDIKAN AGAMA KRISTEN KONTEKSTUAL DI SMA KRISTEN 1 SOE, KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN	26.100.000	18.270.000	7.830.000
Universitas Kristen Indonesia	PPS-PTM	Baru	LAMHOT NAIBAHO	EVALUASI PROGRAM PEMBINAAN KAUM PEMULUNG YANG DILAKUKAN OLEH GMM GETSEMANI SUNOMPO	28.200.000	19.740.000	8.460.000
Universitas Kristen Indonesia	PDUPT	Baru	LAMHOT NAIBAHO	PEMERTAHANAN DAN PELESTARIAN BAHASA DAERAH SEBAGAI JATI DIRI BANGSA INDONESIA YANG MULTI-KULTUR PADA INDUSTRI 4.0	240.000.000	168.000.000	72.000.000
Universitas Kristen Indonesia	PDKN	Baru	POSMA SARIIGUNA JOHNSON KENNEDY	STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA PADA DELAPAN KABUPATEN DI SEKTOR KAWASAN PARIWISATA DANAU TOBA DALAM MENINGKATKAN KETAHANAN EKONOMI MASYARAKAT LOKAL	220.000.000	154.000.000	66.000.000
Universitas Kristen Indonesia	PPS-PTM	Baru	POSMA SARIIGUNA JOHNSON KENNEDY	OPTIMALISASI PELAYANAN KESEHATAN MELALUI PERANCANGAN BANGUNAN RUMAH SAKIT DENGAN STUDI KASUS RS KANKER DHARMAIS	29.400.000	20.580.000	8.820.000
Total					Rp 803.700.000	Rp 562.590.000	Rp 241.110.000



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman www.dikti.kemdikbud.go.id

Nomor : 0429/E5.5/AK.04/2022
Lampiran : 1 berkas
Hal : Pengalihan Simlitabmas ke BIMA

10 Juni 2022

Yth. Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi
di lingkungan Ditjen Diktiristek

Dalam rangka peningkatan layanan sistem untuk penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, dengan ini Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat menginformasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengelolaan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi di bawah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi yang sebelumnya difasilitasi melalui Simlitabmas akan dialihkan kepada **Basis Informasi Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (BIMA)** mulai tanggal 16 Juni 2022.
2. Untuk penerima pendanaan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat tahap pertama (baru) dan lanjutan (*on going*) tahun anggaran 2022, dapat mulai mengunggah revisi proposal dan rencana anggaran biaya, mengunggah surat pernyataan kesanggupan pelaksanaan, mengisi catatan harian pelaksanaan melalui BIMA.
3. Batas waktu unggah revisi proposal dan rencana anggaran biaya paling lambat tanggal 24 Juni 2022.
4. BIMA dapat diakses pada laman <https://bima.kemdikbud.go.id/>
5. Untuk dosen pengusul dapat mengakses BIMA dengan menggunakan *username* dan *password* yang sama dengan Simlitabmas.

Demikian kami sampaikan untuk dapat menjadi perhatian. Atas kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

plt. Direktur Riset, Teknologi, dan
Pengabdian Kepada Masyarakat,



Teuku Faisal Fathani
NIP 197505261999031002

Tembusan:

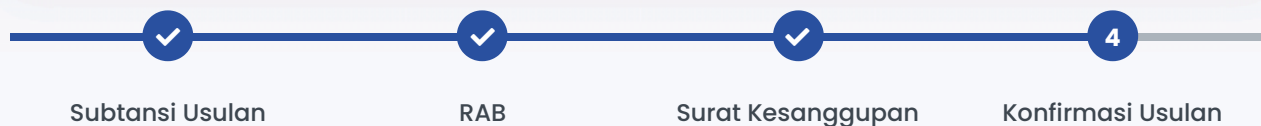
1. plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi,
Riset, dan Teknologi;
2. Rektor Perguruan Tinggi.

Perbaikan Usulan Penelitian



Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal

Penelitian Dasar Kompetitif Nasional | Thn Usulan 2022 | Thn. Pelaksanaan 2022



Auto Saved

Subtansi Usulan

Kelompok Makro Riset

Kelompok Riset lainnya

Unggah File

[Download 3. Penelitian Dasar Kompetitif Nasional – PDKN \(UKI-PosmaSJ.Kennedy\).docx](#)

Catatan Reviewer

- Reviewer 1**
tawaran publikasi internasional tidak jelas di mana, dan riset ini tidak berpotensi untuk diterbitkan
- Reviewer 2**
relevan dengan topik RIRN, tahapan pencapaian output jelas dan rincian RAB lebih fokuskan pada pencapaian outputnya



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
**DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI**

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman: www.dikti.kemdikbud.go.id

Nomor : 1098/E5.4//2022

10 Oktober 2022

Lampiran : Satu Berkas

Hal : Pemberitahuan Monitoring dan Evaluasi
Program Penelitian Tahun Anggaran 2022

Yth.

1. Pimpinan Perguruan Tinggi di Lingkungan Dirjen Diktiristek
2. Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi Penyelenggara Pendidikan Akademik

Dalam rangka peningkatan mutu pengelolaan Program Penelitian yang didanai oleh BOPTN Penelitian melalui Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), bersama ini disampaikan bahwa DRTPM akan melakukan monitoring dan evaluasi (monev) kemajuan penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut, dimohon kerja sama LP/LPM/LPPM untuk menyiapkan beberapa hal berikut:

1. Mengingatkan para dosen penerima pendanaan Program Penelitian di Perguruan Tinggi Saudara untuk mengunggah laporan kemajuan, catatan harian, dan Surat Pertanggungjawaban Belanja 70% di laman BIMA.
2. Melakukan monev internal terhadap seluruh penelitian (mono tahun dan multi tahun) yang didanai oleh BOPTN Penelitian Tahun Anggaran 2022 melalui DRTPM di lingkungan perguruan tinggi masing-masing.
3. Mengunggah rekap hasil penilaian monev internal, surat pengantar dari LPPM dan berita acara pelaksanaan monev penelitian internal yang telah dilaksanakan pada laman <http://ringkas.kemdikbud.go.id/MonevPenelitianPT> paling lambat tanggal 24 Oktober 2022.
4. Kriteria reviewer monev, format borang penilaian monev, format rekap penilaian, format berita acara, dan teknis pelaksanaan monev tertera pada panduan monev internal penelitian (Lampiran 1)

Demikian kami sampaikan untuk dapat ditindaklanjuti, atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Direktur Riset, Teknologi, dan
Pengabdian kepada Masyarakat,



M. Faiz Syuaib
NIP 196708311994021001

Tembusan:

1. Yth. Plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi
2. Yth. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi
Wilayah I s.d XVI



Universitas Kristen Indonesia

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Jl. Mayjen Sutoyo no.2
Cawang - Jakarta 13630
INDONESIA

Tel. 021.8092425, 8009190
Psw. 243
Faks. 021.8093948
E-mail: humas-uki@uki.ac.id
<http://www.uki.ac.id>

Nomor : 924/UKI.LPPM/PPM.00.01/2022 18 Oktober 2022
Hal : Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan
Penelitian Program Desentralisasi dan Penelitian
Program Kompetitif Nasional Ditjen Dikti
Tahun Anggaran 2022
Lampiran : 3 (tiga) berkas

Kepada Yth
Bapak dan Ibu Dosen (terlampir)
Pemenang Hibah Ditjen Dikti
Universitas Kristen Indonesia
Di tempat

Menindaklanjuti surat dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi dengan nomor surat 1098/E5.4/2022 tentang Pemberitahuan Monitoring dan Evaluasi Program Penelitian Penelitian Tahun Anggaran 2022 (terlampir), maka bersama dengan surat ini kami mengundang Bapak dan Ibu Tim Peneliti Pemenang dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi yang akan diselenggarakan pada:

Hari, Tanggal : Jumat, 21 Oktober 2022
Waktu : 09.00 WIB – selesai (**rundown terlampir**)
Tempat : Zoom Meeting

Bapak dan Ibu Tim peneliti kami harapkan dapat mengirimkan Laporan Kemajuan Penelitian melalui email lppm@uki.ac.id , **laporan selambat-lambatnya dapat diterima oleh panitia pelaksana hari rabu tanggal 20 Mei 2022 pukul 12.00 WIB**, serta Tim peneliti diwajibkan mempersiapkan presentasi dalam bentuk Power Point.

Demikian informasi ini kami sampaikan. Atas perhatian serta kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.



Kepala LPPM UKI

Prof. Dr. Hotmaulina Sihotang, M.Pd.

Tembusan:
1. Rektor
2. WRAI

Lampiran I

Daftar Undangan

No	Nama Tim	Judul	Skema
1	Prof. Dr. dr. Bernadetha Nadeak, M.Pd., P.A. Dr. dr. Carmen M. Siagian, M.S., SpGK. Elferida Sormin, S.Si., M.Pd. Landalinus Nahak, S.KM	Pengaruh Lama Pemberian ASI Terhadap Status Gizi Balita Usia 3-24 Bulan Sebagai Salah Satu Upaya Penurunan Stunting	Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi
2	Dr. Desi Sianipar, M.Th., D.Th. Remegises Danial Yohanis Pandie, S.Th.	Feodalisme pada Budaya Suku Boti di Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan: Suatu Kajian Pendidikan Agama Kristen	Penelitian Tesis Magister
3	Dr. Desi Sianipar, M.Th., D.Th. Esti ReginaBoiliu, S.Th.	Pelestarian Budaya Naton Adat Timor Dawan Melalui Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Kristen Kontekstual di SMA Kristen 1 Soe, Kabupaten Timor Tengah Selatan	Penelitian Tesis Magister
4	Dr. Lamhot Naibaho, S.Pd., M.Hum. Eva Monica TeresaKodongan, S.Th	Evaluasi Program Pembinaan Kaum Pemulung yang dilakukan oleh GMIM Getsemani Sumompo	Penelitian Tesis Magister
5	Dr. Lamhot Naibaho, S.Pd., M.Hum. Prof. Dr. dr. Bernadetha Nadeak, M.Pd., P.A. Elferida Sormin, S.Si., M.Pd.	Pemertahanan dan Pelestarian Bahasa Daerah sebagai Jati Diri Bangsa Indonesia yang Multi-Kultur pada Industri 4.0	Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi
6	Dr. Posma S. J. K. Hutasoit, S.E., M.Si., M.SE. Dr. Suzanna Josephine L. Tobing, S.E., M.M. Rutman Lumban Toruan, S.E., M.M.	Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal	Penelitian Dasar Kompetitif Nasional
7	Dr. Posma S. J. K. Hutasoit, S.E., M.Si., M.SE. Aswin Griksa Fitranto, ST. Prof. Dr. Ir. Sri Pare Eni, S.T.	Optimalisasi Pelayanan Kesehatan Melalui Perancangan Bangunan Rumah Sakit dengan Studi Kasus RS Kanker Dharmais	Penelitian Tesis Magister

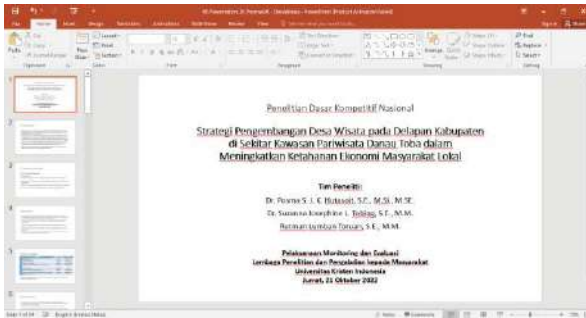
Rundown
Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian
Hibah Ditjen Dikti Tahun Anggaran 2022
Universitas Kristen Indonesia

Hari, Tanggal : Jumat, 21 Oktober 2022
Waktu : 09.00 WIB - selesai

No	Acara	PIC	Waktu
1	Registrasi Peserta	LPPM	08.50 – 09.00
2	Doa Pembuka	LPPM	09.00 – 09.05
3	Pengarahan dan Pembukaan Kegiatan Monitoring Evaluasi	Kepala LPPM UKI Prof. Dr. Hotmaulina Sihotang, M.Pd.	09.05 – 09.10
4	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian I	Dr. Desi Sianipar, M.Th., D.Th., Remegises Danial Yohanis Pandie, S.Th. Judul Penelitian: Feodalisme pada Budaya Suku Boti di Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan: Suatu Kajian Pendidikan Agama Kristen	09.10 – 09.40
5	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian II	Dr. Desi Sianipar, M.Th., D.Th., Esti Regina Boiliu, S.Th. Judul Penelitian: Pelestarian Budaya Natonu Adat Timor Dawan Melalui Pengembangan Kurikulum Pendidikan Agama Kristen Kontekstual di SMA Kristen 1 Soe, Kabupaten Timor Tengah Selatan	09.40 – 10.10
6	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian III	Dr. Posma S. J. K. Hutasoit, S.E., M.Si., M.SE., Dr. Suzanna Josephine L. Tobing, S.E., M.M., Rutman Lumban Toruan, S.E., M.M. Judul Penelitian: Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal	10.10 – 10.40
7	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian IV	Dr. Posma S. J. K. Hutasoit, S.E., M.Si., M.SE., Aswin Griksa Fitrianto, ST., Prof. Dr. Ir. Sri Pare Ani, S.T. Judul Penelitian: Optimalisasi Pelayanan Kesehatan Melalui Perancangan Bangunan Rumah Sakit dengan Studi Kasus RS Kanker Dharmais	10.40 – 11.10
		Istirahat	11.10 – 12.50
Persiapan		LPPM	12.50 – 13.00

No	Acara	PIC	Waktu
8	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian V	Dr. Lamhot Naibaho, S.Pd., M.Hum., Eva Monica TeresaKodongan, S.Th Judul Penelitian: Evaluasi Program Pembinaan Kaum Pemulung yang dilakukan oleh GMIM Getsemani Sumompo	13.00 – 13.30
9	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian IV	Dr. Lamhot Naibaho, S.Pd., M.Hum., Prof. Dr. dr. Bernadetha Nadeak, M.Pd., P.A., Elferida Sormin, S.Si., M.Pd. Judul Penelitian: Pemertahanan dan Pelestarian Bahasa Daerah sebagai Jati Diri Bangsa Indonesia yang Multi-Kultur pada Industri 4.0	13.30 – 14.00
10	Presentasi Monitoring dan Evaluasi Laporan Kemajuan Penelitian IV	Prof. Dr. dr. Bernadetha Nadeak, M.Pd., P.A., Dr. dr. Carmen M. Siagian, M.S., SpGK., Elferida Sormin, S.Si., M.Pd., Landalinus Nahak, S.KM Judul Penelitian: Pengaruh Lama Pemberian ASI Terhadap Status Gizi Balita Usia 3-24 Bulan Sebagai Salah Satu Upaya Penurunan Stunting Studi Kasus RS Kancker Dharmais	14.00 – 14.30
11	Warna sari dan Doa Penutup	LPPM	14.30 – 14.40

Monitoring dan Evaluasi





posma_hutatasoit hutasoit <posmahutasoit@gmail.com>

Laporan Kemajuan

1 message

posma_hutatasoit hutasoit <posmahutasoit@gmail.com>
To: LPPM <lppm@uki.ac.id>

Thu, Oct 20, 2022 at 11:28 AM

Dear LPPM,

Berikut kami kirimkan Laporan Kemajuan yang sudah kami kirimkan melalui website BIMA dengan Ketua Peneliti Dr. Posma Sariguna Johnson Kennedy

1. Penelitian Dasar Kompetitif Nasional. Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal.
2. Penelitian Tesis Magister. Optimalisasi Pelayanan Kesehatan Melalui Perancangan Bangunan Rumah Sakit dengan Studi Kasus RS Kanker Dharmais.

Terima kasih.

attachments

 **00.Laporan_Kemajuan (Simlitabmas2022)_PosmaSJ.Kennedy -DesaWisata.pdf**
412K



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN TINGGI,
RISET, DAN TEKNOLOGI

Jalan Jenderal Sudirman, Senayan, Jakarta 10270
Telepon (021) 57946104, Pusat Panggilan ULT DIKTI 126
Laman www.diktiristek.kemdikbud.go.id

Nomor : 1354/E5.4/AL.04/2022

24 November 2022

Lampiran : -

Hal : Batas Akhir Unggah Laporan Penelitian dan
Pengabdian kepada Masyarakat

Yth.

1. Ketua LP/LPM/LPPM Perguruan Tinggi di lingkungan Ditjen Diktiristek
2. Dosen Penerima Pendanaan BOPTN Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di Lingkungan Dirjen Diktiristek

Sehubungan dengan pelaksanaan Kontrak Program Bantuan Operasional Perguruan Tinggi Negeri (BOPTN) Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022, bersama ini kami sampaikan bahwa Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat akan melaksanakan evaluasi serta penilaian luaran tahun pelaksanaan 2022 sebagai salah satu tahapan pengelolaan program penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Menindaklanjuti hal tersebut, perlu kami sampaikan kepada seluruh dosen penerima pendanaan BOPTN Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2022 untuk segera melakukan pelaporan dengan mekanisme sebagai berikut:

1. Berkas-berkas yang wajib diunggah adalah sebagai berikut:
 - a. Laporan kemajuan tahun pelaksanaan 2022 (jika belum mengunggah)
 - b. Laporan akhir tahun pelaksanaan 2022
 - c. Pelaporan status Luaran Wajib dan Luaran Tambahan dilaksanakan bersamaan dengan pengisian laporan kemajuan dan laporan akhir. Adapun perkembangan status capaian luaran dapat dilakukan sewaktu-waktu
 - d. Surat Pernyataan Tanggung Jawab Belanja (SPTB) atas dana penelitian yang telah ditetapkan (dana 100%)
 - e. Laporan penggunaan anggaran atas dana pengabdian kepada masyarakat yang telah ditetapkan (dana 100%)
2. Berkas-berkas pelaporan diunggah ke laman BIMA paling lambat tanggal 30 November 2022
3. Evaluasi laporan akhir penelitian akan dilaksanakan pada tanggal 2-11 Desember 2022.

Kami mohon bantuan Ketua LP/LPPM untuk dapat memberitahukan kepada seluruh dosen penerima memantau pengunggahan berkas-berkas laporan tersebut agar dapat diselesaikan sesuai jadwal yang telah ditentukan.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Direktur Riset, Teknologi, dan
Pengabdian kepada Masyarakat



M. Faiz Syuaib
NIP. 196708311994021001

Tembusan :

plt. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi

Judul Kegiatan

Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal

Penelitian - Penelitian Kompetitif Nasional

Tahun Pelaksanaan 2022 (Tahun ke 1 dari 3)







[← Kembali](#)









Pilih Bulan





















Pilih Tahun





















[+ Tambah](#)





















No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
1	25 November 2022	Menyelesaikan Laporan Akhir Penelitian dan memasukkan ke website BIMA	3	1	 
2	21 October 2022	Monev yang dilakukan oleh LPPM Universitas Kristen Indonesia	2	4	 
3	15 October 2022	Mengikuti konferensi internasional TICESH, Tidar International Conference on Education and Social Humanity 2022	1	3	 
4	01 October 2022	Mengikuti Seminar Nasional Ikraith, Presentasi mengenai "Tano Ponggol"	1	3	 
5	29 September 2022	Kembali ke Jakarta dan evaluasi singkat	1	2	 
6	27 September 2022	Berdiskusi dengan President of Disted College Penang, Prof. Vikneswaran (Sustainable Tourism)	2	6	 
7	27 September 2022	FGD dengan Universitas Pariwisata di Penang Malaysia, UOW Malaysia KDU Penang University College	2	7	 





















8 No	26 September 2022	Berdikusi dengan Badan Pengelola Otorita Regional Danau Toba (BPODT)	2 Persentase	Total Berkas	 
9	26 September 2022	FGD dengan Dinas Pariwisata dan Budaya Provinsi Sumatera Utara	2	4	 
10	24 September 2022	Berdiskusi dengan Lembaga Penelitian Univesitas Sumatera Utara	2	6	 
11	23 September 2022	FGD dengan KOREM 22 Pantai Timur	2	7	 
12	23 September 2022	Mengunjungi Bupati Simalungun	1	3	 
13	23 September 2022	Berdiskusi dengan dosen-dosen Universitas Efarina, Siantar	1	3	 
14	23 September 2022	Menuju Medan dan menyelesaikan laporan kemajuan	1	2	 
15	23 September 2022	FGD dengan Rektor dan Dosen Universitas Nomensen	2	9	 
16	22 September 2022	Sampai di Parapat, membuat Laporan Kemajuan, dan menuju Pematang Siantar, Simalungun	1	3	 
17	22 September 2022	Berdiskusi dengan Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Simalungun	2	4	 
18	22 September	Mengunjungi lokasi Danau Toba Rally 2022, Simalungun	1	7	 


















No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
19	22 September 2022	Berkunjung ke Istana Soekarno di Parapat	1	2	 
20	22 September 2022	Berkunjung ke Kaldera, Toba	1	4	 
21	22 September 2022	Berdialog dengan Camat Girsang Sipangan Bolon	1	2	 
22	22 September 2022	Mengunjungi Kelurahan Parapat	1	4	 
23	22 September 2022	Mengunjungi Desa Wisata Kampung Warna Warni Tiga Rihit	1	4	 
24	21 September 2022	Berkunjung ke Desa Wisata Bukit Holbung	1	3	 
25	21 September 2022	Berkunjung ke Desa Wisata Sibebea-bea	1	5	 
26	21 September 2022	Mengunjungi Desa Wisata Sabulan dan Bukit Sipatungan, berdialog dengan masyarakat	1	4	 
27	21 September 2022	Mengunjungi Desa Tele, berdialog dengan pengunjung dan pelaku usaha	1	3	 
28	21 September	Berkunjung ke Onan (Pasar) Pangururan dan berdialog dengan beberapa pedagang	1	5	 

No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
29	21 September 2022	Mengunjungi Desa Wisata Hutatinggi, juara kelima desa wisata nasional, dan berdialog dengan pelaku usaha	1	12	 
30	21 September 2022	Mengunjungi Situs Guru Sodungadon Boru Saroding, Samosir	1	4	 
31	21 September 2022	Berkunjung ke kaki Bukit Pusuk Buhit dan berdialog dengan pelaku usaha	1	5	 
32	21 September 2022	Berkunjung ke Desa Wisata Tamba, berdialog dengan masyarakat	1	5	 
33	20 September 2022	Berkunjung ke desa wisata Aek Rangat	1	3	 
34	20 September 2022	Mengunjungi Masjid Samosir	1	2	 
35	20 September 2022	Mengunjungi Situs Jabi-Jabi dan Boru Naibaho	1	5	 
36	20 September 2022	Berkunjung dan berdiskusi dengan Ketua Huta Sialagan, Samosir	1	9	 
37	20 September 2022	Berkunjung ke Desa Wisata Tano Ponggol dan berdiskusi dengan pelaku usaha	1	8	 
38	20 September	Diskusi dengan pelaku usaha perhotelan, dengan pemilik Toledo Inn dan Siantar Hotel	1	3	 

No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
39	20 September 2022	Berkunjung ke Kampung Ulos, Desa Lumban Suhi-Suhi Samosir, dan berdiskusi dengan Kepala Desa dan pelaku usaha	2	12	 
40	20 September 2022	Berkunjung dan berdiskusi dengan guru-guru SMK Samosir dan memberikan pengarahan kepada para siswa	1	11	 
41	19 September 2022	FGD dengan Ketua Harian Kaldera Geopark	2	6	 
42	19 September 2022	Mengunjungi Kantor Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir	1	4	 
43	19 September 2022	Berdiskusi dengan Dinas Hukum Kabupaten Samosir	1	4	 
44	19 September 2022	Dialog dengan Pokdarwis Desa Wisata Hariara Pohan	1	7	 
45	19 September 2022	Berdiskusi dengan Tim Percepatan Pembangunan Kabupaten Samosir	1	2	 
46	19 September 2022	Melihat dan ikut memberikan pengarahan pada pelatihan Pokdarwis Kabupaten Samosir, di Desa Pasir Putih	2	7	 
47	19 September 2022	Mengunjungi Desa Baghot dan berdiskusi dengan pelaku usaha dan Pokdarwis	1	8	 
48	19 September	Diskusi dengan Bupati Kabupaten Samosir dan tim	2	7	 

No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
49	18 September 2022	Berdiskusi dengan Pendeta dan Jemaat HKBP Pangururan, Samosir	1	10	 
50	18 September 2022	Berdiskusi dengan pelaku usaha restoran di Tuktuk Siadong, Samosir	1	4	 
51	18 September 2022	Berdiskusi dengan turis asing di Toledo Inn, Samosir	1	3	 
52	17 September 2022	Mengunjungi Labersa Hotel dan Serenauli Hotel di Balige, dan berdialog dengan manajemen.	1	7	 
53	17 September 2022	Berkunjung dan Berdiskusi dengan warga desa wisata Lintong Nihuta	2	10	 
54	17 September 2022	Menuju Samosir sambil membuat Laporan Kemajuan	1	2	 
55	17 September 2022	Berkunjung ke Dusun Siambat Dalan, desa yang dikunjungi oleh Raja dan Ratu Belanda, dan lokasi suting film "Ngeri-nger Sedap"	1	5	 
56	17 September 2022	Mengunjungi dan berdiskusi di TB Silalahi Center, Toba	1	8	 
57	17 September 2022	FGD dengan IT DEL Laguboti Toba, Wakil Rektor 1 dan Ketua LPPM serta dosen	2	12	 
58	17 September	Berkunjung ke Desa Wisata Lumban Bul Bul, Toba	1	5	 

No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
59	17 September 2022	Mengunjungi Situs Sisingamangaraja XII, Balige	1	2	 
60	16 September 2022	Mengunjungi pelaku usaha di Balige, Tahu Kuning Balige	1	3	 
61	16 September 2022	FGD dengan Kepala-Kepala Dinas di Kabupaten Toba	3	13	 
62	16 September 2022	Berdiskusi dengan Dinas Desa dan Dinas Pariwisata Kabupaten Toba	1	4	 
63	16 September 2022	Bertemu dengan Wakil Bupati Kabupaten Toba	1	4	 
64	16 September 2022	Berdialog dengan pelaku usaha rumah makan di Balige	1	4	 
65	15 September 2022	Berkunjung ke Siborong-Borong	1	4	 
66	15 September 2022	Mengunjungi Desa Muara dan sekitarnya, dan Tugu Siregar	1	4	 
67	15 September 2022	Menuju lokasi penelitian, sampai di Bandara Internasional Silangit	1	4	 
68	15 September	Diskusi dengan Kepala Desa Sippingan dari Samosir. Bertemu di pesawat terbang.	1	4	 

No	Tanggal	Kegiatan	Persentase	Total Berkas	Aksi
69	15 September 2022	Mengunjungi obyek wisata Huta Ginjang	1	7	 
70	15 September 2022	FGD dengan Rektor, Dekan dan Ketua LPPM Universitas Sisingamangaraja, Toba	2	7	 
71	12 September 2022	Persiapan penelitian lapangan, menyiapkan perlengkapan yang akan dibawa	1	1	 
72	11 September 2022	Rapat persiapan penelitian lapangan dan pembagian tugas	2	3	 
73	01 September 2022	FGD dengan Nara Sumber, pelaku usaha di Kawasan Danau Toba	2	3	 
74	25 August 2022	Mengikuti International Conference, Presentasi dengan judul "Smart Village Implementation Concept for Community Empowerment in Tourism Villages in the Lake Toba Region"	1	5	 
75	19 August 2022	Rapat dengan tim peneliti	1	1	 
76	18 August 2022	Diskusi dengan Narasumber, Akademisi dari Sumatera Utara	2	2	 
77	15 August 2022	Rapat persiapan perjalanan ke lokasi penelitian	1	2	 

Realisasi Keterlibatan/Kontribusi Mitra

Dalam kegiatan Penelitian Dasar Kompetitif Nasional (PDKN) ini, peneliti memiliki mitra utama dan melakukan kerjasama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Efarina Simalungun. Peran mitra sangat mendukung penelitian melalui bantuan-bantuan dalam mempersiapkan kedatangan di lokasi penelitian di Kawasan Wisata Danau Toba. Dukungan-dukkungan yang dilakukan adalah:

- Membantu persiapan kepergian ke lokasi penelitian dengan diskusi-diskusi melalui zoom sebelum keberangkatan.
- Membantu penyebaran kuesioner langsung di lapangan, mengirim surat kepada narasumber di desa-desa wisata yang akan didatangi, seperti kepada para kepala desa dan kelompok sadar wisata (Pokdarswis).
- Selain itu juga mitra memperkenalkan peneliti dengan berbagai lembaga pendidikan/universitas, seperti Universitas Sisingamangaraja Tapanuli Utara (UNITA), Institut Teknologi DEL, Universitas Nomensen, Universitas Sumatera Utara (USU), serta Toba Kaldera UNESCO Global Geopark, sehingga peneliti bisa menambah mitra untuk kerjasama penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- Mitra juga memperkenalkan peneliti dengan Pemerintah Daerah di wilayah Kawasan Wisata Danau toba, seperti Pemerintah Kabupaten Simalungun, Kabupaten Toba dan Kabupaten Samosir, sehingga dapat menambah juga kerjasama antara peneliti dengan mitra-mitra lainnya.
- Mitra juga menjadi narasumber peneliti sebagai sumber penelitian awal dan identifikasi masalah serta karakteristik lokasi dan obyek penelitian di desa-desa wisata yang akan dituju di Kawasan Danau Toba.
- Selain itu mitra juga membantu peneliti untuk persiapan kepergian dari Sumatera Utara ke Penang untuk melakukan FGD (diskusi) dengan dua universitas di sana, yaitu UOW Malaysia KDU Penang University College dan Disted College Penang.

Berikut Foto-Foto dari Realisasi Keterlibatan Mitra (LPPM Universitas Efarina)



Gambar 1. Mendampingi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Pemerintah Kabupaten Simalungun, yaitu dengan Bupati dan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Simalungun



Gambar 2. Bersama Ketua LPPM Efarina



Gambar 3. Surat Pernyataan Mitra Pelaksana Penelitian dengan Univ. Efarina, Simalungun



Gambar 4. Mendampingi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Universitas Nomensen



Gambar 5. Mendampingi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan KOREM 022/Pantai Timur Sumatera



Gambar 6. Mendampingi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Provinsi Sumatera Utara



Gambar 7. Mendampingi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Lembaga Penelitian Univ. Sumatera Utara



Gambar 8. Mendampingi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Badan Pengelola Otorita Danau Toba



Gambar 9. Memfasilitasi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Pemerintah Kabupaten Samosir dan Toba Kaldera UNESCO Global Geopark



Gambar 10. Memfasilitasi Kegiatan Diskusi (FGD) dengan Guru-Guru SMKN 1 (Pariwisata) Simanindo, Samosir

Kerjasama Peneliti dengan Mitra Baru

Berikut foto-foto bersama dengan Mitra yang baru setelah melakukan diskusi (FGD).



Gambar 11
Memberikan plakat dari UKI kepada Rektor Universitas Sisingamangaraja Tapanuli Utara sebagai tanda kerjasama

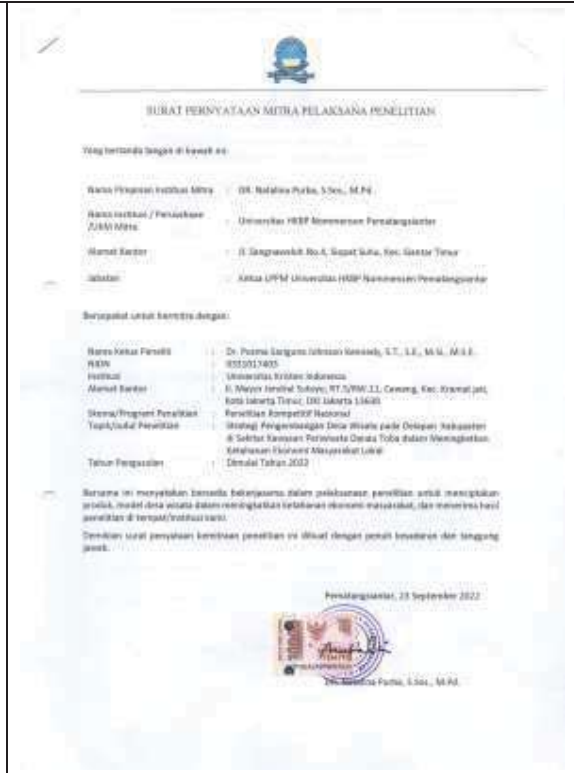


Gambar 12
Kerjasama mitra penelitian dengan Institut Teknologi DEL, Balige Toba. Berfoto bersama dengan Ketua LPPM dan Wakil Rektor IT-DEL.





Gambar 13
Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada Rektor Universitas Nomensen, Simalungun sebagai tanda kerjasama.



Gambar 14
Memberikan plakat dari UKI kepada Ketua Lembaga Penelitian Universitas Sumatera Utara (USU) sebagai tanda kerjasama.





Gambar 15
Memberikan plakat dari UKI kepada SMKN 1 Simanindo Samosir sebagai tanda kerjasama.

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pimpinan Institut Mitra: Petera -Sugala S.Pd, M.Si

Nama Institut / Perusahaan / UTM Mitra: SMK N. 1. Simanindo

Alamat Kantor: Jln. Pendidikan no. 1. Kol. Tuisank. No. Simanindo

Jabatan: Kepala Sekolah

Bersikap akan bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti:	Dr. Pinaru Sugarna Johnson Kennedy, S.T., S.I., M.S., M.Sc.
WEM:	0325017963
Institusi:	Universitas Kristen Indonesia
Alamat Kantor:	J. Mayor Andral Sutopo, RT. 5/5W/11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13830
Skema/Program Penelitian:	Penelitian Kompetitif Nasional
Topik/Subj. Penelitian:	Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Desa. Kabupaten. Kabupaten Kabupaten Pariklat Desa Toba dalam Meningkatkan Kualitas Ekonomi Masyarakat Lokal
Tahun Pengajuan:	Desimal Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk meningkatkan produktivitas, model dan ilmu dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan memberikan hasil penelitian di tingkat/instansi lain.

Demikian surat pernyataan kerjasama penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Simanindo, 20 September 2022
Kepala Sekolah
[Signature]
Petera -Sugarna S.Pd
NIP. 1976050220092008



Gambar 16
Kerjasama mitra penelitian dengan Silalahi Center, Balige.

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pimpinan Institut Mitra: IKA T V HARINDIAN, ST

Nama Institut / Perusahaan / UTM Mitra: Si. Silalahi Center

Alamat Kantor: J. Pagar Nira No. 68 Jln. Pagar Nira, Desa Silalahi, Balige

Jabatan: DIREKTUR

Bersikap akan bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti:	Dr. Pinaru Sugarna Johnson Kennedy, S.T., S.I., M.S., M.Sc.
WEM:	0325017963
Institusi:	Universitas Kristen Indonesia
Alamat Kantor:	J. Mayor Andral Sutopo, RT. 5/5W/11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13830
Skema/Program Penelitian:	Penelitian Kompetitif Nasional
Topik/Subj. Penelitian:	Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Desa. Kabupaten. Kabupaten Kabupaten Pariklat Desa Toba dalam Meningkatkan Kualitas Ekonomi Masyarakat Lokal
Tahun Pengajuan:	Desimal Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk meningkatkan produktivitas, model dan ilmu dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan memberikan hasil penelitian di tingkat/instansi lain.

Demikian surat pernyataan kerjasama penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Toba, 04 September 2022
[Signature]
IKA T V HARINDIAN, ST



Gambar 17
Saling memberikan plakat antara UKI (Universitas Kristen Indonesia) dan Bupati Kabupaten Samosir, sebagai tanda kerjasama.



Gambar 18
Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada Ketua Harian Toba Caldera UNESCO Global Geopark Provinsi Sumatera Utara sebagai tanda kerjasama.





Gambar 19
Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada Pemerintah Kabupaten Toba, Sekretaris Daerah dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai tanda kerjasama..



Gambar 20
Kerjasama mitra penelitian dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Simalungun. Berfoto bersama dengan Kepala Disbudpar Kabupaten Simalungun sebagai tanda kerjasama.





Gambar 21
Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara sebagai tanda kerjasama..

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Teng bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pimpinan Institut Mitra : Zeyni Sulthany, M.Si, CHS
 Nama Instansi / Perusahaan : Dinas Pariwisata Sumatera Utara
 Alamat Kantor : Jl. Pangrango Daponegoro No.30, Medan, Pk, Kota Medan
 Jabatan : Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Sumatera Utara


Bersikap utuh bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti : Dr. Puspa Sarijana Adhwin Kenedy, S.T., S.E., M.S., M.Si.
 NIDN : 0312013403
 Instansi : Universitas Kristen Indonesia
 Alamat Kantor : Jl. Mayor Jenderal Sutopo, RT.5/RW.11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630
 Skema/Program Penelitian : Penelitian Kompetitif Nasional
 Topik/Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sektor Ekonomi Pariwisata Desa Toba dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Lokal
 Tahun Pengajuan : Desember Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk menciptakan produk, model atau jasa yang dapat meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan bersedia bertanggung jawab di tempat/instansi kami.

Demikian surat pernyataan kerjasama penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Medan, 26 September 2022


 Zeyni Sulthany, M.Si, CHS



Gambar 22
Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada KOREM 022/Pantai Timur sebagai tanda kerjasama.

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Teng bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pimpinan Institut Mitra : Ali Basudhane Sagar, S.I.P
 Nama Instansi / Perusahaan : KORAM 022 / PT
 Alamat Kantor : Jl. Kelayan K.M. 315, Kob. Gustungpulis
 Jabatan : Kor. Inspektur 022/PT

Bersikap utuh bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti : Dr. Puspa Sarijana Adhwin Kenedy, S.T., S.E., M.S., M.Si.
 NIDN : 0312013403
 Instansi : Universitas Kristen Indonesia
 Alamat Kantor : Jl. Mayor Jenderal Sutopo, RT.5/RW.11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630
 Skema/Program Penelitian : Penelitian Kompetitif Nasional
 Topik/Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sektor Ekonomi Pariwisata Desa Toba dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Lokal
 Tahun Pengajuan : Desember Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk menciptakan produk, model atau jasa yang dapat meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan bersedia bertanggung jawab di tempat/instansi kami.

Demikian surat pernyataan kerjasama penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Pantiar, 23 September 2022


 Ali Basudhane Sagar, S.I.P
 Letnan Kolonel M.P. 110 300 27 520 781



Gambar 23
 Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada UOW Malaysia KDU Penang University College sebagai tanda kerjasama.

STATEMENT LETTER OF RESEARCH IMPLEMENTING PARTNER

The one marked hand below:

Lecturer Name Institution: MITHAWDA ABDEL KADIR (CA)
 Name of Institution: UOW Malaysia KDU Penang University College
 Office Address: St. John's Road, George Town, 11800 George Town, Pulau Pinang
 Position: DEPUTY DEPUTY

Agreed to partner with:

Chief Name Researcher: Dr. Prisca Tegayana Johnson Kennedy, ST, SE, M.S., MSE
 Institution: Universitas Kristen Indonesia
 Office Address: Jl. Mayor General Sudono - RT.3/RW.11 Cawang, East Jakarta City, DKI Jakarta 13630
 Topic/Title Study: Strategic Development of Village Tourism on Eight Nearest Countries Area Tourist Lake Toba in Increase Resilience Economy Public Local
 Year Proposal: 2022

Herewith declare that we are willing to cooperate in the research. This research partnership statement was made with full awareness and responsibility.

27 September 2022



Gambar 24
 Memberikan plakat dari UKI (Universitas Kristen Indonesia) kepada DISTED College Penang sebagai tanda kerjasama.

STATEMENT LETTER OF RESEARCH IMPLEMENTING PARTNER

The one marked hand below:

Lecturer Name Institution: Prof. Dr. Muzakkar Nasir
 Name of Institution: DISTED COLLEGE Penang
 Office Address: Nocalatan Road, Penang
 Position: President / Professor (Honoris)

Agreed to partner with:

Chief Name Researcher: Dr. Prisca Tegayana Johnson Kennedy, ST, SE, M.S., MSE
 Institution: Universitas Kristen Indonesia
 Office Address: Jl. Mayor General Sudono - RT.3/RW.11 Cawang, East Jakarta City, DKI Jakarta 13630
 Topic/Title Study: Strategic Development of Village Tourism on Eight Nearest Countries Area Tourist Lake Toba in Increase Resilience Economy Public Local
 Year Proposal: 2022

Herewith declare that we are willing to cooperate in the research. This research partnership statement was made with full awareness and responsibility.

27 September 2022

Surat Pernyataan Mitra Pelaksana Penelitian dengan Beberapa Desa

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Tung bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pemimpin Instansi Mitra: Raja Sudary Gunawan

Nama Instansi / Perusahaan / URM Mitra: Desa Lumban Suhi-Suhi

Alamat Kantor: Desa Lumban Suhi-Suhi, Kabupaten Lumajang

Jabatan: Kepala Desa

Bersikaplah untuk bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti: Dr. Poenta Setiawan Ardiyaningrum, S.T., S.E., M.S., M.S.E.

WISN: 0331517493

Institusi: Universitas Kristen Indonesia

Alamat Kantor: Jl. Mayor Jenderal Sudarto, RT.5/RW.11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630

Nama/Program Penelitian: Penelitian Komparatif Nasional

Tujuan/Judul Penelitian: Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Persebaran Desa Tika dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Masyarakat Lokal

Tahun Pengabdian: Desember Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk meningkatkan produk, modal desa wisata dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan memajukan hasil penelitian di tempat/instansi kami.

Demikian surat pernyataan kesediaan penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Lumajang, 18 September 2022



Gambar 25. Surat Pernyataan Mitra Pelaksana Penelitian dengan Kep. Desa Lumban Suhi-Suhi

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Tung bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pemimpin Instansi Mitra: Andi Gunawan

Nama Instansi / Perusahaan / URM Mitra: Sipinngan

Alamat Kantor: TANJUNGPINANG

Jabatan: KORANCA DESA

Bersikaplah untuk bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti: Dr. Poenta Setiawan Ardiyaningrum, S.T., S.E., M.S., M.S.E.

WISN: 0331517493

Institusi: Universitas Kristen Indonesia

Alamat Kantor: Jl. Mayor Jenderal Sudarto, RT.5/RW.11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630

Nama/Program Penelitian: Penelitian Komparatif Nasional

Tujuan/Judul Penelitian: Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Persebaran Desa Tika dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Masyarakat Lokal

Tahun Pengabdian: Desember Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk meningkatkan produk, modal desa wisata dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan memajukan hasil penelitian di tempat/instansi kami.

Demikian surat pernyataan kesediaan penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

September 2022



Gambar 26. Surat Pernyataan Mitra Pelaksana Penelitian dengan Kepala Desa Sipinngan

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Tung bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pemimpin Instansi Mitra: Dr. Gaudin Jansen Salsaman

Nama Instansi / Perusahaan / URM Mitra: Pusat Studi Kajian dan Pengembangan Siallagan

Alamat Kantor: Perumahan Layur Purno Siallagan

Jabatan: Peneliti

Bersikaplah untuk bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti: Dr. Poenta Setiawan Ardiyaningrum, S.T., S.E., M.S., M.S.E.

WISN: 0331517493

Institusi: Universitas Kristen Indonesia

Alamat Kantor: Jl. Mayor Jenderal Sudarto, RT.5/RW.11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630

Nama/Program Penelitian: Penelitian Komparatif Nasional

Tujuan/Judul Penelitian: Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Persebaran Desa Tika dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Masyarakat Lokal

Tahun Pengabdian: Desember Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk meningkatkan produk, modal desa wisata dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan memajukan hasil penelitian di tempat/instansi kami.

Demikian surat pernyataan kesediaan penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

September 2022



Gambar 27. Surat Pernyataan Mitra Pelaksana Penelitian dengan Pengurus Huta Siallagan

SURAT PERNYATAAN MITRA PELAKSANA PENELITIAN

Tung bertanda tangan di bawah ini:

Nama Pemimpin Instansi Mitra: Supriadi Siallagan, SH

Nama Instansi / Perusahaan / URM Mitra: Kelurahan Parapat

Alamat Kantor: Jalan Perapat - Parapat

Jabatan: Kepala Kelurahan Parapat

Bersikaplah untuk bermitra dengan:

Nama Ketua Peneliti: Dr. Poenta Setiawan Ardiyaningrum, S.T., S.E., M.S., M.S.E.

WISN: 0331517493

Institusi: Universitas Kristen Indonesia

Alamat Kantor: Jl. Mayor Jenderal Sudarto, RT.5/RW.11, Cawang, Kec. Kramat Jati, Kota Jakarta Timur, DKI Jakarta 13630

Nama/Program Penelitian: Penelitian Komparatif Nasional

Tujuan/Judul Penelitian: Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Persebaran Desa Tika dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Masyarakat Lokal

Tahun Pengabdian: Desember Tahun 2022

Bersama ini menyatakan bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan penelitian untuk meningkatkan produk, modal desa wisata dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, dan memajukan hasil penelitian di tempat/instansi kami.

Demikian surat pernyataan kesediaan penelitian ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

September 2022



Gambar 28. Surat Pernyataan Mitra Pelaksana Penelitian dengan Kelurahan Parapat



Laporan Akhir

2022

No	Program	Judul	Aksi
1	Penelitian Kompetitif Nasional Penelitian Tesis Magister Tahun Ke 1 Dari 1 tahun Tahun Pelaksanaan : 2022 Sudah Unggah ✓	OPTIMALISASI PELAYANAN KESEHATAN MELALUI PERANCANGAN BANGUNAN RUMAH SAKIT DENGAN STUDI KASUS RS KANKER DHARMAIS	
2	Penelitian Kompetitif Nasional Penelitian Dasar Kompetitif Nasional Tahun Ke 1 Dari 3 tahun Tahun Pelaksanaan : 2022 Sudah Unggah ✓	Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal	



Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan
Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi
Gedung BPPT II Lantai 19, Jl. MH. Thamrin No. 8 Jakarta Pusat
<https://simlitabmas.ristekdikti.go.id/>

PROTEKSI ISI LAPORAN AKHIR PENELITIAN

Dilarang menyalin, menyimpan, memperbanyak sebagian atau seluruh isi laporan ini dalam bentuk apapun kecuali oleh peneliti dan pengelola administrasi penelitian

LAPORAN AKHIR PENELITIAN MULTI TAHUN

ID Proposal: 115bbef4-5224-48c1-a1f4-d97877127d1f
laporan akhir Penelitian: tahun ke-1 dari 3 tahun

1. IDENTITAS PENELITIAN

A. JUDUL PENELITIAN

Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal

B. BIDANG, TEMA, TOPIK, DAN RUMPUN BIDANG ILMU

Bidang Fokus RIRN / Bidang Unggulan Perguruan Tinggi	Tema	Topik (jika ada)	Rumpun Bidang Ilmu
Sosial Humaniora, Seni Budaya, Pendidikan Penelitian Lapangan Dalam Negeri (Menengah)	-		Ekonomi Pembangunan

C. KATEGORI, SKEMA, SBK, TARGET TKT DAN LAMA PENELITIAN

Kategori (Kompetitif Nasional/ Desentralisasi/ Penugasan)	Skema Penelitian	Strata (Dasar/ Terapan/ Pengembangan)	SBK (Dasar, Terapan, Pengembangan)	Target Akhir TKT	Lama Penelitian (Tahun)
Penelitian Kompetitif Nasional			SBK Riset Dasar	3	3

2. IDENTITAS PENGUSUL

Nama (Peran)	Perguruan Tinggi/ Institusi	Program Studi/ Bagian	Bidang Tugas	ID Sinta	H-Index
RUTMAN LUMBAN TORUAN -	Universitas Kristen Indonesia	Manajemen Perpajakan	Membuat pedoman wawancara bersama ketua, mencatat hasil wawancara dengan key person, mencari	5990022	1

Anggota Pengusul			data primer dan sekunder, melakukan pengolahan statistik dan analisa data, serta pemanfaatan komputer, sistim infomasi, administrasi dan keuangan.		
SUZANNA JOSEPHINE L TOBING - Anggota Pengusul	Universitas Kristen Indonesia	Manajemen	Membuat pedoman wawancara bersama ketua, menjalin net working, mencatat hasil wawancara dengan key person, mencari data primer dan sekunder, melakukan analisis data, mempersiapkan seminar.	5996092	0
POSMA SARIGUNA JOHNSON KENNEDY - Ketua Pengusul	Universitas Kristen Indonesia	Manajemen	<ul style="list-style-type: none"> ☒ Memimpin jalannya penelitian, menyusun program kerja dan mengkoordinir serta mengarahkan tim peneliti. Mengkoordinir sistem pelaporan, mengatur pertemuan-pertemuan dengan mitra peneliti. ☒ Mempelajari model-model penyelesaian masalah penelitian, khususnya terkait dengan masalah pengembangan perekonomian masyarakat di desa wisata. ☒ Memimpin diskusi-diskusi, mempresentasikan kegiatan penelitian kepada semua pihak terkait penelitian. ☒ Mengkoordinasikan anggota tim untuk mencari data, melakukan wawancara dengan key person, menyusun work plan, membagi tugas kepada anggota tim, mencari data primer dan sekunder dengan anggota, melakukan analisis data. ☒ Melakukan evaluasi dan monitoring kinerja tim peneliti, dan bertanggung jawab terhadap keberhasilan jalannya penelitian. ☒ Bersama tim kerja menganalisis potensi dan masalah desa wisata, 	5988118	1

			mengidentifikasi strategi yang terkait dengan pengembangan kawasan desa wisata.		
--	--	--	---	--	--

3. MITRA KERJASAMA PENELITIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan penelitian dapat melibatkan mitra kerjasama, yaitu mitra kerjasama dalam melaksanakan penelitian, mitra sebagai calon pengguna hasil penelitian, atau mitra investor

Mitra	Nama Mitra
Mitra Pelaksana Penelitian	Deswidya Sukrisna Hutauruk, S.Pd., M.Si.

4. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Luaran Wajib

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya)	Keterangan (url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya)
1	Artikel di Jurnal Internasional Terindeks di Pengindeks Bereputasi		Journal of Environmental Management and Tourism

Luaran Tambahan

Tahun Luaran	Jenis Luaran	Status target capaian (accepted, published, terdaftar atau granted, atau status lainnya)	Keterangan (url dan nama jurnal, penerbit, url paten, keterangan sejenis lainnya)
1	Book Chapter		AkiNik

1	Artikel pada Conference/ Seminar Internasional di Pengindeks Bereputasi		IOP Conference Series
1	Monograf (Cetak)		Global Aksara Press
1	Artikel di jurnal internasional		Journal of Tourism and Regional Development
1	Monograf (Daring)	Review	Global Aksara Press
1	Monograf (Daring)	Terbit	Global Aksara Press
1	Book Chapter	Belum terbit	AkiNik

5. ANGGARAN

Rencana anggaran biaya penelitian mengacu pada PMK yang berlaku dengan besaran minimum dan maksimum sebagaimana diatur pada buku Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Total Rp. 220,000,000

Jenis Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Vol.	Biaya Satuan	Total
Bahan	ATK	-	Paket	16	1,000,000	16,000,000
Bahan	Bahan Penelitian (Habis Pakai)	-	Unit	10	1,000,000	10,000,000
Bahan	Barang Persediaan	-	Unit	16	250,000	4,000,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Lapangan	-	OH	15	100,000	1,500,000
Pengumpulan Data	Biaya konsumsi	-	OH	15	1,000,000	15,000,000
Pengumpulan Data	Uang harian rapat di luar kantor	-	OH	0	0	0
Pengumpulan Data	Penginapan	-	OH	15	2,000,000	30,000,000
Pengumpulan Data	Uang Harian	-	OH	15	1,000,000	15,000,000
Pengumpulan Data	Tiket	-	OK (kali)	10	1,750,000	17,500,000
Pengumpulan Data	Transport	-	OK (kali)	12	500,000	6,000,000
Pengumpulan Data	HR Petugas Survei	-	OH/OR	15	500,000	7,500,000
Pengumpulan Data	FGD persiapan penelitian	-	Paket	12	500,000	6,000,000
Pengumpulan Data	HR Pembantu Peneliti	-	OJ	16	350,000	5,600,000
Sewa Peralatan	Kebun Percobaan	-	Unit	0	0	0
Sewa Peralatan	Peralatan penelitian	-	Unit	4	1,500,000	6,000,000
Sewa Peralatan	Transport penelitian	-	OK (kali)	12	500,000	6,000,000

Sewa Peralatan	Ruang penunjang penelitian	-	Unit	0	0	0
Sewa Peralatan	Obyek penelitian	-	Unit	0	0	0
Analisis Data	Biaya analisis sampel	-	Unit	0	0	0
Analisis Data	Honorarium narasumber	-	OJ	7	850,000	5,950,000
Analisis Data	HR Sekretariat/ Administrasi Peneliti	-	OB	11	150,000	1,650,000
Analisis Data	HR Pengolah Data	-	P (penelitian)	32	300,000	9,600,000
Analisis Data	Biaya konsumsi rapat	-	OH	15	500,000	7,500,000
Analisis Data	Penginapan	-	OH	0	0	0
Analisis Data	Transport Lokal	-	OK (kali)	40	300,000	12,000,000
Analisis Data	Uang Harian	-	OH	0	0	0
Analisis Data	Tiket	-	OK (kali)	0	0	0
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Luaran Iptek lainnya (purwa rupa, TTG dll)	-	Paket	0	0	0
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Luaran KI (paten, hak cipta dll)	-	Paket	1	750,000	750,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Publikasi artikel di Jurnal Internasional	-	Paket	2	8,500,000	17,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya Publikasi artikel di Jurnal Nasional	-	Paket	3	1,650,000	4,950,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar internasional	-	Paket	1	7,500,000	7,500,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya seminar nasional	-	Paket	2	3,500,000	7,000,000
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Biaya konsumsi rapat	-	OH	0	0	0
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	Uang harian rapat di luar kantor	-	OH	0	0	0
Pelaporan, Luaran Wajib,	Uang harian rapat di	-	OH	0	0	0

dan Luaran Tambahan	dalam kantor					
Pelaporan, Luaran Wajib, dan Luaran Tambahan	HR Sekretariat/ Administrasi Peneliti	-	OB	0	0	0

Pengisian poin C sampai dengan poin H mengikuti template berikut dan tidak dibatasi jumlah kata atau halaman namun disarankan ringkas mungkin. Dilarang menghapus/memodifikasi template ataupun menghapus penjelasan di setiap poin.

C. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan secara ringkas hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Pendahuluan

Pariwisata sebagai suatu sektor kehidupan, telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia, khususnya dalam 2 (dua) dekade terakhir, yang ditunjukkan dengan meningkatnya kesejahteraan ekonomi bangsa-bangsa di dunia yang semakin baik dan maju. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke belahan atau kawasankawasan dunia lainnya. Pergerakan jutaan manusia selanjutnya menggerakkan mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa-bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Bagi Indonesia, pembangunan pariwisata memiliki kontribusi yang signifikan dalam Pembangunan ekonomi nasional sebagai instrumen peningkatan perolehan devisa. Perolehan devisa dari kehadiran wisatawan mancanegara ke Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini melampaui aliran pemasukan devisa baik dari utang luar negeri Pemerintah maupun dari penanaman modal asing.[1]

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dan dilakukan oleh individu atau kelompok dalam upaya mencari keseimbangan atau keserasian. Pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan ke dan hidup di luar lingkungan sehari-hari yang didukung oleh berbagai fasilitas untuk bersenang-senang, menghabiskan waktu luang, memenuhi rasa ingin tahu dan tujuan lain yang bukan merupakan kegiatan mencari uang. Saat ini keunggulan sektor pariwisata telah mengalami ekspansi dan diversifikasi yang terus menerus dibandingkan dengan sektor manufaktur. Berbagai negara berusaha meningkatkan daya saing pariwisatanya dengan aktif mengembangkan pariwisatanya melalui pemanfaatan teknologi informasi yang lebih modern.[2]

Dalam melaksanakan kegiatan pariwisata ada 4 (empat) tujuan yang ingin dicapai/diperoleh wisatawan: *Something to see*, yaitu di suatu daerah tujuan wisata terdapat daya tarik khusus selain daya tarik wisata yang diminati; Sesuatu yang harus dilakukan, adalah bahwa selain banyak untuk dilihat, harus ada fasilitas rekreasi yang membuat wisatawan betah di objek; Sesuatu untuk dibeli, adalah bahwa di tempat wisata harus ada fasilitas untuk berbelanja oleh-oleh atau kerajinan tangan untuk oleh-oleh; Yang perlu diketahui, daya tarik wisata selain memberikan ketiga hal di atas, juga dapat memberikan nilai edukasi bagi wisatawan.[3]

Diketahui prinsip 5A dalam penawaran wisata, yaitu: (1) Attraction, yang mengacu pada daya tarik suatu daerah tujuan wisata (DTW); (2) Accessibility, terkait dengan kemudahan wisatawan dalam mengakses DTW; (3) Amenities, terkait dengan fasilitas di daerah tujuan wisata untuk menunjang kegiatan pariwisata; (4) Ancillary, yaitu kelembagaan yang mendukung kegiatan pariwisata; (5) Kegiatan, kegiatan wisata yang menyenangkan dengan fasilitas penunjang.[2,4]

Pariwisata merupakan industri yang multidimensi dan multisektoral dan harus diperhatikan dalam suatu sistem besar yang memiliki aktivitas yang kompleks dengan berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya, dan lain-lain. Sistem pariwisata menurut Leiper (2004) dalam Rahman (2015)[5] menyatakan tentang sifat sistem terbuka dalam pariwisata. Leiper menjelaskan bahwa dalam Sistem Pariwisata, lingkungan juga memiliki peran untuk berinteraksi dan memiliki pengaruh terhadap elemen-elemen dalam sistem tersebut. Lingkungan yang dimaksud dapat berupa aspek fisik, budaya, sosial, ekonomi, politik, hukum, dan teknologi yang membentuk unsur-unsur pariwisata, tetapi dalam kondisi tertentu juga dipengaruhi oleh pariwisata.

Dari sistem pariwisata Leiper, terdapat lima elemen sebagai subsistem yang merupakan bagian dari sistem pariwisata secara keseluruhan, yaitu: (1) Wisatawan yang merupakan elemen manusia, yaitu orang yang melakukan perjalanan; (2) Daerah penghasil wisatawan, yang merupakan unsur geografis, yaitu tempat wisatawan memulai dan mengakhiri perjalanannya; (3) Jalur transportasi (transit route) adalah unsur geografis tempat berlangsungnya perjalanan wisata utama; (4) Kawasan tujuan wisata sebagai unsur geografis, yaitu tempat utama yang dikunjungi wisatawan; dan (5) industri pariwisata (tourist industry) sebagai unsur organisasi, yaitu kumpulan organisasi yang bergerak di bidang usaha pariwisata, bekerja sama dalam pemasaran pariwisata untuk menyediakan barang, jasa, dan fasilitas pariwisata.[2,4]

Dalam penyelenggaraan Kepariwisata di Indonesia terdapat prinsip-prinsip yang ditetapkan oleh Undang-Undang Kepariwisata Tahun 2009[6], yaitu: Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan; Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal; Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas; Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup; Memberdayakan masyarakat setempat; Menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan; Mematuhi Kode Etik Kepariwisata Dunia dan kesepakatan internasional di bidang pariwisata; dan Memperkukuh keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan kajian kualitatif, dimana pengkajian permasalahan dan pembahasannya diperoleh melalui survey lapangan dan studi literatur dari dokumen-dokumen yang terkait dengan penelitian. Salah satu metode yang dilakukan paling awal adalah studi normatif mengenai desa wisata, terutama peraturan-peraturan tentang kepariwisataan dan desa wisata yang berlaku di Indonesia. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah telaah berbagai dokumen dan diskusi-diskusi terarah (FGD) yang dilakukan kepada informan atau nara sumber.

Pemberdayaan Masyarakat

Masyarakat lokal memiliki peran penting dalam pembangunan desa. Masyarakat tidak hanya menjadi tujuan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan desa, tetapi juga merupakan suatu kesatuan yang mempunyai kemauan dan tujuan untuk menentukan arah kehidupannya. Atas dasar ini, masyarakat perlu memiliki kesadaran dan pemahaman yang baik tentang posisi dan perannya di desa. Untuk menjadi pihak yang diuntungkan, masyarakat harus berperan aktif dalam proses pembangunan desa. Pada kenyataannya, masyarakat dihadapkan pada berbagai keterbatasan dan permasalahan, baik dari sumber internal seperti rendahnya tingkat pendidikan dan tingginya angka kemiskinan maupun eksternal. Kondisi ini berimplikasi pada rendahnya kesadaran masyarakat tentang peran yang harus dijalankan dalam struktur desa, sehingga masyarakat dalam banyak hal menjadi pihak yang pasif dan tidak menerima manfaat dari pembangunan desa.[7]

Pemberdayaan masyarakat harus diupayakan untuk mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, dan kesadaran masyarakat (UU, 2014)[8]. Menurut Hadiwijoyo dalam Kagungan (2019)[9], pemberdayaan masyarakat adalah proses berkelanjutan yang meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat serta meningkatkan taraf hidup. Dalam proses ini, masyarakat bersama-sama: Mengidentifikasi dan mengkaji masalah dan potensi yang mereka miliki; Menyusun rencana kegiatan berdasarkan hasil studi; Melaksanakan rencana; Secara terus menerus memantau dan mengkaji proses dan hasil kegiatannya (monitoring dan evaluasi). Prinsip-prinsip pemberdayaan adalah bahwa pembangunan yang dilakukan harus: Lokal; Mengutamakan kegiatan sosial; Menggunakan strategi komunitas lokal atau organisasi sosial; Adanya kedudukan yang setara dalam hubungan kerja; Gunakan strategi partisipatif, semua anggota kelompok adalah subjek; Upaya kesejahteraan sosial untuk keadilan.[10]

Salah satu pemberdayaan yang dapat dilakukan adalah pengembangan desa wisata. Nuryanti (1993)[11] dalam (Jafar & Resnawaty, 2017)[12] menjelaskan desa wisata merupakan bentuk keterpaduan antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang dihadirkan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tradisi yang berlaku. Tantangan dalam mengusung konsep smart village modern adalah dalam mengimplementasikan pengembangan desa wisata berbasis tradisi dan potensi lokal desa.

Menurut Gumelar dalam Zakaria (2014)[13], komponen utama desa wisata dapat dilihat dari keunikan dan keaslian desa wisata. Letaknya yang berdampingan dengan kondisi alam yang luar biasa, memiliki budaya yang unik untuk menarik pengunjung, serta memiliki potensi yang dapat dikembangkan dari segi sarana dan prasarana. Sedangkan menurut Prasiasa dalam Zakaria (2014)[13], komponen utama desa wisata ada empat komponen, yaitu: 1) partisipasi masyarakat lokal; 2) ada sistem norma yang berlaku di desa; 3) adat desa setempat dan; 4) budaya desa yang masih asli. Sebuah desa wisata harus memiliki potensi wisata, seni, dan adat istiadat setempat. Lingkungan desa termasuk dalam ruang lingkup kawasan pengembangan pariwisata atau jalur perjalanan yang dijual kepada wisatawan. Ada pengelola, pembina, dan pelaku seni yang bisa mendukung keberlangsungan pengembangan desa wisata. , aksesibilitas yang dapat menunjang desa wisata, terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan lingkungan desa wisata.[10]

Masyarakat harus menyikapi perkembangan dan pemanfaatan teknologi informasi sebagai peluang untuk mengoptimalkan partisipasi dan kontribusinya dalam pembangunan desa. Teknologi informasi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan memperkuat kapasitas masyarakat yang dibutuhkan untuk berkontribusi dalam pembangunan desa. Implikasinya, masyarakat harus memiliki sikap terbuka dan mengadopsi teknologi

informasi sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks pribadi maupun sosial maupun dalam pemerintahan desa. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya diuntungkan dengan adanya teknologi informasi tetapi juga dalam konteks yang lebih luas masyarakat akan diuntungkan dengan penggunaan teknologi informasi dalam konteks sosial dan pemerintahan di desa.[7]

Heap (2015)[14] menekankan peningkatan kesadaran masyarakat desa tentang hak-hak mereka dan menuntut keterlibatan masyarakat dalam proses pemerintahan dan tanggung jawab pemerintah kepada masyarakat. Hak-hak yang dimaksud di sini sama dengan penjelasan para akademisi lainnya, yang meliputi hak-hak dasar yang berkaitan dengan kesehatan, pendidikan, ketahanan pangan, dan kebutuhan dasar lainnya. Desa pintar diharapkan mampu memberikan kehidupan yang layak bagi masyarakat pedesaan seperti yang diperoleh masyarakat perkotaan tetapi oleh desa yang tersisa, yang meliputi: “*Smart security*, sistem transportasi umum yang Efisien, Memperbaiki kondisi sanitasi, Pengelolaan limbah padat dan cair, Hujan panen/Sistem drainase air hujan, Fasilitas air minum yang aman, Penggunaan energi terbarukan Konservasi energi, Penanganan keluhan, Penguatan CBO, Rekening bank fungsional, Fasilitas pertanian, Fasilitas medis terbaru dan terjangkau, E-governance, Penggunaan teknologi modern untuk peningkatan lokalitas, peningkatan pemberdayaan perempuan, fasilitas pendidikan”.[15]

Desa Wisata

Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa.

Desa Wisata adalah wilayah pelestarian alam lingkungan ekosistem serta simpul budaya tradisional masyarakat dengan tidak menghambat perkembangan warganya untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya melalui usaha kepariwisataan. Desa Wisata berfungsi sebagai: sarana edukatif dan rekreasi; sarana pengembangan seni dan budaya; sarana pengembangan pariwisata berbasis masyarakat; sarana pengembangan perilaku dan budaya wisata; dan sarana pelestarian potensi dan sumber daya kepariwisataan.[16]

Desa wisata merupakan daerah tujuan wisata atau sering disebut Destinasi Wisata, yaitu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Yang disebut kawasan pariwisata desa adalah kawasan khusus pariwisata yang terletak dalam wilayah Desa. Usaha kawasan wisata ini merupakan usaha pembangunan dan/atau pengelolaan kawasan untuk memenuhi kebutuhan wisata sesuai peraturan perundang-undangan. Tujuan dari sebuah desa wisata yaitu: meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa; meningkatkan kesadaran dan kebanggaan masyarakat akan adat, budaya dan desanya dalam mengembangkan potensi wisata budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata spritual, wisata alam, dan wisata olahraga; dan melestarikan nilai-nilai budaya yang diwariskan secara turun temurun. Sedangkan tujuan dari penyelenggaraan Desa adalah[16]:

Desa wisata ini merupakan daerah tujuan wisata atau sering disebut Destinasi Wisata, yaitu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Yang disebut kawasan pariwisata desa adalah kawasan khusus pariwisata yang terletak dalam wilayah Desa. Usaha kawasan wisata ini merupakan usaha pembangunan dan/atau pengelolaan kawasan untuk memenuhi kebutuhan wisata sesuai peraturan perundang-undangan. Tujuan dari sebuah desa wisata yaitu: meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa; meningkatkan kesadaran dan kebanggaan masyarakat akan adat, budaya dan desanya dalam mengembangkan potensi wisata budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata spritual, wisata alam, dan wisata olahraga; dan melestarikan nilai-nilai budaya yang diwariskan secara turun temurun. Sedangkan tujuan dari penyelenggaraan Desa adalah[16]:

- Memanfaatkan dan memberdayakan potensi lingkungan guna kepentingan wisata sejarah, wisata alam, wisata agro, wisata budaya, wisata buatan, wisata kuliner, wisata kerajinan tangan dan wisata taman bumi atau geopark dalam rangka peningkatan dan pemberdayaan ekonomi kerakyatan;

- Memelihara dan membina secara terus menerus tata kehidupan, seni budaya masyarakat daerah;
- Mengembangkan kualitas lingkungan masyarakat desa serta potensi kebudayaan dan wisata yang terdapat di masing-masing Desa Wisata;
- Meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa;
- Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengembangkan potensi alam dan mengkonservasi/melestarikan adat, budaya serta arsitektur yang ada secara turun menurun;
- Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam konservasi satwa dan tumbuhan khas serta lingkungan alam;
- Mendorong masyarakat untuk menciptakan lingkungan yang bersih, rapi dan sehat;
- Mempercepat penanaman sikap dan keterampilan yang sesuai dengan sapa pesona pariwisata Indonesia;
- Menumbuhkan kebanggaan terhadap adat istiadat, budaya dan desanya; dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif.

Desa wisata diselenggarakan dengan prinsip-prinsip: memberdayakan kearifan lokal; meningkatkan perekonomian masyarakat; meningkatkan pemberdayaan dan partisipatif masyarakat; dan pemanfaatan teknologi digital. Pengembangan desa wisata diselenggarakan berdasarkan asas: kemanfaatan dan keberlanjutan; kreatif dan partisipatif; efisien dan efektif; dan berkeadilan sosial serta berwawasan lingkungan. Ruang lingkup pengembangan desa wisata meliputi penataan dan pengelolaan kawasan wisata di wilayah Desa. Penataan dan pengelolaan dilakukan tidak bertentangan dengan kepentingan masyarakat, nilai sosial, budaya, agama dan lingkungan hidup serta dikembangkan dan dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat Desa dan di sekitar kawasan desa wisata. Penataan dan pengelolaan kawasan wisata dapat dilakukan melalui inventarisasi, dokumentasi, registrasi, legalisasi, revitalisasi, dan pembangunan pariwisata. Penataan dan pengelolaan kawasan wisata dilaksanakan secara fungsional oleh organisasi masyarakat Desa Bidang Pariwisata serta dipertanggung jawabkan kepada Kepala Desa dan diatur Peraturan Kepala Desa. Organisasi Masyarakat Bidang Pariwisata ini adalah organisasi masyarakat yang bervisi kebangsaan dengan tujuan melestarikan dan mengembangkan destinasi wisata desa.[17]



Gambar 1. Desa Wisata Kampung Ulos Hutaraja Kabupaten Samosir (kiri) dan Desa Wisata Pantai Lumban Bul Bul Kabupaten Toba (kanan)
Sumber: sendiri

Maksud pengembangan desa wisata adalah untuk menata dan mengelola potensi dan sumber daya desa di bidang pariwisata demi meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan desa serta dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk kesejahteraan rakyat. Tujuan pengembangan desa wisata, meliputi: menjaga, melindungi dan melestarikan tradisi budaya dan kearifan lokal untuk memperkokoh kebudayaan nasional; memanfaatkan potensi budaya dan kearifan lokal demi pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat; menata dan mengelola potensi dan sumber daya desa demi mendukung pembangunan pariwisata; memberi dorongan, motivasi dan menciptakan peluang bagi masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan pariwisata desa; mewujudkan pemanfaatan hasil-hasil pembangunan kepariwisataan dalam rangka peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat; dan mengangkat citra Desa. Sedangkan fungsi pengembangan desa wisata adalah sebagai sarana: pelestarian seni dan budaya; pembangunan pariwisata berbasis masyarakat; dan edukatif dan rekreatif.[17]

Pengembangan Desa Wisata yang Cerdas di Kawasan Danau Toba

Simanungkalit (Koordinator Penyusunan *Masterplan Smart City*) Kemenkominfo (2021)[18] menjelaskan, pengembangan desa cerdas bertujuan untuk menarik wisatawan domestik dan internasional sebagai penarik

investor dalam pembangunan infrastruktur dan membuka usaha baru. Dengan gerakan desa cerdas, pemerintah kota/kabupaten dapat berinovasi untuk mengembangkan setiap potensi pariwisata dalam hal pembangunan infrastruktur dan smart branding dalam mempromosikan destinasi wisata. Dapat mempromosikan promosi berupa paket wisata di kawasan Danau Toba (Wisata Sumatera Utara), termasuk delapan kabupaten sekitarnya. Jadi, melalui paket wisata ini, wisatawan bisa mengunjungi delapan kota/kabupaten di daerah tersebut.[18]

Namun dalam pelaksanaannya, pihak daerah tentunya perlu memikirkan inovasi-inovasi menarik untuk promosi pariwisata yang juga disesuaikan dengan konsep 3A (atraksi, aksesibilitas, dan amenities) yang menjadi salah satu prinsip pengelolaan pariwisata. Setiap daerah pasti tahu apa yang bisa ditawarkan wisatawan saat berkunjung ke daerah tersebut. Tidak hanya dipromosikan tetapi juga dibarengi dengan peningkatan setiap fasilitas di tempat wisata menjadi lebih baik. Misalnya, jika sudah ada paket wisata seperti itu, masing-masing kota/kabupaten juga harus merencanakan. Untuk itu perlu direncanakan suatu tempat kota wisata yang harus mampu dan layak untuk dikunjungi. Penyampaian cerita yang kaya akan budaya dan sejarah bisa menjadi salah satu cara rebranding daerah di daerah.[18]

Kelayakan fasilitas seperti ketersediaan penginapan, toilet bersih, fasilitas ibadah, dan fasilitas kesehatan di kawasan Danau Toba belum memenuhi standar internasional. Bahkan ketersediaan fasilitas tersebut masih jauh dari standar nasional. Maka tempat menginap yang layak bagi wisatawan internasional seharusnya sudah memenuhi standar internasional. Namun, kondisi saat ini masih jauh di bawah standar nasional. Menargetkan wisatawan asing dan nasional, tentunya kelemahan kelayakan fasilitas perlu menjadi perhatian bersama, baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. Pemerintah telah menstandarkan kelayakan fasilitas yang harus dipenuhi oleh kota/kabupaten yang mendukung Kawasan Wisata Prioritas Nasional (KPPN). Bisa menggunakan fokus anggaran pemerintah untuk pengembangan infrastruktur destinasi wisata, termasuk kelayakan fasilitas dari kementerian kota/kabupaten di KPPN.[18]

Pemerintah dan masyarakat Danau Toba mulai berbenah diri dengan menerapkan *smart city/desa* di bawah pembinaan Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk memastikan *masterplan smart city* dapat terstruktur dengan baik. Barry (tenaga ahli kementerian) dalam Journalis (2021)[19] menyatakan bahwa komitmen bersama terhadap kawasan super prioritas Danau toba, menerjemahkan program *smart city/village* menjadi program regional. Mengingat banyaknya tempat wisata di kawasan Danau Toba, maka perlu adanya kerjasama antara pemerintah kabupaten untuk mendorong dan mempermudah perizinan bagi usaha kecil. Apalagi hampir setiap kabupaten di kawasan Danau Toba memiliki kawasan ekonomi pariwisata. Diperlukan kerjasama yang saling menguntungkan antar delapan kabupaten di kawasan Danau Toba. Perlu dibuat program yang melibatkan seluruh delapan kabupaten untuk memberikan harapan baru bagi kemajuan masyarakat.

Informan kami dari Institut Teknologi DEL menjelaskan bahwa, walaupun *smart city/village* itu mencakup pengertian yang luas, namun pada tahap awal *smart village* khususnya untuk pengembangan desa wisata adalah tiap desa memiliki website masing-masing. Hal ini dimaksudkan adalah agar wisatawan dapat mengetahui seluk beluk dari desa tersebut, baik produk atau jasa yang ditawarkan, lokasi desa dan bagaimana mencapai tempat tersebut, akomodasi yang ada disekitar desa, sarana dan prasarana, dan sebagainya. Website dapat membantu menjual pariwisata desa dengan mudah dan murah dan dapat diakses dari mana saja. IT DEL telah menjadikan pembuatan website di desa-desa wisata di sekitar kawasan wisata Danau Toba sebagai tugas mahasiswanya untuk membantu memperkenalkan lokasi-lokasi wisata di kawasan Danau Toba. Selain itu media youtube juga mereka gunakan untuk memperkenalkan obyek-obyek wisata menarik di Danau toba.



Gambar 2. Diskusi (FGD) Bersama Informan, di Institut Teknologi DEL yang Berlokasi di Pinggir Danau Toba
Sumber: sendiri

Cahyono (asisten deputi kementerian) dalam Journalis (2021)[19] mengatakan salah satu aspek *smart city/village* terkait dengan *smart governance*. *Smart governance* dalam konteks pengaturan sistem pemerintahan berbasis elektronik. Seluruh instansi pemerintah, baik pusat maupun daerah, dapat berkolaborasi untuk mewujudkan *smart governance*, memastikan dapat mencapai pelayanan publik yang baik. Dengan komitmen pemerintah, *smart city/village* ini bisa berjalan di kawasan Danau Toba. Perlu dipastikan sistem pemerintahan berbasis elektronik sebagai bagian dari *smart city* yang direncanakan Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam hal ini adalah *smart governance*.

Perlunya Smart Government terhadap Pengembangan Desa Wisata di Indonesia

Dikaitkan dengan konteks desa di Indonesia, lembaga harus dipahami sebagai lembaga formal negara yang merupakan bagian dari struktur pemerintahan. Dalam hal ini, pemerintahan desa direpresentasikan sebagai struktur pemerintahan yang paling rendah [20, 21]. Kelembagaan melekat pada kewenangan untuk merumuskan instrumen kebijakan pembangunan desa pintar. Pemerintah, masyarakat, dan lingkungan pedesaan merupakan elemen-elemen yang membentuk *smart village* (desa pintar) yang memiliki peran dan fungsi yang berbeda-beda. Namun ketiga elemen tersebut menjadi satu kesatuan yang saling mempengaruhi, sehingga penerapan konsep *smart village* harus didasarkan pada akomodasi ketiga elemen tersebut, termasuk karakter, peran, dan fungsi masing-masing elemen.

Ada dua pemangku kepentingan dalam konteks desa di Indonesia, pemerintah desa sebagai lembaga negara dan masyarakat desa. Dalam membangun desa pintar, kedua pemangku kepentingan ini menjadi dimensi utama yang menjadi landasan implementasi desa pintar. Sumber daya lain yang ada di desa, sebagian digunakan untuk menopang kehidupan masyarakat desa dan pemerintahan desa [22, 23, 24]. Dalam konteks ini, sumber daya ini diintegrasikan ke dalam lingkungan pedesaan. Teknologi informasi dalam konteks desa pintar digunakan sebagai elemen yang mendorong hubungan antara pemerintah desa, masyarakat, dan lingkungan pedesaan untuk mewujudkan tujuan penyelenggaraan kehidupan pedesaan berbasis teknologi informasi.

Pemerintah desa memiliki kedudukan sebagai bentuk pemerintahan gabungan antara *self-governing community* dan *local self-government* [8, 25]. Kenyataan ini mengandung pengertian bahwa dalam struktur desa, penyelenggaraan urusan pemerintahan tidak dapat dipisahkan dari unsur-unsur pokok masyarakat, dan orientasi kebijakan pemerintahan desa yang dijalankan sepenuhnya ditujukan untuk kepentingan masyarakat. Dalam konteks praktis, hal ini diwujudkan dalam 4 (empat) fungsi pemerintahan desa: pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, pengembangan masyarakat, dan pemberdayaan [20]. Keempat fungsi tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat pedesaan.[7]

Administrasi pemerintahan merupakan bentuk pelaksanaan fungsi pemerintahan desa sebagai struktur organisasi pemerintahan terendah yang berwenang menyelenggarakan pemerintahan secara mandiri, termasuk pelayanan publik kepada masyarakat [26]. Dalam konteks *smart village*, pemanfaatan teknologi informasi dapat memberikan peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Pemerintah desa akan dapat menjalankan fungsi pemerintahan secara efektif dan transparan kepada masyarakat. Selain itu, pemanfaatan teknologi informasi secara umum dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas pemerintah desa.

Sesuai keterangan informan dari Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, pemanfaatan teknologi informasi diperlukan untuk mengetahui desa-desa wisata mana yang perlu ditangani dengan segera. Selain itu teknologi ini diharapkan dapat meningkatkan kerjasama antar daerah, antar desa, antar kabupaten, antar kabupaten dengan pemerintah provinsi, antar pemerintah provinsi dengan pemerintah pusat, dan antar pemerintah pusat, pemerintah kabupaten dan pemerintah kabupaten sehingga aliran informasi semakin cepat, terutama dalam penggunaan anggaran.

Pemanfaatan teknologi informasi seharusnya menjadikan proses pembinaan dan pemberdayaan menjadi proses yang tidak lagi dilakukan secara tradisional. Teknologi informasi telah menjadi media bersama antara pemerintah desa dan masyarakat untuk saling mengidentifikasi masalah, tuntutan, dan keinginan masing-masing. Di sisi lain, teknologi informasi dapat digunakan sebagai rencana pengembangan dalam pembinaan dan pemberdayaan sebagai bagian dari produktivitas masyarakat untuk menciptakan pemberdayaan masyarakat.[7]

Salah Satu Pengembangan Pemasaran untuk Desa Wisata: *Storytelling*

Target jumlah kunjungan wisatawan perlu ditingkatkan setiap tahunnya. Namun, ada beberapa kendala yang dihadapi dalam pengembangannya, salah satunya terkait promosi. Oleh karena itu, perlu diterapkan *story-driven marketing* untuk mempromosikan pariwisata melalui penyebaran cerita dan kesan dengan menerapkan *storytelling*

[27, 28]. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi storytelling destinasi wisata yang masuk dalam kategori wisata super prioritas yaitu kawasan Danau Toba tepatnya dari kawasan Kabupaten Samosir di Sumatera Utara. Kawasan wisata ini berpeluang untuk dikembangkan karena memiliki nilai sejarah dan keunikan sejarah serta cerita rakyat. Oleh karena itu akan dilakukan kajian tentang mendongeng yaitu penjelasan tentang sejarah, asal usul, dan perkembangan daerah dari masa ke masa serta kemungkinan adanya legenda cerita rakyat dari suku Batak khususnya untuk salah satu cerita rakyat dari Kabupaten Samosir di Kawasan Wisata Danau Toba, Sumatera Utara, Indonesia.

Salah satu wujud dari konsep pariwisata berbasis masyarakat adalah pengembangan desa wisata, dimana masyarakat pedesaan di kawasan wisata mengembangkan potensinya, baik dari segi potensi alam, budaya, maupun sumber daya manusianya. “Keberadaan desa wisata di Indonesia saat ini berkembang pesat. Perkembangan desa wisata ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat desa itu sendiri, diantaranya adalah adanya lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran di desa tersebut. Selain itu, desa wisata yang mengusung konsep ekowisata akan menjadikan desa mampu melestarikan alam dan budaya desa. Hal lain adalah desa wisata dapat menjadikan desa menjadi desa mandiri karena dapat memberikan alternatif pekerjaan yang dapat dimasuki oleh masyarakat setempat” [29].[30]

Masyarakat Adat adalah sekelompok orang yang hidup secara turun temurun di suatu wilayah geografis tertentu dan terikat oleh identitas budaya, adanya ikatan asal usul leluhur. Ini adalah hubungan yang kuat dengan tanah, wilayah, dan sumber daya alam di wilayah tradisional mereka dan sistem nilai yang menentukan ekonomi, politik, sosial, dan hukum. Budaya, situs sejarah, dan cerita di baliknya adalah aset yang dapat mendorong pengembangan desa wisata.[31]

Heritage tourism adalah paket perjalanan dengan mengunjungi tempat-tempat yang dianggap memiliki sejarah penting sebagai daya tarik wisata. Wisata budaya saat ini banyak diminati oleh wisatawan. Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) 2005 mencatat bahwa kunjungan ke objek warisan budaya dan sejarah telah menjadi salah satu kegiatan pariwisata yang tumbuh paling cepat. Georgia (2010) dalam Kartika dkk. (2017[32]) menyatakan, “Sebagian besar wisatawan (65%) mengatakan bahwa mereka mencari pengalaman perjalanan di mana tujuan, bangunan, dan lingkungan tetap mempertahankan karakter bersejarah mereka”. Wisatawan lebih suka memiliki pengalaman perjalanan yang mempertahankan karakter historisnya. Wisata heritage merupakan salah satu potensi yang dimiliki setiap daerah karena setiap daerah memiliki sejarah budaya yang unik, sehingga menjadi ciri khas yang berbeda dengan daerah lainnya. [32]

World Tourism Organization dalam Cahyadi dan Gunawijaya (2009)[33] mendefinisikan *heritage tourism* sebagai perjalanan wisata untuk menikmati sejarah, alam, warisan budaya manusia, seni, filosofi, dan institusi dari daerah lain (The National Trust for Historic Preservation dalam Cahyadi dan Gunawijaya, 2009)[33]. Wisata warisan (*heritage tourism*) adalah perjalanan menikmati tempat, artefak, dan kegiatan yang secara otentik mewakili cerita/sejarah orang kuno maupun saat ini. Wisata warisan juga dapat dikatakan sebagai “perjumpaan pribadi dengan tradisi, sejarah, dan budaya. Wisata warisan didasarkan pada konsep bahwa setiap komunitas memiliki cerita untuk diceritakan.[34]

Mendongeng adalah kegiatan bercerita, baik dilakukan secara manual maupun dengan menggunakan alat teknologi dan internet. Menurut Serrat (2008), mendongeng adalah seni yang menggambarkan peristiwa nyata dalam bentuk fiksi dan dapat disampaikan dengan menggunakan gambar atau suara. Selain bermanfaat sebagai media promosi pariwisata, storytelling merupakan metode yang efektif untuk menggali nilai-nilai unik dan menarik suatu destinasi wisata atau bahkan produk ekonomi kreatif. Dengan storytelling yang baik, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang berbeda dalam berwisata. Cerita yang menarik akan membuat sebuah destinasi wisata tidak hanya menjadi tempat tetapi ruang yang lebih hidup untuk mencari berbagai informasi. Secara tidak langsung, pengalaman traveling dengan storytelling ini akan membawa makna bagi setiap destinasi. Mendongeng dapat membuat suatu objek wisata menjadi lebih menarik dan membuat wisatawan penasaran. Namun, penceritaan yang terlalu panjang akan menjenuhkan wisatawan. Ceritanya cukup singkat tapi dalam.[30]

Bagi sebuah destinasi wisata, *storytelling* merupakan bagian dari pemasaran produk. Storytelling menggabungkan fakta dan cerita yang ingin disampaikan kepada wisatawan, sehingga mereka lebih tertarik dengan apa yang mereka lihat. Dapat menggunakan teknik pemandu dan kemampuan mendongeng untuk mempromosikan keunikan tempat wisata. Menumbuhkan jiwa atau ruh di suatu destinasi pariwisata harus direncanakan dengan matang dan dilakukan melalui penelitian yang tepat dan tidak terkesan dibuat-buat. Kisah-kisah di balik tempat wisata tersebut akan memberikan salah satu daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung sehingga ketika mengunjungi tempat wisata, kita tidak hanya melihat tempat-tempat indah di depan mata tetapi juga pengetahuan tentang nilai-nilai yang disampaikan.[35]

Mendongeng adalah cerita yang diceritakan kepada wisatawan untuk memahami sejarah atau fitur suatu tempat dengan lebih baik. Mendongeng dimaksudkan untuk menghibur atau mengajarkan sesuatu kepada wisatawan. Selain disuguhkan keindahan alam, wisatawan juga mendapatkan pengetahuan baru tentang nilai sejarah atau

legenda tempat tersebut. Melalui storytelling, suatu destinasi wisata akan memiliki makna pembelajaran bagi wisatawan. Penguatan destinasi dapat dihubungkan dengan legenda masyarakat setempat yang mengandung nilai-nilai kehidupan masyarakat sehingga yang didapat wisatawan tidak hanya tontonan tetapi juga bimbingan.[35]

Mendongeng di destinasi wisata memiliki fungsi penting: memahami nilai-nilai masyarakat lokal kepada wisatawan. Kedua, wisatawan akan belajar tentang sejarah tempat (legenda) yang dikunjungi. Ketiga, legenda yang disampaikan akan memberikan sugesti bagi wisatawan yang percaya dengan cerita tersebut. Keempat, cerita yang berkesan secara psikologis akan memperkuat keberadaan destinasi tersebut di masyarakat, khususnya bagi wisatawan. Dalam membuat storytelling perlu memperhatikan, pertama, sejarah dan gambaran umum tempat daerah tersebut. Kedua, memperhatikan geografi/objek wisata yang layak dan indah untuk disampaikan kepada wisatawan. Ketiga, dibuat cerita yang menghubungkan tempat tersebut dengan legenda masyarakat setempat sehingga menimbulkan kepercayaan pada wisatawan bahwa cerita tersebut terjadi di tempat tersebut.[35]

Saat ini banyak destinasi terkenal di Indonesia yang sudah memiliki storytelling yang kuat, namun cara penyampaiannya kepada wisatawan kurang baik dan kurang menarik. Bisa karena teknik penyampaian yang tidak profesional atau faktor bahasa yang tidak lancar. Selain itu, kurangnya brosur yang dapat dibaca oleh wisatawan, sehingga wisatawan tidak memahami cerita yang disampaikan. Contohnya adalah wisata ke candi borobudur yang sudah memiliki cerita yang kuat, namun penyampaian guide yang kurang baik. Kelemahannya adalah kalah bersaing dengan destinasi sejenis di luar negeri, seperti Angkor Wat di Kamboja.[35]

Storytelling yang telah dibuat harus dapat dipahami oleh pengunjung baik melalui panduan maupun melalui brosur. Dapat benar-benar memahami nilai-nilai yang diciptakan dapat benar-benar dipahami dan sekaligus membuat mereka bersemangat menjalankan berbagai kegiatan yang telah dituangkan dalam cerita. Pelatihan pemandu profesional diperlukan agar apa yang diceritakan tersampaikan dengan baik. Untuk itu perlu mendukung program pemerintah untuk secara berkala melakukan pelatihan bagi pemandu wisata dan SDM agar *storytelling* yang telah disusun dapat berhasil mengangkat citra destinasi pariwisata di Indonesia.[35] Berikut beberapa *storytelling* yang sering diceritakan untuk menarik wisatawan mendatangi lokasi asal cerita tersebut.

Salah satu contoh mendongeng di Pulau Samosir Kawasan Danau Toba adalah Sejarah Situs Boru Naibaho dan Pohon Jabi-Jabi [31, 36, 37]



Gambar 3. Situs Boru Naibaho dan Pohon Jabi-Jabi di Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir
Sumber: sendiri

Dikatakan bahwa pada suatu waktu, dua anak kembar (satu laki-laki dan satu perempuan) lahir karena suatu alasan dan kemudian saling mencintai. Cinta terlarang ini kemudian mengejutkan seluruh desa. Cinta sedarah ini bertentangan dengan nilai-nilai adat Batak Toba. Orang tua dari pasangan kembar ini menemukan suami untuk putri mereka. Singkat cerita, Boru Naibaho yang cantik ini kemudian menikah dengan klan Sinaga pilihan orang tuanya. Namun pernikahan ini berakhir tragis karena boru Naibaho membunuh suaminya yang bermarga Sinaga, dan memilih kembali ke saudara kembarnya. Tradisi setempat mengatakan, sebelum menikah, Boru Naibaho yang cantik ini pernah berhubungan seks dengan saudara kembarnya dan memiliki dua tubuh. Karena tega membunuh suaminya, marga Sinaga menghukum keturunan marga Naibaho dalam dua bentuk sanksi adat: diusir dari desa atau ditenggelamkan di Danau Toba. Boru Naibaho lebih suka ditenggelamkan di danau, lengkap dengan peralatan tenunnya. Namun, konon setelah beberapa minggu, boru Naibaho muncul ke permukaan danau dan kemudian menepi ke bibir pantai. Ia lalu mengambil alat tenunnya dan menganyam ulos di bawah pohon jabi-jabi. Sejak

saat itu, pohon ini dianggap keramat karena menjadi tempat menenun boru Naibaho yang ternyata masih hidup meski telah ditenggelamkan ke dalam danau. Seiring waktu, kisah magis dan mistis ini menyebar terutama di kalangan klan Naibaho dan menjadi sakral. Akhirnya, para jenderal Naibaho dan marga Batak Toba sering mengunjungi tempat suci ini. Makam suci ini sering disebut makam "namborutta" (boru/putri kita). Legenda ini juga menceritakan seorang suami yang juga saudara kembarnya dan dikaruniai seorang anak bernama Sitindaon, yang kemudian dikenal sebagai marga Sitindaon dalam silsilah marga Batak Toba saat ini. Karena itu, penyebutan nama situs ini pun menjadi sengketa silang. Keturunan Naibaho menyebutkan situs Boru Naibaho, sedangkan keturunan Sitindaon yang mengaku keturunan langsung dari boru Naibaho menyebutkan situs Boru Naitang.

Pembangunan Infrastruktur di Kawasan Danau Toba, Contoh Kasus dalam Pengembangan Desa Wisata Tano Ponggol

'Tano Ponggol' adalah sebuah kawasan di kecamatan Pangururan pulau Samosir yang terletak di kawasan wisata Geopark Danau Toba. "Tano Ponggol merupakan daerah yang kaya akan sumber daya alam dan nilai sejarah. Letaknya yang strategis, di Desa Siogungogung, Kecamatan Pangururan, merupakan satu-satunya akses menuju Pulau Samosir melalui jalur darat, membuat kawasan ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi kawasan ekowisata. Nilai sumber daya alam yang masih asli dan nilai budaya dan sejarah yang tinggi di kawasan ini menjadikan nilai jual Ekowisata sangat ideal dan juga merupakan upaya melestarikan warisan budaya dan lingkungan.

Dalam Rencana Detail Tata Ruang Wilayah Perkotaan Pangururan (RDTR) 2007-2017 [38], kawasan Tano Ponggol diberikan kebijakan untuk dikonversi dan direvitalisasi, dengan strategi sebagai berikut: Kawasan Tano Ponggol sebagai kawasan sejarah dan daya tarik wisata; Dikembangkan sebagai Kawasan Unggulan di Kawasan Perkotaan Pangururan; Konversi dan revitalisasi kawasan permukiman di Kawasan Tano Ponggol menjadi Pintu Masuk Utama (Main Entrance) Kawasan Perkotaan Pangururan serta Pintu Masuk Pulau Samosir (perbatasan Pulau Sumatera dengan Pulau Samosir); Meningkatkan fungsi perairan Danau Toba di kawasan Tano Ponggol dengan melakukan pengerukan agar dapat dilalui oleh kapal pengangkut barang dan penumpang, baik jalur pelayaran regional maupun lokal. Tano Ponggol menjadi kawasan ekowisata dengan penataan ruang tepi laut di sepanjang Kanal dan jembatan. Penataan ruang tepi laut ini dilakukan dengan merevitalisasi kawasan dengan memasukkan beberapa fungsi baru yang akan dikonsepsikan melalui analisis karakter, potensi, dan permasalahan kawasan di Tano Ponggol [39]. Dalam penataan ruang tepi laut, dua aspek penting yang mendasari pengambilan keputusan untuk menghasilkan solusi [40][41], yaitu: Letak geografis, meliputi kondisi geografis dan iklim; dan Konteks kawasan, termasuk pengguna yang terkait dengan rasa keterikatan terhadap kawasan, sejarah dan budaya, akses dan sirkulasi, serta karakter visual yang terkait dengan ciri fisik kawasan tepi laut berupa bentuk, material, vegetasi, atau aktivitas yang khas.[39]



Gambar 4. Peta Tano Ponggol (*Google Maps*) dan Jembatan yang Dibangun di Atas Kanal (Foto Sendiri)

Yudha & Aulia (2019)[39] menjelaskan bahwa tanah Tano Ponggol dipotong menjadi kanal dengan kedua ujungnya mengarah ke Danau Toba dan kemudian memisahkan Pulau Samosir dari daerah sekitarnya. "Di Kanal ini dibangun sebuah jembatan yang menghubungkan kembali ke Pulau Samosir. Samosir.Kawasan ini memiliki syarat, bukan rencana induk pengembangan pariwisata daerah, yang berencana mengembangkan kawasan ini menjadi kawasan ekowisata. Program pemerintah dalam mengembangkan Tano Ponggol menjadi kawasan ekowisata adalah dengan penataan ruang tepi laut di sepanjang Kanal dan jembatan. Ini Penataan ruang waterfront

dilakukan dengan merevitalisasi kawasan dengan memasukkan beberapa fungsi baru yang akan dikonsepsikan melalui analisis karakter, potensi, dan permasalahan kawasan di Tano Ponggol.” (Yudha & Aulia, 2019)[39]

Kanal Tano Ponggol merupakan salah satu potensi alam Kabupaten Samosir yang belum dikelola sebagai kawasan wisata karena keindahan alam dan sejarahnya. “Novpriandi dan Aulia (2019)[42] mempelajari bahwa Kanal Tano Ponggol merupakan satu-satunya Kanal di Kabupaten Samosir yang berperan penting dari dulu hingga sekarang. Terusan ini memisahkan Pulau Sumatera dan Pulau Samosir yang digali pada masa penjajahan Belanda. Terusan Tano Ponggol sengaja digali untuk memudahkan aktivitas para nelayan yang sebelum Terusan menarik sampan mereka di dataran rendah dari ujung ke ujung untuk menangkap ikan. Sayangnya, kondisi kanal Tano Ponggol saat ini tidak dijaga dan dirawat dengan baik dan dibiarkan begitu saja, sehingga tidak memiliki daya tarik sedikit pun bagi pengunjung sebagai wisatawan.”

Kanal Tano Ponggol merupakan salah satu potensi yang ada di Samosir sebagai tujuan wisata, perencanaan Terusan ini memiliki konsep Ekowisata, dimana pemanfaatan potensi alamnya lebih diutamakan daripada bangunan buatan. Dengan direncanakannya Kanal sebagai salah satu destinasi pariwisata berbasis ekowisata di Samosir diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerahnya terutama untuk kesejahteraan penduduk di wilayah perencanaan atau di sekitar Kanal. Kebijakan perencanaan kawasan kanal Tano Ponggol juga telah diatur dalam RDTR-Pangurusan [38].

Kawasan Tano Ponggol, menurut Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Samosir 2011-2030 [43], merupakan wilayah yang ditetapkan sebagai kawasan wisata alam dan budaya. “Kawasan Tano Ponggol sangat potensial untuk wisata lokal maupun mancanegara. Potensi wisata di kawasan Tano Ponggol dijelaskan dalam kebijakan RDTR-Pangurusan, seperti kanal Tano Ponggol, konservasi dan revitalisasi kawasan bersejarah, pelestarian budaya, kawasan perkampungan tradisional Batak, dan keramba jaring apung.



Gambar 5. Pembangunan Kawasan Wisata Tano Ponggol

Sumber: sendiri

Kondisi tata guna lahan kawasan Tano Ponggol belum tertata dan terencana secara optimal. Perencanaan tata guna lahan di kawasan Tano Ponggol dibagi menjadi zona-zona dengan konsentrasi perencanaan yang berbeda di setiap zona, antara lain penataan permukiman dan perkampungan tradisional Batak, persawahan sebagai destinasi wisata, pemeliharaan situs bersejarah, pelestarian bangunan kolonial yang ada, dan upaya budidaya keramba jaring apung. Perlunya perencanaan agar penggunaan lahan di kawasan Tano Ponggol menjadi tertata dan dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menggali potensi alam yang ada dan meningkatkan perekonomian masyarakat di kawasan Tano Ponggol. Tata guna lahan di Ekowisata Tano Ponggol saat ini terdiri dari fungsi kegiatan permukiman, perdagangan, dan jasa, pertanian, peribadatan, pendidikan, dan perkantoran. Kawasan Tano Ponggol direncanakan menjadi jalur darat akses utama menuju Pulau Samosir dengan desain pintu masuk yang menarik untuk menciptakan citra Kawasan Perkotaan Pangurusan sebagai kota modern berbasis budaya lokal.”[44]

Kawasan ekowisata Tano Ponggol merupakan kawasan yang memiliki potensi keindahan. Selain kondisi alam yang asri, juga terdapat beberapa peninggalan bangunan permukiman tradisional Batak. Bangunan hunian tradisional ini jika dikembangkan dengan baik dapat menjadi destinasi khusus dan ikon wisata di kawasan Tano Ponggol. Permukiman merupakan bagian dari kota, terdiri dari bangunan rumah dan fasilitas sosial yang menunjang kegiatan tersebut. Jenis permukiman yang berusia kurang lebih 250 tahun ini tetap mempertahankan bentuk dan fungsinya sebagai kawasan wisata. Namun kondisi fisik bangunan tradisional tersebut kurang diperhatikan oleh berbagai pihak, baik pemerintah maupun masyarakat yang menempati permukiman tradisional tersebut. “Rumah adat Batak masih banyak terlihat di kawasan Tano Ponggol yaitu rumah panggung, dengan

bahan bangunan utama kayu dengan penutup atap yang terbuat dari ijuk. Konstruksi bangunan tidak menggunakan paku, dan diikat dengan rotan. Dindingnya terbuat dari ukiran. Ornamen bangunan ini dilengkapi dengan ukiran (gorga) khas Batak yang coraknya mengandung filosofi tertentu. Bangunan tradisional ini perlu dilestarikan karena merupakan potensi wisata budaya dan alam yang menarik dan dikelola dengan baik, yang dapat bermanfaat bagi pemilik/pengelola lokasi wisata tersebut dan pendapatan dari pendapatan pemerintah daerah.” [45]

Peran pelestarian bagi kota bersifat fisik dan mencakup upaya pencegahan sosial dan budaya. Arah pelestarian suatu kawasan dengan skala lingkungan atau bangunan perlu didasarkan pada motivasi sosial, budaya, aspek estetika, dan pertimbangan ekonomi. Menindaklanjuti RDTR-Pangurusan [38], diperlukan tindakan nyata, misalnya dalam upaya pelestarian kawasan rumah adat Huta Naibaho, tidak hanya tertulis dalam peraturan tetapi juga memastikan kegiatan tersebut direalisasikan di lapangan. “Saran Untuk Pelestarian Rumah Adat Permukiman Adat Huta Naibaho terkait Aspek Non Fisik adalah: Membuat Peraturan Pemerintah tentang Penetapan Tata Guna Lahan Permukiman Adat Naibaho sebagai Kawasan Konservasi; Mendirikan salah satu bangunan sebagai *homestay* untuk pengembangan pariwisata lokal dan non lokal; Berkoordinasi dengan pemilik/pelanggan rumah adat untuk mendapatkan kesepakatan kerjasama; Menetapkan Pemangku Kepentingan Adat sebagai pelaksana Pelestarian; Menghidupkan kembali adat Batak yang telah lama hilang, baik upacara adat maupun acara formal, sehingga diharapkan dapat menarik wisatawan; Sosialisasi ekonomi kreatif bagi pemilik rumah adat agar dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat, berupa penjualan oleh-oleh atau ulos [46] yang sangat terkenal di daerah Batak.” [45]

Salah satu permasalahan Ekowisata di kawasan Tano Ponggol adalah kondisi dan keberadaan sistem penghijauan baik di kawasan maupun lingkungan yang masih kurang dan kurang tertata. Untuk itu perlu adanya penataan penghijauan di kawasan Tano Ponggol karena sangat penting baik sebagai kawasan visual maupun penambah nilai kawasan dan Ekowisata khususnya pada kawasan permukiman tradisional dan kawasan situs konservasi. Arah penataan hijau berkelanjutan secara ekologis adalah konsep perencanaan yang menyatukan kolaborasi antara bangunan dan lingkungan (alami) dan diarahkan untuk menciptakan rencana yang memiliki prinsip berkelanjutan dan menciptakan suasana perjalanan yang unik dan menarik. “Keberadaan pohon peneduh atau vegetasi sangat minim. Misalnya di desa adat Huta Naibaho dan Huta Nainggolan serta Situs Cagar Budaya Sitanggang Bau. Tidak adanya penataan penghijauan yang terencana mengakibatkan jenis-jenis pohon yang variasi dan dimensinya tidak beraturan dan serasi sehingga mengurangi estetika visual kawasan. Dalam mendukung perencanaan kawasan ekowisata Tano Ponggol, perlu direncanakan sistem penghijauan yang berkelanjutan secara ekologis. Ini adalah konsep perencanaan yang menyatukan kolaborasi antara bangunan dan lingkungan (alami). Menjadikan kawasan desa adat dan situs cagar budaya menjadi suasana wisata yang unik dan menarik serta tetap menjaga kearifan budaya lokal.” [47]

Kaldera Toba sebagai UNESCO Global Geopark

Danau Toba merupakan salah satu danau kaldera terbesar di dunia, sebagai kaldera vulkanik-tektonik dengan ukuran seperempat terbesar di dunia. Kaldera ini terbentuk dari proses keruntuhan setelah meletusnya supervolcano gunung berapi Toba purba 74.000 tahun yang lalu, kemudian dipenuhi air hujan. Karena keunikannya, Kaldera Toba diusulkan menjadi Toba Kaldera Geopark. Gubernur Sumatera Utara membentuk Tim Percepatan Geopark Kaldera Toba untuk menjadi anggota UNESCO *Global Geopark Networking* melalui Surat Keputusan Gubernur Sumatera Utara, pada tanggal 26 Juni 2013. [48]

Geopark dikembangkan untuk melindungi warisan dunia dengan konsep konservasi, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat, serta untuk meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Pentingnya upaya konservasi warisan dunia dan pengelolaan sumber daya alam di kawasan geopark sangat potensial. Obyek-obyek yang ada di kawasan geopark perlu dilestarikan karena keberadaannya tidak dapat diperbaharui dan dapat rusak jika tidak dijaga dengan baik. Selain memiliki keindahan dan keunikan yang langka, kawasan geopark ini sangat bermanfaat untuk wisata edukasi, khususnya geologi. Konsep geopark juga dibuat untuk mengajak masyarakat agar lebih peduli terhadap lingkungan sekitar dan baik pemanfaatan sumber daya alam, perubahan iklim, bencana alam, dan cara penanggulangannya. [49]

Perencanaan yang baik di kawasan ini diperlukan untuk peningkatan pariwisata dan layanan yang ditawarkan oleh usaha masyarakat lokal untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat pedesaan setempat [50]. “Tata kelola yang baik tidak hanya fokus pada pembangunan infrastruktur untuk pelestarian warisan budaya dan produk wisata, tetapi yang lebih penting, mengembangkan kebutuhan kritis untuk ketahanan masyarakat terhadap berbagai risiko. Seperti perubahan iklim, pandemi, dan bahaya geologi atau teknologi. Selain itu, pendidikan masyarakat untuk memahami kebutuhan jasa lingkungan perlu ditingkatkan untuk mencapai penghidupan yang berkelanjutan” [51].

UNESCO Global Geoparks bertujuan, “memberdayakan komunitas lokal dan memungkinkan mereka untuk mengembangkan kemitraan dengan tujuan bersama untuk mempromosikan area yang memiliki signifikansi

geologis, proses geologis, fitur, periode waktu, tema sejarah yang terkait dengan geologi, atau keindahan geologis yang luar biasa. UNESCO Global Geopark didirikan melalui proses dari bawah ke atas (*bottom up*) yang melibatkan semua pemangku kepentingan dan otoritas lokal dan regional yang relevan di kawasan tersebut (misalnya, pemilik tanah, kelompok masyarakat, penyedia pariwisata, masyarakat adat, dan organisasi lokal). Proses ini membutuhkan komitmen yang kuat dari masyarakat lokal, kemitraan multilokal yang kuat dengan dukungan publik dan politik jangka panjang, dan strategi komprehensif untuk memenuhi tujuan masyarakat sambil menampilkan dan melindungi warisan geologi daerah tersebut.” [52]

Keindahan Kaldera Toba dan kekayaan budaya menjadikan Danau Toba sebagai salah satu destinasi wisata andalan Indonesia [53]. Geosite Kaldera Toba dihuni oleh berbagai suku bangsa Batak, terutama suku Toba, Simalungun, Karo, dan Pakpak . Demikian pula dari sisi sumber daya alam, kaldera yang berhadapan dengan Danau Toba juga dihuni oleh berbagai flora hayati seperti tumbuhan dan fauna air, terutama berbagai jenis ikan air tawar dan mamalia. Demikian juga tentunya di daratan danau juga terdapat berbagai flora berupa vegetasi hutan dan hewan-hewan yang menjadi ciri khas Danau Toba. [54]



Gambar 6. Kawasan Pariwisata Huta Ginjang sebagai Salah Satu Toba Kaldera UNESCO Global Geopark
Sumber: sendiri

Sebagai Global Geopark , UNESCO sangat yakin bahwa Kaldera Toba memiliki hubungan warisan geologis dan tradisional yang tinggi dengan masyarakat lokal dan berbagai keanekaragaman hayati. UNESCO memberikan enam rekomendasi: a) Mengembangkan hubungan antara warisan geologi dan masyarakat setempat, b). Mengembangkan strategi kemitraan kegiatan pariwisata dengan produsen produk lokal, c) Memperkuat keterlibatan dalam *Global Geoparks Network* dan *Asia Pacific Geoparks Network*, d). Mengembangkan strategi pendidikan dengan bekerja dalam kemitraan, e) Meningkatkan strategi dan kegiatan pendidikan untuk memfasilitasi mitigasi bencana alam dan perubahan iklim di sekolah bagi penduduk lokal. Selain itu, f) Memperkuat keterlibatan UGG dalam studi penelitian, konservasi, dan promosi masyarakat adat setempat serta budaya dan bahasa.[54]



Gambar 7. Kawasan Wisata Bukit Singgolom sebagai Salah Satu Toba Kaldera UNESCO Global Geopark
Sumber: sendiri

Dewan Eksekutif Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan PBB (UNESCO) pun menyepakati Kaldera Toba ditetapkan sebagai UNESCO Global Geopark pada Sidang ke-209 Dewan Eksekutif UNESCO di Paris (7/4/2020). Anggota Dewan Eksekutif menunjuk 16 UNESCO Global Geoparks baru, termasuk Kaldera Toba. "Melalui penetapan ini, Indonesia dapat mengembangkan geopark Kaldera Toba melalui Global Geoparks Network dan Asia Pacific Geoparks Network, terutama dalam hal pemberdayaan masyarakat lokal. Kaldera Toba masuk dalam daftar UNESCO setelah dinilai dan diputuskan oleh UNESCO Global Geoparks Council pada Konferensi Internasional IV UNESCO Global Geoparks di Lombok, Indonesia, pada 31 Agustus - 2 September 2019." [53] Penetapan Kaldera Toba sebagai UNESCO Global Geopark merupakan proses panjang dari upaya bersama berbagai pemangku kepentingan, Pemerintah Pusat dan Daerah, serta masyarakat lokal yang tinggal di kawasan Danau Toba. "Proses persiapan untuk mendapatkan pengakuan UNESCO terhadap Kaldera Toba, menunjukkan komitmen yang tinggi dan kerja sama yang baik dari semua pihak di Indonesia sejak awal proses, mulai dari pendataan, penyelenggaraan berbagai workshop, penyiapan dan negosiasi dokumen nominasi untuk diajukan ke UNESCO." [53]

Penetapan Kaldera Toba sebagai UNESCO Global Geopark memberikan peluang sekaligus tanggung jawab bagi Indonesia, khususnya bagi masyarakat setempat. "Ketetapan ini dapat mendorong pembangunan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan di daerah. Melalui pengembangan geowisata berkelanjutan, terbuka peluang bagi masyarakat lokal untuk mempromosikan budaya dan produk lokal serta menciptakan lapangan kerja yang lebih luas. Pada saat yang sama, dengan pengakuan dan perhatian dunia terhadap Kaldera Toba, Pemerintah dan masyarakat setempat berkewajiban untuk meningkatkan dan menjaga kelestarian lingkungan dan keutuhan Kawasan Kaldera Toba." [53]

Kerjasama Antar Daerah [54]

Dalam pengembangan Kawasan Wisata Danau Toba yang lebih terintegrasi, diperlukan kerjasama antar daerah dari delapan kabupaten sekitar kawasan wisata Danau Toba, yang terdiri dari Kabupaten Toba, Samosir, Simalungun, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan, Karo, Dairi, dan Pakpak Bharat. Pembangunan akan menjadi terintegrasi dan memberikan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang.

Beberapa model Kerjasama Antar Daerah (KAD) dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip dasar kerjasama. Pada prinsipnya, dalam melaksanakan bentuk-bentuk kerjasama tersebut yang perlu diperhatikan adalah [54]: a) Perlunya inklusivitas dalam kerjasama untuk mendekatkan pelayanan kepada masyarakat dan menerapkan prinsip partisipatif, b) Memelihara komitmen dan semangat kebersamaan. kerjasama, c) Selalu mempelajari opsi/alternatif dan mengambil pilihan yang paling realistis, d) Memperhatikan detail teknis dalam kerjasama, e) Evakuasi berkala dan menjaga koridor kerjasama agar tetap mengarah pada tujuan awal kerjasama, e) Responsif terhadap masalah yang muncul.

Aspek legalitas dalam organisasi pemerintahan menjadi pedoman bagi setiap pegawai atau lembaga lain dan masyarakat mengenai tugas, fungsi, dan tanggung jawab masing-masing Pemerintah. Dasar pelaksanaan kerjasama antar daerah dalam pengelolaan wisata Toba Kaldera antara lain sebagai berikut [54]:

- a) Ketentuan Kerjasama Antar Daerah diatur dalam Undang-Undang tentang Pemerintahan Daerah yang terakhir disempurnakan melalui Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah pasal 369, yang menyebutkan bahwa kerjasama antar daerah diperlukan untuk efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan pemerintahan. Baru ditemukan Kerjasama Antar Daerah antar Kabupaten di kawasan Danau Toba yang berbentuk Kerjasama Antar Daerah secara formal.
- b) Penjabaran dari Pasal 369 UU No. 32 Tahun 2014, PP No. 28 Tahun 2018 tentang Kerja Sama Antar Daerah, menyatakan bahwa Kerja Sama Daerah adalah kerjasama antar daerah dengan daerah lain, antar daerah dengan pihak ketiga, dan antar daerah dan lembaga atau pemerintah daerah. Apalagi di luar negeri berdasarkan pertimbangan efisiensi dan efektifitas pelayanan yang saling menguntungkan publik. Kerjasama dalam hal ini sesuai program Kementerian Pariwisata khususnya di Danau Toba dilakukan melalui Atraksi Wisata, Aksesibilitas Wisata, dan Amenitas Wisata. Tentunya ini juga atas tekad Unesco bahwa Kaldera Toba telah ditetapkan sebagai UNESCO Global Geopark yang mengutamakan pengembangan pariwisata berbasis tradisi lokal dan pelestarian keanekaragaman hayati.
- c) Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2008 tentang Kawasan Strategis Nasional, Kawasan Strategis Nasional yang ditetapkan di Provinsi Sumatera Utara salah satunya Kawasan Danau Toba, selain Pulau Berhala, Medan- Binjai - Deli Serdang-Karo Kawasan Perkotaan (Medindingro) dan Kawasan Ekosistem Leuser.
- d) Peraturan Presiden Republik Indonesia tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Danau Toba di sekitarnya, dijelaskan bahwa Kawasan Strategis Nasional merupakan kawasan yang diprioritaskan penataan ruangannya. Pengaruhnya sangat penting secara nasional terhadap kedaulatan negara, pertahanan dan keamanan negara,

- ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan hidup, termasuk kawasan yang ditetapkan sebagai warisan dunia.
- e) Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2016 tentang Pembentukan Badan Pengelola Danau Toba (BOPDT). Selain memiliki fungsi *Authoritative* yang memiliki kewenangan untuk mengelola pariwisata Danau Toba, juga memiliki fungsi koordinatif pada tingkat kementerian, provinsi, dan lintas kabupaten di Kabupaten Danau Toba. Direktur Badan Pariwisata Danau Toba (BOPDT) berencana fokus mengembangkan 16 situs Danau Toba. Pernyataan ini memacu semangat pemerintah kabupaten untuk bersama-sama memajukan Danau Toba secara keseluruhan, khususnya yang ada di wilayahnya masing-masing.
 - f) Dari semua payung hukum, diperlukan kerjasama antar daerah mengingat tidak ada daerah yang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, dan setiap daerah memiliki kelebihan dan kekurangan yang dapat saling menguntungkan melalui kerjasama antar daerah sehingga terjadi efisiensi karena saling memberikan keuntungan. Peluang Kerjasama Antar Daerah ini semakin terbuka dengan adanya Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (Ripanas) 2010-2025 dan upaya MP3EI sebelumnya dalam memetakan akses-akses utama pengembangan pariwisata Danau Toba.
 - g) Melalui Kerjasama Antar Daerah akan menimbulkan dampak ekonomi yang berlipat mulai dari dampak langsung, tidak langsung, dan imbasan, yang memberikan peluang pertumbuhan usaha dan peran masyarakat lokal di bidang pariwisata. Tentunya selain keberadaan kawasan wisata Danau Toba tidak hanya untuk meningkatkan sektor ekonomi saja, namun lebih dari itu yang tidak kalah penting adalah mempererat hubungan antar pemerintah daerah di kawasan Danau Toba.



Gambar 8. Diskusi (FGD) Bersama Informan, Pemerintah Kabupaten Toba (kiri) dan Badan Pariwisata Danau Toba (BOPDT) (kanan)

Sumber: sendiri

Kerjasama antar daerah hanya dapat terbentuk dan dijalankan jika dilandasi kesadaran bahwa daerah-daerah tersebut saling membutuhkan untuk mencapai satu tujuan. Oleh karena itu, inisiasi kerja sama antar daerah hanya dapat berjalan efektif apabila telah ditemukan kesamaan issue, kebutuhan dan permasalahan. Kesamaan inilah yang menjadi dasar untuk mempertemukan daerah-daerah yang akan menjadi mitra. Selain itu, dengan bekerja sama, banyak manfaat yang bisa diperoleh, diantaranya [54]:

- a) Penanganan konflik antar daerah. Kerjasama antar daerah dapat menjadi wadah interaksi dan dialog antar pelaku utama daerah. Forum seperti ini dapat memberikan pemahaman terhadap permasalahan dan meningkatkan toleransi antar daerah sehingga konflik antar daerah dapat diantisipasi.
- b) Efisiensi layanan dan standarisasi. Daerah dapat memanfaatkan kerjasama antar daerah untuk mengembangkan aksi bersama. Dalam konteks pelayanan publik, kerjasama antar daerah sangat mendukung daerah dalam menerapkan efisiensi dan standarisasi pelayanan antar daerah. Hal ini tentu mendukung pelayanan publik yang optimal di daerah.
- c) Pertumbuhan ekonomi. Kerjasama antar daerah akan mendorong pembangunan ekonomi di suatu daerah. Sebab, logika pembangunan ekonomi terkadang berbeda dengan logika penguasaan wilayah administratif.
- d) Manajemen Lingkungan. Kerja sama antardaerah mendorong pengelolaan lingkungan hidup yang merupakan masalah bersama. Sama seperti poin sebelumnya, kawasan konservasi terkadang hanya merupakan wilayah administratif. Tanpa kerjasama antar daerah, pengelolaan lingkungan tidak akan berjalan secara sinergis sehingga dapat menimbulkan permasalahan lingkungan, tidak hanya bagi daerah tersebut tetapi juga bagi daerah sekitarnya, seperti kebakaran hutan, banjir, dan tanah longsor.

Kerjasama antar daerah perlu memanfaatkan hal-hal sebagai berikut: a) regulasi pelaksanaan kerjasama antar daerah, b) dukungan pembiayaan dari pusat, provinsi, dan swasta, dan c). Potensi budaya lokal dan keanekaragaman hayati daerah. Perlu memanfaatkan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada, yaitu: a). Adanya geosite sebagai UNESCO Geopark Global, b). Antusiasme dalam bidang pariwisata, dan c) Stimulus bagi para pelaku pariwisata dunia). Seluruh Pemerintah Daerah Kabupaten agar lebih menunjukkan keseriusan dalam

menindaklanjuti hasil pertemuan atau pertemuan mengenai kerjasama antar daerah dalam pengembangan Kawasan Danau Toba.

Informan kami menjelaskan bahwa pengembangan kawasan Danau Toba perlu dilakukan secara bersama-sama dengan delapan kabupaten di sekitar kawasan Danau Toba secara terpadu dan berkelanjutan. Jika tidak berjalan sendiri-sendiri, pengembangan kawasan khususnya di bidang pariwisata dapat meningkatkan pertumbuhan secara signifikan dan memberikan manfaat bagi masyarakat, misalnya dalam pengadaan dan perbaikan jalan sebagai pintu masuk kawasan wisata khususnya desa wisata di Kawasan Danau Toba.



Gambar 9. Diskusi (FGD) Bersama Informan, Tim Percepatan Pembangunan Kabupaten Samosir (kiri) dan Ketua Harian Toba Kaldera UNESCO Global Geopark (kanan)

Sumber: sendiri

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) [55, 56]

Salah satu prinsip kepariwisataan yang terkandung dalam Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan[6] adalah, “Memberdayakan masyarakat setempat dimana masyarakat berhak berperan dalam proses pembangunan kepariwisataan dan berkewajiban menjaga dan melestarikan daya tarik wisata; serta membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata. Selain itu para pengusaha di bidang pariwisata juga berkewajiban mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat, produk dalam negeri, dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal dan berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pengembangan masyarakat.”

Pengembangan dan peningkatan sarana dan prasarana pariwisata, masyarakat harus terlibat karena akan meningkatkan kualitas dan keberlanjutan kawasan pariwisata tersebut [57]. Menurut Hendropuspito dalam Handoyo (2015)[58] masyarakat adalah sebagai kesatuan yang tetap dari orang-orang yang hidup di daerah tertentu dan bekerja sama dalam kelompok-kelompok berdasarkan kebudayaan yang sama untuk mencapai kepentingan yang sama. Masyarakat merupakan kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.

Upaya pemberdayaan masyarakat dapat dikaji dari 3 (tiga) aspek (Friedmann dalam Noor, 2011)[59]:

- a) *Enabling* yaitu menciptakan suasana memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Setiap masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan dengan kata lain, tidak ada masyarakat yang tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki oleh masyarakat serta upaya untuk mengembangkannya.
- b) *Empowering* yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan .
- c) *Protecting* yaitu melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya merupakan unsur penting, sehingga pemberdayaan masyarakat sangat erat hubungannya dengan pemantapan, pembudayaan, dan pengalaman demokrasi.

Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan obyek wisata menjadi hal yang penting karena masyarakatlah yang lebih memahami dan mengetahui potensi yang ada di wilayahnya. Baik kondisi alam, kondisi geografis, dan kebudayaan-kebudayaan dari masyarakat yang nantinya akan menjadi kearifan masyarakat itu sendiri, dan dapat

menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung. Menurut Panudju dalam Sahidun (2009)[60] mengartikan peran serta masyarakat sebagai sesuatu yang erat kaitannya dengan kekuatan dan hak masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang ada di dalam masyarakat tersebut.

Keterlibatan masyarakat sangatlah penting untuk mendapatkan dukungan dan memastikan keselarasan dengan kebutuhan dan keuntungan bagi obyek wisata tersebut. Peran masyarakat dalam pembangunan pariwisata sangatlah penting untuk dikembangkan dan ditempatkan sebagai bagian yang terintegrasi. Partisipasi masyarakat hakikatnya bukan semata mendorong terjadinya proses penguatan kapasitas masyarakat lokal, tetapi merupakan sebuah mekanisme guna meningkatkan pemberdayaan bagi masyarakat untuk terlibat dalam pembangunan secara bersama. Dalam konteks pembangunan pariwisata partisipasi masyarakat penting untuk terus didorong guna mendistribusi keuntungan-keuntungan dari kegiatan kepariwisataan yang berlangsung [61]. Masyarakat sebaiknya memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperan serta dalam penyelenggaraan kepariwisataan, termasuk penyampaian saran, pendapat dan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka proses perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyelenggaraan kepariwisataan. Pemberdayaan merupakan strategi yang sangat potensial dalam meningkatkan ekonomi, sosial dan transformasi budaya [62].

Salah satu bentuk keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata adalah terbentuknya Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Pokdarwis merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang memiliki peran dan kontribusi penting untuk membentuk kesadaran masyarakat akan pembangunan pariwisata di daerahnya. Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata[6] menjelaskan bahwa, “Kelompok Sadar Wisata dapat dipahami sebagai kelompok yang tumbuh atas inisiatif dan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi aktif memelihara dan melestarikan berbagai obyek wisata dan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pembangunan pariwisata di daerah tempat tinggalnya. Sebagai stakeholder maupun motor penggerak dalam pengembangan potensi wisata di daerahnya pada hakikatnya Pokdarwis dapat melaksanakan berbagai jenis kegiatan yang disesuaikan dengan keadaan dan kondisi masing-masing kelompok.”[63].

Menurut buku Panduan Kelompok Sadar Wisata[55] dijelaskan bahwa pengertian Kelompok Sadar Wisata merupakan, “Kelembagaan ditingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan aktif sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya suasana yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.”[55]

Berdasarkan Panduan Kelompok Sadar Wisata[55], “Maksud dari pembentukan kelompok sadar wisata adalah mengembangkan kelompok masyarakat yang dapat berperan sebagai motivator, penggerak serta komunikator dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian masyarakat di sekitar destinasi pariwisata agar dapat berperan sebagai tuan rumah yang baik, serta memiliki kesadaran akan peluang dan nilai manfaat yang dapat dikembangkan dari kegiatan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Tujuan dari pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) adalah [55]:

- a) Meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai subyek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan. Serta dapat bersinergi dan bermitra dengan stakeholders yang terkait dalam peningkatan kualitas pengembangan kepariwisataan di daerah.
- b) Membangun dan menumbuhkan sikap dan dukungan positif masyarakat sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai Sapta Pesona bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan di daerah dan manfaatnya bagi pembangunan daerah maupun kesejahteraan masyarakat.
- c) Memperkenalkan, melestarikan dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada di masing-masing daerah.”

Menurut Panduan Kelompok Sadar Wisata[55], “Fungsi Pokdarwis dalam kegiatan kepariwisataan adalah: sebagai penggerak Sadar Wisata dan Sapta Pesona di lingkungan obyek pariwisata, dan sebagai Mitra Pemerintah dan pemerintah daerah (kabupaten/kota) dalam upaya perwujudan dan pengembangan sadar wisata di daerah tersebut. Fungsi dari Kelompok Sadar Wisata yaitu sebagai penggerak sadar wisata dan Sapta Pesona, sebagai mitra pemerintah dalam mewujudkan dan pengembangan wisata di daerah tersebut. Lingkup kegiatan Pokdarwis adalah berbagai kegiatan yang dapat diprogramkan dan dilaksanakan untuk mewujudkan fungsi dan tujuan pembentukan organisasi Pokdarwis. Lingkup kegiatan tersebut meliputi, antara lain [55]:

- a) Peningkatan pengetahuan dan wawasan para anggota Pokdarwis dalam bidang kepariwisataan.
- b) Peningkatan kemampuan dan ketrampilan para anggota dalam mengelola bidang usaha pariwisata dan usaha terkait lainnya.
- c) Mendorong dan memotivasi masyarakat agar menjadi tuan rumah yang baik dalam mendukung kegiatan kepariwisataan di daerahnya.
- d) Mendorong dan memotivasi masyarakat untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan daya tarik pariwisata setempat melalui upaya-upaya perwujudan Sapta Pesona.

- e) Mengumpulkan, mengolah dan memberikan pelayanan informasi kepariwisataan kepada wisatawan dan masyarakat setempat.
- f) Memberikan masukan kepada pemerintah dalam mengembangkan kepariwisataan di daerah setempat.”

Menurut Theresia (2015) dalam Widiyana & Sulistyani (2018)[64] Dalam mengembangkan usaha pariwisata Pokdarwis dapat melakukan berbagai tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap pemanfaata. Dalam tahap perencanaan (*Idea Planning Stage*), peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdrawis) merencanakan program kerja yang akan dilaksanakan. Tahap pelaksanaan (*Implementation Stage*) merupakan wujud nyata peran Pokdarwis dalam bentuk pemikiran, sumbangan materi, dan bentuk keterlibatan. Hal ini sudah terlihat dengan dikembangkannya wahana dengan disediakannya sarana dan prasarana. Dalam Pemanfaatan (*Utilization Stage*), adalah pemanfaatan dari hasil perencanaan dengan mengambil segala peluang yang ada.[65]

Dalam penelitian ini, kami mengamati Pokdarwis dari Desa Bagot Pangururan Kabupaten Samosir, dengan usahanya menjual tuak batak yang legendaris. Mereka membuat keunikan dalam produknya yaitu menjual tuak yang original tanpa campuran, dan kue-kue bolu yang dicampur dengan tuak. Masyarakat desa ini memanfaatkan peluang pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah untuk kawasan Danau Toba dengan banyak menjaring turis yang masuk. Tahapan-tahapan pengembangan Pokdarwis sudah mereka lakukan sehingga kini sudah menikmati hasilnya. Informan kami, Ketua Pokdarwis Desa Bagot, menjelaskan bahwa semenjak adanya pembangunan besar-besaran, Pokdarwis Desa Wisata Baghot termotivasi untuk selalu melakukan inovasi produk dan tempat dalam upaya mendukung program pemerintah mengembangkan pariwisata Kabupaten Samosir.



Gambar 10. Desa Wisata Bagot, Penjualan Tuak yang Dibuka Sore sampai Malam Hari (kiri) dan Anggota Pokdarwis sedang Membuat Kue Bolu (kanan)

Sumber: sendiri

Diskusi yang kami lakukan dengan Bupati Samosir, dijelaskan bahwa perlunya pengembangan sumber daya manusia dalam bidang pariwisata dengan pelatihan-pelatihan kepada Pokdarwis di seluruh Kabupaten Samosir. Namun kendala yang dihadapi adalah pelatihan-pelatihan itu masih bersifat temporer sehingga dibutuhkan pendampingan yang lebih lama. Pendidikan mengenai *hospitality* masih sangat perlu dilakukan sampai menjadi budaya sehari-hari masyarakat Samosir dalam menghadapi wisatawan.



Gambar 11. Diskusi dengan Bupati Samosir mengenai Kepariwisataan Kabupaten Samosir (kiri) dan Pelatihan Hospitality kepada Perwakilan Seluruh Pokdarwis yang Dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Samosir (kanan)
Sumber: sendiri

Dalam diskusi dengan informan guru dan siswa SMKN 1 Pariwisata di Simanindo Samosir, mengatakan bahwa diperlukan lebih banyak sumber daya manusia yang dipesiapkan karena pengembangan pariwisata Samosir sedang giat-giatnya dengan maraknya pembangunan hotel dan obyek-obyek wisata. Jangan sampai justru yang mengisi lapangan kerja di bidang pariwisata justru berasal dari luar Samosir, ini yang membuat siswa-siswa bersemangat dalam belajar.



Gambar 12. Diskusi dengan Guru-Guru SMKN 1 Pariwisata (kiri) dan Tatap Muka dengan Siswa SMKN 1 Pariwisata, Simanindo Kabupaten Samosir (kanan)
Sumber: sendiri

Badan Usaha Milik Desa Sebagai Salah Satu Partisipasi Masyarakat

Pembangunan ekonomi desa didasarkan atas kebutuhan, potensi, kapasitas desa, dan penyertaan modal dari pemerintah desa dalam bentuk pembiayaan dan aset-aset desa yang bertujuan untuk meningkatkan taraf ekonomi masyarakat desa [66]. Penyertaan modal oleh pemerintah dilakukan melalui Alokasi Dana Desa (ADD), yang merupakan salah satu kebijakan fiskal Pemerintah Indonesia dengan tujuan pembangunan desa. Selain itu melalui Alokasi Dana Desa, rakyat diberi kesempatan untuk menciptakan kekayaan dengan mendapatkan akses yang adil dan setara terhadap sumber daya ekonomi [67]. Sumber daya ekonomi yang dimaksud adalah seluruh sumber daya di kawasan perdesaan tersebut yang mempunyai potensi dan kapasitas untuk diberdayakan.

Program peningkatan kesejahteraan rakyat di perdesaan, salah satunya adalah melalui pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) sebagai sumber daya nasional sesuai amanat Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa [68]. BUM Desa merupakan contoh badan usaha yang memiliki karakteristik campuran (ekonomi dan sosial) dan sesuai dengan konsep social enterprise. BUM Desa sebagai lembaga ekonomi layaknya perusahaan bertujuan mencari keuntungan melalui penawaran sumberdaya lokal (barang dan jasa) ke pasar sehingga dalam menjalankan usahanya prinsip efisiensi dan efektifitas harus selalu ditekankan [69]. Di sisi lainnya, BUM Desa sebagai lembaga sosial berpihak kepada kepentingan masyarakat melalui kontribusinya dalam penyediaan pelayanan sosial. BUM Desa merupakan sumber daya ekonomi yang perlu menyeimbangkan (*trade off*) antara pencapaian efisiensi dan profit dengan misi sosial yang menjadi tujuannya.

Kebijakan terkait upaya percepatan pertumbuhan ekonomi Desa dan masyarakat Desa secara khusus diatur dalam Peraturan Menteri Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 3 Tahun 2021 [70], menyebutkan bahwa Strategi penguatan pengelolaan keuntungan dan manfaat bagi Desa dan masyarakat Desa dijabarkan dalam program atau kegiatan:

- Pemanfaatan potensi Desa dan nilai keekonomian budaya di Desa;
- Inkubasi dan konsolidasi kegiatan usaha masyarakat Desa;
- Peningkatan nilai tambah produk;
- Peningkatan daya saing dan produktivitas usaha;
- Bimbingan teknis pengembangan produk;

- Fasilitasi pengembangan layanan umum yang disediakan oleh BUM Desa/BUM Desa bersama; dan
- Penguatan pengelolaan keuntungan dan manfaat bagi Desa dan masyarakat Desa.

Penerapan *social enterprise* di Indonesia melalui pendirian BUM Desa sebagai suatu organisasi berbadan hukum telah diakui melalui Undang-Undang nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Lebih lanjut peran BUM Desa dikaitkan dengan teori *social enterprise* adalah untuk menangani permasalahan sosial di desa dengan cara menciptakan sumber-sumber kekayaan ekonomi desa secara berkelanjutan dengan tujuan kesejahteraan masyarakat desa. Berkaitan dengan implementasi Alokasi Dana Desa (ADD), maka proses penguatan ekonomi desa melalui BUM Desa diharapkan akan lebih berdaya. Hal ini disebabkan oleh adanya penopang, yaitu dana anggaran desa yang semakin besar [71].

Pestoff dan Hulgård (2015)[72] menjelaskan, tata kelola dalam *social enterprise* mengedepankan tata kelola partisipatif yang melibatkan semua stakeholder. Pendekatan *participatory governance* diwujudkan dalam bentuk partisipasi masyarakat dalam pendirian, pengembangan, maupun pengawasan BUM Desa. Terdapat enam prinsip dalam mengelola BUM Desa menurut Wijaya (2018) yaitu: (1) kooperatif, (2) partisipatif, (3) emansipatif, (4) transparan, (5) akuntabel dan (6) sustainabel. Kooperatif dimaknai bahwa semua komponen yang terlibat harus melaksanakan kerjasama yang baik demi pengembangan dan kelangsungan hidup usahanya. Partisipatif bermakna semua komponen yang terlibat dalam BUMDes pun bersedia secara sukarela atau diminta memberikan dukungan dan kontribusi yang bisa mendorong kemajuan usaha BUM Desa. Emansipatif bermakna semua komponen yang terlibat dalam BUMDes harus diperlakukan sama tanpa memandang golongan, suku, dan agama. Transparan bermakna aktivitas yang berpengaruh terhadap kepentingan masyarakat umum harus dapat diketahui oleh segenap lapisan masyarakat dengan mudah dan terbuka. Akuntabel bermakna bahwa seluruh kegiatan usaha BUM Desa harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis maupun administratif. Sustainabel bermakna seluruh kegiatan usaha harus dapat dikembangkan serta dilestarikan oleh masyarakat dalam wadah BUM Desa.

Dalam memperdalam Bum Desa ini, studi dilakukan pada kawasan wisata Bukit Singgolom, Desa Lintong Nihuta, Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba. Kawasan wisata Bukit Singgolom ini juga termasuk dalam Toba Kaldera yang tercatat dalam UNESCO Global Geopark. Geopark dikembangkan sebagai upaya melindungi warisan dunia dengan konsep konservasi, pendidikan dan pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal. BUM Desa Bukit Singgolom masih merupakan usaha tahap rintisan dalam bidang pariwisata yang akan berkonsentrasi dalam usaha *homestay*. Untuk saat ini mereka kelola Taman Bukit Singgolom yang langsung berhadapan dengan Danau Toba. Para pengunjung akan dimanjakan oleh pandangan luas ke Danau Toba sambil diterpa angin sepoi-sepoi saat duduk atau berdiri di atas bukit ini. Biasanya mereka akan memungut distribusi untuk menjaga kebersihan dan perawatan infrastruktur yang langsung ditangani oleh BUM Desa, seperti pemotongan rumput yang meninggi dan kebersihan lingkungan serta toilet pengunjung. Gambar 8. Bersama Ibu Kepala BUM Desa Singgolom



Gambar 13. Kawasan Wisata Bukit Singgolom (kiri) dan Bersama Informan, Ibu Kepala Badan Usaha Milik Desa Wisata Bukit Singgolom, Lintong Nihuta (kanan)
Sumber: sendiri

Kendala yang masih terasa adalah minimnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan BUM Desa, karena masyarakat masih berpikir bahwa hanya sekelompok pengurus saja yang akan menikmati hasilnya, demikian disampaikan oleh Kepala BUM Desa Bukit Singgolom. Padahal menurutnya BUM Desa ini adalah milik masyarakat dan masyarakat desa sendiri yang akan menikmati hasilnya. Pendapat dari Pestoff dan Hulgård (2015) [72] memang menyebutkan bahwa tata kelola dalam *social enterprise* (BUM Desa) harus mengedepankan tata

kelola partisipatif yang melibatkan semua stakeholder. Pendekatan participatory governance diwujudkan dalam bentuk partisipasi masyarakat dalam pendirian, pengembangan, maupun pengawasan BUM Desa.

Kesimpulan

Danau Toba merupakan salah satu danau kaldera terbesar di dunia, sebagai kaldera vulkanik-tektonik dengan besaran seperempat terbesar di dunia. Kaldera ini terbentuk dari proses keruntuhan setelah meletusnya supervolcano gunung berapi Toba purba 74.000 tahun yang lalu, kemudian dipenuhi air hujan. Karena keunikannya, UNESCO menyepakati Kaldera Toba sebagai *UNESCO Global Geopark* pada tahun 2020. Penetapan Kaldera Toba sebagai *UNESCO Global Geopark* memberikan peluang sekaligus tanggung jawab bagi Indonesia, khususnya bagi masyarakat setempat. Ketetapan ini dapat mendorong pembangunan ekonomi dan pembangunan berkelanjutan di daerah. Melalui pengembangan geowisata berkelanjutan, terbuka peluang bagi masyarakat lokal untuk mempromosikan budaya dan produk lokal serta menciptakan lapangan kerja yang lebih luas. Pada saat yang sama, dengan pengakuan dan perhatian dunia terhadap Kaldera Toba, pemerintah dan masyarakat setempat berkewajiban untuk meningkatkan dan menjaga kelestarian lingkungan dan keutuhan Kawasan Kaldera Toba

Masyarakat kini harus lebih inovatif, kreatif, dan partisipatif untuk mendorong munculnya inisiatif pembangunan, misalnya dengan terus mendidik diri sendiri untuk mengelola potensi lokal yang bernilai global. Dalam mewujudkan desa wisata, pemerintah desa perlu mengembangkan dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Pemerintah perlu berinisiatif untuk mendorong pengembangan desa pintar (*smart village*). Pihak swasta juga disarankan untuk bekerja sama dengan pemerintah dalam membangun lingkungan masyarakat dan membantu membangun desa wisata. Oleh karena itu, perlu adanya tindakan serius untuk membangun desa wisata cerdas yang komprehensif dan terintegrasi untuk menyelesaikan permasalahan di pedesaan.

Salah satu kreativitas yang perlu dikembangkan dalam pemasaran desa wisata adalah melalui *storytelling*. Banyak destinasi terkenal di Indonesia yang sudah memiliki *storytelling* yang kuat. Bagi sebuah destinasi wisata, *storytelling* merupakan bagian dari pemasaran produk. *Storytelling* menggabungkan fakta dan cerita untuk disampaikan kepada wisatawan agar mereka lebih tertarik dengan apa yang mereka lihat. Banyak cerita menarik yang berasal dari Danau Toba seperti legenda situs-situs yang tersebar di banyak daerah pinggiran Danau Toba.

Dalam mengembangkan Kawasan Wisata Prioritas Danau Toba, Pemerintah Pusat perlu bekerjasama dengan Pemerintah Daerah. Contoh pengembangan desa wisata adalah ekowisata. Ekowisata adalah kegiatan wisata alam yang memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman, dan dukungan terhadap upaya pelestarian sumber daya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat setempat. Selain itu, Ekowisata bertujuan untuk menjaga sumber daya alam dan mengembangkan semua potensi yang sudah dimiliki suatu daerah. Desa Tano Ponggol, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara salah satu desa wisata yang dikembangkan menjadi desa ekowisata.

Tidak ada daerah yang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri, karena setiap daerah memiliki kelebihan dan kekurangan, sehingga perlu dilakukan kerjasama. Kerjasama antar daerah akan membuat kebijakan menjadi efisien karena terintegrasi dari satu daerah ke daerah lain secara berkesinambungan. Menjalin kerjasama antara 8 (delapan) kabupaten di sekitar Kawasan Wisata Danau Toba, yaitu Kabupaten Toba, Samosir, Simalungun, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan, Karo, Dairi, dan Pakpak Bharat, bukanlah hal yang mudah. Dibutuhkan kesamaan visi dan pemikiran serta perlu melepaskan ego kedaerahan masing-masing. Institusi yang mengelola kerjasama ini harus diperkuat untuk memberikan koordinasi yang baik.

Akhirnya, pada intinya semua pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah di berbagai level haruslah bermuara pada kesejahteraan masyarakat. Partisipasi masyarakat harus sebesar-besarnya diikutsertakan dalam pengembangan pariwisata kawasan Danau Toba, seperti digiatkannya pembentukan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dengan memberikan pelatihan-pelatihan yang terarah, terutama dalam hal *hospitality*. Selain itu pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUM Desa) juga merupakan salah satu upaya yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan dan partisipasi masyarakat, walaupun masih banyak yang berupa rintisan. BUM Desa ini adalah milik masyarakat dan masyarakat desa sendiri yang akan menikmati hasilnya, karena itu perlu dikelola secara bersama-sama dan transparan. Yang menjadi kendala adalah masih banyak yang belum satu pemikiran antara masyarakat dengan pemerintah, antar pemerintah daerah dan kabupaten, dan antara pemerintah pusat, pemerintah daerah dan masyarakat. Hal kelembagaan ini terutama yang harus dibenahi, dan merupakan saran untuk mencari solusi sebagai kelanjutan dari penelitian ini.

D. **STATUS LUARAN:** Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada) yang dijanjikan. Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta unggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui Simlitabmas.

Ketercapaian luaran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

	Kategori	Wajib/Tambahan	Status
1.	Artikel di Jurnal Internasional Terindeks di Pengindeks Bereputasi - publikasi jurnal	Wajib	Terbit
2.	Monograf (Daring) - buku	Tambahan	Terbit
3.	Book Chapter - bookchapter	Tambahan	Terkirim/LoA
4.	Artikel pada Conference/Seminar Internasional - konferensi	Tambahan	Terbit
5.	Buku referensi - buku	Tambahan	Terbit
6.	Artikel di jurnal internasional - publikasi jurnal	Tambahan	Terbit
7.	Artikel pada Conference/Seminar Internasional di Pengindeks Bereputasi - konferensi	Tambahan	Terkirim/LoA

Luaran-luaran pada tabel di atas berupa bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan telah diunggah melalui Simlitabmas.

E. **PERAN MITRA:** Tuliskan realisasi kerjasama dan kontribusi Mitra baik *in-kind* maupun *in-cash* (untuk Penelitian Terapan, Penelitian Pengembangan, PTUPT, PPUPT serta KRUPPT). Bukti pendukung realisasi kerjasama dan realisasi kontribusi mitra dilaporkan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Bukti dokumen realisasi kerjasama dengan Mitra diunggah melalui Simlitabmas.

Dalam kegiatan Penelitian Dasar Kompetitif Nasional (PDKN) ini, peneliti memiliki mitra utama dan melakukan kerjasama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Efarina Simalungun. Peran mitra sangat mendukung penelitian melalui bantuan-bantuan dalam mempersiapkan kedatangan di lokasi penelitian di Kawasan Wisata Danau Toba. Dukungan-dukungan yang dilakukan adalah:

- Membantu persiapan kepergian ke lokasi penelitian dengan diskusi-diskusi melalui zoom sebelum keberangkatan.
- Membantu penyebaran kuesioner langsung di lapangan, mengirim surat kepada narasumber di desa-desa wisata yang akan didatangi. Seperti kepada pemerintah kabupaten, para kepala desa dan kelompok-kelompok sadar wisata (Pokdarwis).
- Mitra memperkenalkan peneliti dengan berbagai lembaga pendidikan/universitas di Sumatera Utara, seperti Universitas Sisingamangaraja Tapanuli Utara (UNITA), Institut Teknologi DEL, Universitas Nomensen, Universitas Sumatera Utara (USU), serta lembaga-lembaga seperti Toba Kaldera UNESCO Global Geopark. Peneliti mendapatkan manfaat dengan menambah mitra untuk kerjasama penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- Mitra juga memperkenalkan peneliti dengan Pemerintah Daerah di wilayah Kawasan Wisata Danau toba, seperti Pemerintah Kabupaten Simalungun, Kabupaten Toba dan Kabupaten Samosir, sehingga dapat menambah kerjasama antara peneliti dengan mitra-mitra lainnya.
- Mitra menjadi narasumber peneliti sebagai sumber penelitian awal dan identifikasi masalah, serta karakteristik lokasi dan obyek penelitian di desa-desa wisata yang akan dituju di Kawasan Danau Toba.
- Selain itu mitra juga membantu peneliti untuk persiapan kepergian dari Sumatera Utara ke Penang untuk melakukan FGD (diskusi) dengan dua universitas di sana, yaitu UOW Malaysia KDU Penang University College dan Disted College Penang.

F. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN: Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan.

Pelaksanaan penelitian berjalan lancar. Kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan:

- Kegiatan awal berupa persiapan penelitian, seperti penyiapan bahan-bahan penelitian, pemesanan akomodasi di lapangan, penentuan lokasi dan narasumber penelitian.
- Kegiatan identifikasi masalah dengan berbagai narasumber terutama para pakar, pemerintahan desa dan kabupaten serta pelaku usaha melalui zoom.
- Kegiatan rencana penyebaran kuesioner dan survey lapangan melalui zoom.
- Kegiatan di lapangan berupa: survey, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

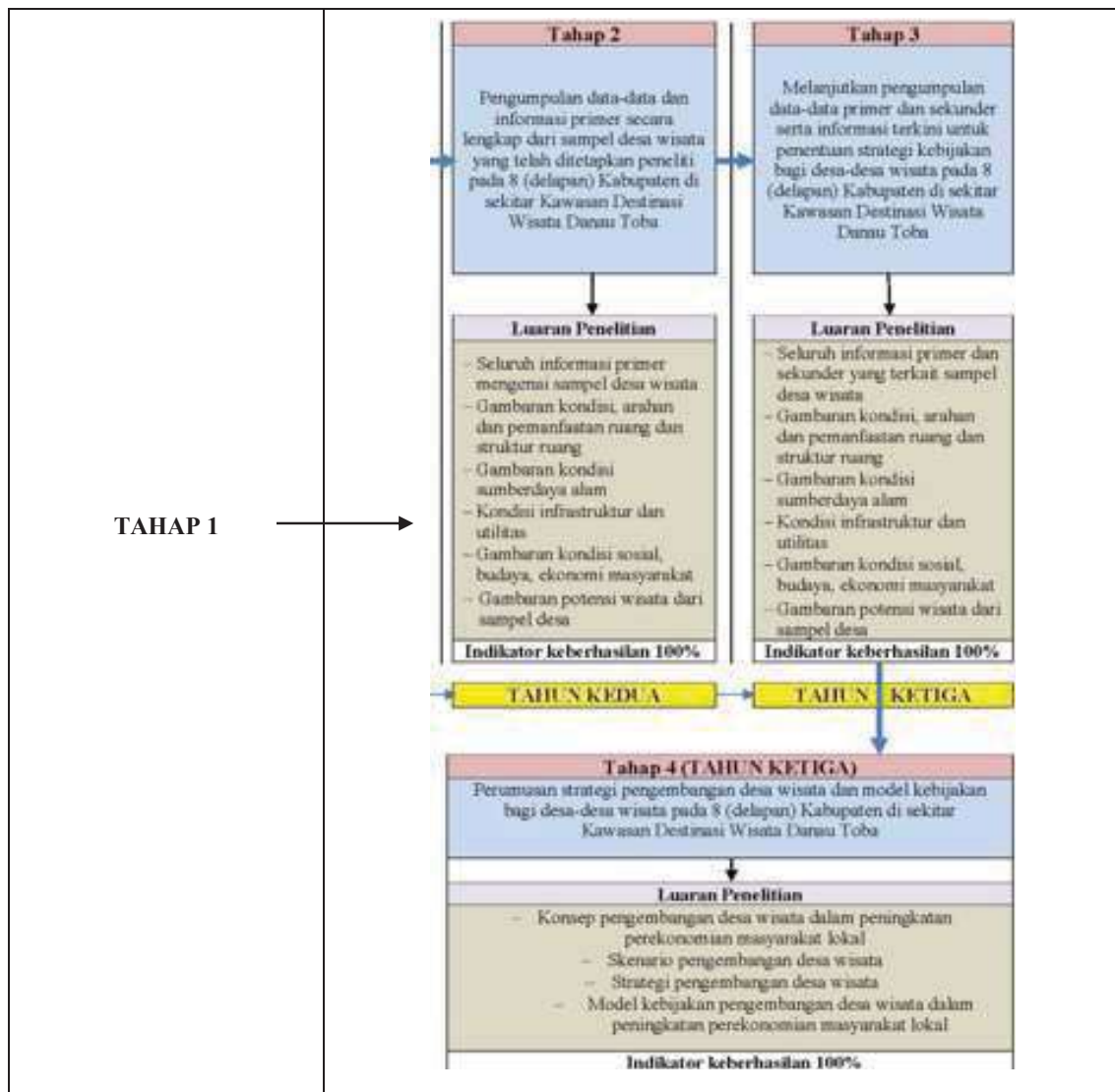
Tim peneliti berkeliling ke desa-desa wisata di sekitar Kawasan Wisata Danau Toba, terutama yang berada di pinggiran langsung Danau Toba pada Kabupaten Toba, Samosir dan Simalungun. Narasumber atau informan di lapangan menyambut dengan ramah dan bersedia diajak berdiskusi/wawancara mengenai keadaan dan program-program kemasyarakatan desa wisata mereka.

Kendala terutama adalah masalah waktu, dari penandatanganan kontrak, perencanaan kegiatan, penelitian di lokasi/lapangan, penulisan/pengiriman luaran, menunggu hasil review dari luaran dan pembuatan laporan. Khususnya dalam pembuatan luaran untuk Artikel di Jurnal/Prosiding Internasional Terindeks di Pengindeks Bereputasi.

G. RENCANA TAHAPAN SELANJUTNYA: Tuliskan dan uraikan rencana penelitian di tahun berikutnya berdasarkan indikator luaran yang telah dicapai, rencana realisasi luaran wajib yang dijanjikan dan tambahan (jika ada) di tahun berikutnya serta *roadmap* penelitian keseluruhan. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang akan direncanakan termasuk jadwal berkaitan dengan strategi untuk mencapai luaran seperti yang telah dijanjikan dalam proposal. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan. Jika laporan kemajuan merupakan laporan pelaksanaan tahun terakhir, pada bagian ini dapat dituliskan rencana penyelesaian target yang belum tercapai.

Tahapan selanjutnya untuk Tahun pertama adalah penyelesaian penelitian lapangan dan pembuatan luaran dan penyelesaian luaran yang masih direview. Untuk tahun berikutnya penelitian diperluas di desa-desa wisata di wilayah lapisan kedua Kawasan Wisata Danau Toba, yaitu desa-desa wisata yang berasal dari Kabupaten Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan, Karo, Dairi, dan Pakpak Bharat. Setelah pada tahu pertama telah melakukan penelitian di desa-desa wisata yang paling dekat dengan Danau Toba, yaitu pada Kabupaten Toba, Kabupaten Samosir dan Kabupaten Simalungun.

Pada tahun kedua (Tahap dua) dan ketiga (Tahap tiga), tujuan dari penelitian lanjutan adalah perumusan strategi pengembangan desa wisata, terutama yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat, sumberdaya dan kearifan lokal, sosial budaya dan historis, serta perekonomian desa. Tahapan penelitian selanjutnya digambarkan sebagai berikut:



Gambar Bagan Penelitian berupa Diagram Alir Pentahapan Penelitian

Tahap kedua, adalah melakukan tinjauan lapangan ke semua sampel desa wisata yang telah dipilih dengan melakukan survei dan kajian-kajian lebih mendalam terutama dari berbagai sumber data primer. Tujuannya adalah untuk memvalidasi data-data sekunder baik kualitatif dan kuantitatif yang telah disusun sebelumnya. Luaran yang ingin dicapai adalah berbagai data dan informasi dari tinjauan lapangan untuk perumusan strategi pengembangan desa wisata.

Tahap ketiga dan keempat dilaksanakan pada tahun ketiga. melakukan finalisasi pengumpulan data untuk penyusunan strategi final untuk setiap desa wisata yang menjadi sampel dengan melihat berbagai keunikan karakteristiknya, baik dari sumber data sekunder maupun primer. Pada tahap keempat agar mencapai target tingkat kesiapan teknologi (TKT) 3 menuju persiapan ke penelitian terapan, maka luaran yang ingin dicapai adalah strategi pengembangan desa wisata di sekitar kawasan Danau Toba dan model kebijakannya. Proses perumusannya akan melihat berbagai variabel, seperti regulasi, sosial kemasyarakatan, sumber daya manusia, ekonomi, dan lainnya di desa wisata tersebut.

Teknik analisis penelitian dilakukan dari formulasi konsep hingga pembuktiannya dengan melihat fenomena yang ada di lapangan, seperti berikut:

1. Kajian desa wisata dan lingkungannya. Terdiri dari kajian wilayah secara makro dan mikro.
2. Analisa kawasan desa wisata. Menggunakan sekumpulan alat analisa yang digunakan dalam perencanaan pengembangan kawasan desa wisata.

3. Penyusunan strategi pengembangan desa wisata. Dibuat dengan mengidentifikasi potensi sumberdaya dan masalah-masalahnya. Hasil ini diterjemahkan ke dalam berbagai alternatif strategi dan pemilihannya. Hasil pemilihan strategi selanjutnya diterjemahkan ke sebuah model kebijakan pengembangan desa wisata.

H. DAFTAR PUSTAKA: Penyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

1. PP-RI. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025, 2011.
2. Trinanda M.H. Tingkat kesiapan penerapan smart tourism dalam meningkatkan potensi sektor pariwisata pesisir di kawasan wisata terintegrasi Teluk Lampung, Studi Kasus Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran. *Tugas Akhir* Program Studi Perencanaan wilayah dan kota jurusan teknologi infrastruktur dan kewilayahan, Institut Teknologi Sumatera (ITERA) Lampung Selatan, 2020.
3. Muawanah A. *Definisi, komponen, dan sistem pariwisata*. January 31, 2013. Available from: <https://annisamuawanah.wordpress.com/2013/01/31/definisi-komponen-dan-sistem-pariwisata/>
4. Kennedy P.S.J, Tobing S.J.L, Toruan R.L., Situmorang H., Manullang R.M. Story-Driven Marketing in the Attractions of Lake Toba, *Storytelling: The Boru Naibaho Site and the Jabi-Jabi Tree. Akinik Bookchapter*. In Press, 2022.
5. Rahman, Yudha. Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Perdesaan: Studi Kasus Pemandu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuk Alung, Provinsi Sumatera Barat. *Tesis, Perencanaan Wilayah dan Kota*, Universitas Diponegoro, 2015.
6. UU-RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
7. Herdiana, Dian. Pengembangan Konsep Smart Village bagi Desa-Desa di Indonesia Developing the Smart Village Concept for Indonesian Villages. *IPEK-KOM*, 21(1), 1–16, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.33164/iptekom.21.1.2019>
8. UU-RI. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
9. Kagungan D. *Kebijakan Penata Kelolaan Pariwisata di Daerah Otonom Baru*. Bandar Lampung, Pustaka Media, 2019.
10. Helmita, Sari O.N., Julianti N.T., Dwinata J. Pengembangan Desa Wisata Berkonsep Smart Tourism Melalui Pemberdayaan Kompetensi Masyarakat Desa Pujorahayu. *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 037 – 049, 2021.
11. Nuryanti, W. *Concept, Perspective and Challenges. Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1993.
12. Jafar A., dan Resnawaty R. Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 1-140, 2017. DOI:10.24198/jppm.v4i1.14208
13. Zakaria, F. & Suprihardjo, R.D. Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 245-249, 2014.
14. Heap, Brian. *Essays, Research Associate of the Centre of Development Studies. University of Cambridge*, by Banson, 27 Devonshire Road, Cambridge, 2015.
15. Subekti T., and Damayanti R. Penerapan Model Smart Village dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi pada Desa Wisata Boon Pring Sanankerto Turen Kabupaten Malang. *Journal of Public Administration and Local Government JPALG*, 3(1), 18-28, 2019.
16. Bup-Karo. Peraturan Bupati Karo Nomor 32 Tahun 2019 tentang Desa Wisata
17. Desa-Nita. Peraturan Desa Nita Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengembangan Desa Wisata
18. Kemenkominfo. *Smart City di Kawasan Danau Toba untuk Tarik Minat Wisatawan dan Investor*. Kementerian Komunikasi dan Informasi RI, 25 December 2021. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/12/smart-city-di-kawasan-danau-toba-untuk-tarik-minat-wisatawan-dan-investor/>
19. Journalis. Hadiri FGD Smart City, Wakil Bupati Simalungun: Danau Toba Diharapkan Jadi Bali Baru di Indonesia, Journalis 2021. <https://simalungun.jurnalid.id/hadiri-fgd-smart-city-wakil-bupati-simalungun-danau-toba-diharapkan-jadi-baru-di-indonesia>
20. Kushandajani. Implikasi UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa terhadap Kewenangan Desa. *Jurnal Yustisia*, 4(2), 369–396, 2015.
21. Sajangbati, Youla C. Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014. *Lex Administratum*, 3(2), 24-32, 2015.
22. Agusta, Ivanovich. Indonesia dalam Pertautan Budaya Pembangunan dan Budaya Warga Desa. *Wacana*, 9(2), 135-153, 2007.

23. Angkasawati, Angkasawati. Masyarakat Desa. *Jurnal PUBLICIANA*, 8(1), 72-87, 2015.
24. Haryanto, Joko Tri. Implementasi Nilai-Nilai Budaya, Sosial, dan Lingkungan Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 3(1), 2013.
25. Eko, S. *Regulasi Baru, Desa Baru*. Jakarta: Forum Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD), 2015.
26. Sulismadi, Wahyuudi, & Muslimin. Model Penguatan Kapasitas Pemerintah Desa dalam Menjalankan Fungsi Pemerintahan Berbasis Electronic Government (E-Government) menuju Pembangunan Desa Berdaya Saing. Malang, 2016.
27. Huang, L., Clarke, A., Heldsinger, N., & Tian, W. The communication role of social media in social marketing: a study of the community sustainability knowledge dissemination on LinkedIn and Twitter. *Journal of Marketing Analytics*, 7, 64–75, 2019.
28. Yulianti M.S., Rahmanto A.N., Priliantini A., Naini A.M.I, Anshori M., Hendriyani CT. Storytelling dalam Pemasaran Pariwisata Indonesia di Media Sosial: Studi Akun Instagram Borobudur dan Danau Toba. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 107–117, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/jk.v13i1.9209>
29. Putra I.K.M., Sumetri N.W., Rumini N.L.P.I., Rahmanu I.W.E.D., Yudistira C.G.P., Putra K.D.C. The Study on Village Tourist Potential Exploration in Karangasem Regency. Proceedings of the International Conference on Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020), *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Atlantis Press SARL, Volume 544, 400-405, 2021.
30. Susianti H.W., Dianasari D.A.M.L., Tirtawati N.M., Liestiandre H.K., Lilasari N.L.M.T., Saputra I.G.G., Aridayanti D.A.N. Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi*, 2(1), 2022. DOI: 10.52352/makardhi.v2i1.766
31. Samosir. Land Acquisition and Resettlement Action Plan (LARAP), *Physical Cultural Resources Management Plan (PCRMP), and Indigenous Peoples Plan (IPP) untuk Proyek Penataan Kawasan Waterfront City-Panguruan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir*. Pemerintah Kabupaten Samosir, 2021.
32. Kartika T., and Fajri K., Kharimah R. Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 14(2), 35-46, 2017.
33. Cahyadi, R. and Gunawan, J. *Pariwisata Pusaka Masa Depan bagi kita, Alam & Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: UNESCO & Program Vokasi Pariwisata UI, 2009.
34. Burns, L., and Green, B. *Heritage Tourism Handbook: A How-toGuide for Georgia*. Amerika: Georgia, 2010.
35. Widiyanto, Sigit. Pentingnya Storytelling untuk Penguatan Destinasi Pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved from *HarianJogja*, 2022: <https://opini.harianjogja.com/read/2022/04/30/543/1100337/opini-pentingnya-storytelling-untuk-penguatan-destinasi-pariwisata>
36. PariwisataSumut. Kisah Boru Naitang dan Inarnaiborngin, 2014. Retrieved from <https://www.pariwisatasumut.net/2014/11/boru-naitang.html>
37. Nasution F., and Umry S.H. Boru Naitang dan Boru Galapang (cerita rakyat Samosir) In *Cerita Rakyat Sumatera Utara KAPUR BARUS*. Penerbit Mitra, Medan, 2012. Retrieved from <https://123dok.com/article/boru-naitang-dan-boru-galapang-cerita-rakyat-samosir.qvxn02ry>.
38. RDTR-Pangururan. Rencana Detail Tata Ruang Kawasan Perkotaan Pangururan, Tahun 2007-2017.
39. Yudha W.M.T., and Aulia D.N. Penataan Ruang Tepi Air Untuk Pengembangan Kawasan Ekowisata Di Tano Ponggol, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series 02*, 328-339, 2019.
40. Wood M.E. Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability, *The International Ecotourism Society*, Burlington, 2002.
41. Wrenn, D. M., Casazza, J. A., & Smart, J. E. *Urban Waterfront Development*. Washington DC: The Urban Land Institute, 2-20, 1983.
42. Novpriandi E., and Aulia D.N. Perencanaan Kanal Tano Ponggol Sebagai Kawasan Ekowisata di Kabupaten Samosir, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series 02 (2019)*, 50-54, 2019.
43. RTRW-Samosir. *Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Samosir, Tahun 2011-2030* [Regional Spatial Plan for Samosir Regency, 2011-2030]. Provinsi Sumatera Utara, 2011
44. Astari S., and Aulia D.N. Perencanaan Penggunaan Lahan Kawasan Tano Ponggol Sebagai Tujuan Ekowisata, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series 02*, 9-16, 2019.
45. Fadli R., and Aulia D.N. Pelestarian Permukiman Tradisional Batak Toba di Kawasan Ekowisata Tano Ponggol, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series 02*, 93-99, 2019.
46. Sudarwani M.M., Widati G., Situmorang B.L., Sere F. The Beauty of Toba Architecture Living in harmony with the surrounding natural environment, *Local Wisdom Scientific Online Journal*, 14(2), 116-130, 2022.
47. Yulisma S., and Aulia D.N. Penataan Tata Hijau pada Perencanaan Kawasan Ekowisata Tano Ponggol, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series 02*, 312-319, 2019.

48. Fahrizal M.Y., Hendra Y., & Hidayat T.W. Opini Publik tentang Destinasi Pariwisata Danau Toba sebagai Global Geopark Kaldera UNESCO melalui WebsiteKompas.Com. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Ilmu Komunikasi* (JIPIKOM), 2(1), 18-24, 2020.
49. Rahmasari I., Parameswari P. Strategi Pemerintah Indonesia untuk Memperoleh Pengakuan UNESCO sebagai UNESCO Global Geopark Studi Kasus: Kawasan Gunung Rinjani 2013-2018. *Balcony (Budi Luhur Journal of Contemporary Diplomacy)*, Vol.4(2), 183-194, 2020. Retrieved From: <https://jom.fisip.budiluhur.ac.id/index.php/balcony/article/view/229/110>
50. Pérez-Calderón, E., Prieto-Ballester, J.M., Miguel-Barrado V. Perceived Rural Development in UNESCO Global Geoparks in Spain. *Land*, 11, 1086, 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/land11071086>
51. Martini G., Nickolas Zouros, Jianping Zhang, Xiaochi Jin, Ibrahim Komoo, Melanie Border, Mahito Watanabe, Marie Louise Frey, Kristin Rangnes, Tran Tan Van, José Patricio P. Melo, Margaret Patzak, Asier Hilario, Setsuya Nakada, and Artur A. Sá. UNESCO Global Geoparks in the “World after”: a multiplegoals roadmap proposal for future discussion. *IUGS*, 2021. DOI: <https://doi.org/10.18814/epiugs/2021/021002>
52. UNESCO. (2016). UNESCO Global Geoparks. Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France.
53. KBRI Paris. *Kaldera Toba di tetapkan sebagai UNESCO Global Geopark*. Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 08/July/2020, Retrieved From: <https://kemlu.go.id/portal/id/read/1457/berita/kaldera-toba-di-tetapkan-sebagai-unesco-global-geopark>
54. Bangun M., Junita D. Strategi pengembangan kawasan Geosite Kaldera Toba pasca penetapan sebagai Unesco Global Geopark. *Jurnal Social Opinion: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. 5(2), 2020.
55. Rahim, Firmansyah. *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012.
56. Nurwahyuni, Ika. Pengetahuan dan peran kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan masyarakat dalam pengembangan objek wisata waduk Sempor Kabupaten Kebumen. Skripsi jurusan geografi fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Semarang, 2019.
57. Putri, S. D., Soemarno, S., & Hakim, L. Strategic Management of NatureBased Tourism in Ijen Crater in the Context of Sustainable Tourism Development. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 3(3), 123-129, 2015.
58. Handoyo, Eko, *Studi Masyarakat Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015.
59. Noor, Munawar. Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Volume I(2), 87-99, 2011.
60. Sahidun. Peran Serta Masyarakat Klidang Lor dalam Upaya Pelestarian Lingkungan Objek Wisata pantai Sigandu Kabupaten Batang. *Jurnal Edu Geography*, No.08, 44-51, 2015.
61. Raharjana, D. T. Membangun pariwisata bersama rakyat: Kajian partisipasi lokal dalam membangun desa wisata di Dieng Plateau. *Jurnal Kawistara*, 2(3), 2012.
62. Purnamasari, A. M. Pengembangan Masyarakat untuk Pariwisata di Kampung Wisata Toddabojo Provinsi Sulawesi Selatan. *Journal of Regional and City Planning*, 22(1), 49-64, 2011.
63. Farida, A., Arifien, M., & Putro, S. Kontribusi Pendidikan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Terhadap Upaya Pengembangan Desa Wisata Kandri Kota Semarang. *Edu Geography*, 5(2), 52-59, 2017.
64. Widiyana, & Sulistyani, A. Peran Pokdarwis Dalam Penerapan Sapta Pesona Panta Purnama Kota Dumai. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) FISIP*, 5 (II), 3-4, 2018.
65. Rahmawati K., Novaria R. Peran kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam pengelolaan objek wisata waduk Grobogan. Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya, 2020. Retrieved from: <https://publik.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/19.pdf>
66. Caya, M. F. N. & Ety, R. Dampak BUM Desa Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Aik Batu Buding, Kabupaten Belitung, Provinsi Bangka Belitung. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, Jilid, 20(1), 1–12, 2019.
67. Faedlulloh, D. BUM Desa dan Kepemilikan Warga: Membangun Skema Organisasi Partisipatoris. *Journal of Governance*, 3(1), 1– 17, 2018.
68. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
69. Atmojo, Si. T. Peran BUM Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 2(4), 1–87, 2015.
70. Peraturan Menteri Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pendaftaran, Pendataan dan Pemeringkatan, Pembinaan dan Pengembangan, dan Pengadaan Barang dan/atau Jasa Badan Usaha Milik Desa/Badan Usaha Milik Desa Bersama.
71. Wijaya, David. *BUM Desa: Badan Usaha Milik Desa*. Yogyakarta: Gava Media, 2018.
72. Pestoff, V., & Hulgård, L. Participatory governance in social enterprise. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 27(4), 1742– 1759, 2015.

SURAT PERNYATAAN TANGGUNG JAWAB BELANJA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr POSMA SARIGUNA JOHNSON KENNEDY S.E., S.T, M.S.E, M.Si

Alamat : Jl.Sukadamai II No.1a

berdasarkan Surat Keputusan Nomor 033/E5/PG.02.00/2022 dan Perjanjian / Kontrak Nomor 155/E5/PG.02.00.PT/2022 ; 424/LL3/AK.04/2022 mendapatkan Anggaran Penelitian Strategi Pengembangan Desa Wisata pada Delapan Kabupaten di Sekitar Kawasan Pariwisata Danau Toba dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Masyarakat Lokal Sebesar 220,000,000

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Biaya kegiatan Penelitian di bawah ini meliputi :

No	Uraian	Jumlah
01	Bahan Barang Persediaan, Bahan Penelitian, ATK	30,000,000
02	Pengumpulan Data HR Pembantu Peneliti, FGD persiapan penelitian, HR Petugas Survei, Transport, Tiket, Uang Harian, Penginapan, Biaya konsumsi, HR Pembantu Lapangan.	104,100,000
03	Analisis Data(Termasuk Sewa Peralatan Transport Lokal, Biaya konsumsi rapat, HR Pengolah Data, HR Sekretariat/Administrasi Peneliti, Honorarium parasumber	36,700,000
04	Pelaporan, Luaran Wajib dan Luaran Tambahan Biaya seminar nasional, Biaya seminar internasional, Biaya Publikasi artikel di Jurnal Nasional, Publikasi artikel di Jurnal Internasional, Luaran KI.	37,200,000
05	Lain-lain Transport penelitian, Peralatan penelitian.	12,000,000
	Jumlah	220,000,000

2. Jumlah uang tersebut pada angka 1, benar-benar dikeluarkan untuk pelaksanaan kegiatan Penelitian dimaksud.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30-11-2022

Ketua,



(Dr POSMA SARIGUNA JOHNSON
KENNEDY S.E., S.T, M.S.E, M.Si)
NIP/NIK 3273073001740002

LUARAN PENELITIAN

Lampiran 1: Jurnal Internasional Bereputasi

URL: https://www.neuroquantology.com/open-access/DEVELOPMENT+OF+TOURISM+VILLAGES+IN+THE++LAKE+TOBA+REGION%252C+NORTH+SUMATRA_9697/

Repository: <http://repository.uki.ac.id/10843/>

DEVELOPMENT OF TOURISM VILLAGES IN THE LAKE TOBA REGION, NORTH SUMATRA

Posma Sariguna Johnson Kennedy¹ Suzanna Josephine L. Tobing² Rutman L. Toruan³

¹ Associate Professor, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta 13630, Indonesia

^{2,3} Assistant Professor, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta 13630, Indonesia

¹ posmahutasoit@gmail.com ² suzannajosephine@gmail.com ³ rutman.toruan@gmail.com

Abstract

The target for Indonesia's tourism development is oriented towards increasing people's income from tourism businesses, which has changed from the previous period, which was oriented to the number of local and foreign tourist arrivals. The tourism village development program is being actively carried out by the principles of Indonesian tourism based on community empowerment oriented to local wisdom. For this reason, this study aims to explore the direction and the government desires in detail for the development of tourist villages. The method used in this study is to conduct a normative study. The problem assessment and discussion are obtained through a literature study, especially regarding tourist villages in Indonesia. Indonesia's target of increasing the community's regional and national income has been widely stated in regional regulations, especially at the district level. It is a clear guideline in Indonesia for determining tourist villages, development, strategy, management, development, protection and rights, and obligations of the stakeholders in the tourism industry in villages designated as tourist villages.

Keywords: Tourism Village, Community Empowerment, Local Wisdom

1. Introduction

Tourism, as a sector of life, has taken an important role in the economic development of nations in the world, especially in the last 2 (two) decades, which is indicated by the increasing economic welfare of the nations of the world, which are getting better and more advanced. Progress and higher prosperity have made tourism a major part of human needs or lifestyle and moved millions of people to get to know nature and culture in other parts of the world. The movement of millions of people then moves the interconnected economic chains into a service industry that makes an important contribution to the world economy, the economy of nations, to the improvement of economic welfare at the local community level.

Tourism for Indonesia significantly contributes to national economic development as an instrument for increasing foreign exchange earnings. Foreign exchange gains from the presence of foreign tourists to Indonesia in recent years have exceeded the flow of foreign exchange income from the Government's foreign debt and foreign investment. (PP-RI, 2011).

Tourism is a quick trip from one place to another carried out by individuals or groups to find balance or harmony. Tourism is an activity of travelling to and living outside the daily environment supported by various facilities to have fun, spend free time, fulfil curiosity and other purposes that are not money-making. Currently, the advantages of the tourism sector

have experienced continuous expansion and diversification compared to the manufacturing sector. Various countries are trying to improve their tourism competitiveness by developing their tourism through more modern information technology. (Trinanda, 2020)

In carrying out tourism activities, there are 4 (four) goals that tourists want to achieve/obtain: Something to see, namely in a tourist destination, there is a special attraction other than the tourist attraction of interest; Something to do, which is that apart from lots to see, there should be recreational facilities that make tourists feel at home in the object; Something to buy is that in tourist attractions there should be facilities for shopping for souvenirs or handicrafts for souvenirs; What you need to know, tourist attractions besides providing the three things above can also provide educational value for tourists. (Muawanah, 2013)

It is known that the 5A principles in tourism offerings are: (1) Attraction, which refers to the attractiveness of a tourist destination (DTW); (2) Accessibility, related to the ease of tourists in accessing DTW; (3) Amenities, related to facilities in tourist destinations to support tourism activities; (4) Ancillary, namely institutions that support tourism activities; (5) Activities, fun tourism activities with supporting facilities. (Trinanda, 2020; Kennedy et al., 2022)

Tourism is a multidimensional and multisectoral industry. And must be considered in a large system with complex activities with various components. Such as economic, ecological, political, social, cultural, and others. The tourism system, according to Leiper (2004) in Rahman (2015), states the nature of the open system in tourism. Leiper explained that in the Tourism System, the environment also has a role in interacting and influencing the elements in the system. The environment in question can be in the form of physical, cultural, social, economic, political, legal, and technological aspects that make up the elements of tourism. Still, under certain conditions, it is also influenced by tourism.

From the Leiper tourism system, there are five elements as subsystems that are part of the overall tourism system, namely: (1) Tourists, who are human elements, namely people who travel; (2) Tourist-producing area, which is a geographical element, namely the place where tourists start and end their journey; (3) The transportation route (transit route) is a geographical element where the main tourist trip takes place; (4) The tourist destination area as a geographical element, namely the central place visited by tourists; and (5) the tourism industry (tourist industry) as an organizational element, namely a collection of organizations engaged in the tourism business, working together in tourism marketing to provide tourism goods, services and facilities. (Trinanda, 2020; Kennedy et al., 2022)

In the implementation of tourism in Indonesia, there are principles stipulated by the 2009 Tourism Law (UU-RI, 2009), namely: "Upholding religious norms and cultural values as the embodiment of the concept of life in a balanced relationship between God Almighty. One, the relationship between humans and fellow human beings and the relationship between humans and the environment; Upholding human rights, cultural diversity, and local wisdom; Providing benefits for people's welfare, justice, equality, and proportionality; Maintaining the preservation of nature and the environment; Empowering local communities; Ensuring the integration between sectors, between regions, between the centre and the regions which are a systemic unit within the framework of regional autonomy, as well as integration between stakeholders—and Complying with the World Tourism Code of Ethics and international agreements in the field of tourism and Strengthening the integrity of the Unitary State of the Republic of Indonesia".

This research was implemented with a qualitative study, where the problem assessment and discussion were obtained through a literature study of documents related to the research. One of the earliest methods used was a normative study of tourist villages, especially the regulations regarding tourism and

tourist villages that apply in Indonesia. The data collection technique used is the study of various documents and discussions.

2. Research methods

The method used in this study is to conduct a qualitative study. The problem assessment and discussion are obtained through a literature study, especially documents and regulations regarding tourism and tourist villages in Indonesia. Such as the Tourism Law (UU NO.10 of 2009), Dairi Regent Regulation Number 1 of 2020 concerning Tourism Villages, Karo Regent Regulation Number 32 of 2019 concerning Tourism Villages, and Nita Village Regulation Number 5 of 2014 concerning Tourism Village Development.

3. Literature review

Community empowerment

The community has an important role in the context of a smart village. The community is not only the goal of government administration and village development but is also a unit with the will and purpose to determine the direction of its life. On this basis, the community needs to have good awareness and understanding of their position and role in the Village. To be the beneficiary, the community must play an active role in the village development process. In reality, the community is faced with various limitations and problems, both from internal sources, such as low levels of education and high poverty rates, as well as externally. This condition has implications for the low awareness of the community about the role that must be carried out in the village structure so that the community, in many ways, becomes a passive party and does not receive the benefits of village development. (Herdiana, 2019)

Community empowerment should be pursued to develop community independence and welfare by increasing knowledge, attitudes, skills, behavior, abilities, and public awareness (Law, 2014). According to Hadiwijoyo in Kagungan (2019), community empowerment is a continuous process that increases the ability and

independence of the community and improves the standard of living. In this process, the community together: Identify and assess their problems and potentials; Develop an activity plan based on the study results; Execute the plan; Continuously monitors and reviews the process and results of its activities (monitoring and evaluation). The principles of empowerment, according to Cahyono (2008), are that the development carried out must be: Local; Prioritizing social activities; Using local community or social organization strategies; The existence of an equal position in the working relationship; Use a participatory strategy, all group members are subjects; Social welfare efforts for justice. (Helmita, 2021)

One of the empowerment that can be done is the development of tourist villages. Nuryati (1992) in (Jafar & Resnawaty, 2017) explains that a tourist village is a form of integration between attractions, accommodation, and supporting facilities that are presented in a structure of community life that blends with the prevailing tradition. The challenge in carrying out the concept of a modern smart village is in implementing the development of tourism villages based on traditions and the local potential of the Village.

According to Gumelar in Zakaria (2014), the main component of a tourist village can be seen from its uniqueness and authenticity of a tourist village. It is located side by side with extraordinary natural conditions, has a unique culture to attract visitors, and has potential that can be developed in terms of facilities and infrastructure. Meanwhile, according to Prasiasa in Zakaria (2014), the main components of a tourist village have four components, namely: 1) local community participation; 2) there is a system of norms that applies in the Village; 3) local village customs and; 4) the original village culture. A tourist village must have tourism potential, art, and local customs. The environment is included in tourism development areas or travel routes sold to tourists. Managers, coaches, and artists can support the sustainable development of tourist villages. Accessibility that can support tourist villages, ensuring

security, order, and cleanliness of the tourist village environment. (Helmita, 2021)

The community must address the development and use of information technology as an opportunity to optimize their participation and contribution to village development. Information technology aims to increase public awareness and strengthen community capacities needed to contribute to village development. The implication is that the community must have an open attitude and adopt information technology as part of daily life, both in personal and social contexts and in village government. Thus, the community will benefit from the existence of information technology, and, in a wider context, the community will benefit from using information technology in the social and governance contexts in the Village. (Herdiana, 2019)

Heap (2015) emphasizes raising awareness of village communities' rights and demands community involvement in the governance process and the government's responsibility to the community. The rights referred to here are the same as the explanations of other academics, which include basic rights related to health, education, food security, and other basic needs. Smart villages are expected to be able to provide a decent life for rural communities like urban communities, but the remaining villages, which include: "Smart security, Efficient public transportation systems, Improved sanitation conditions, Management of solid and liquid waste, Rain harvest/drainage system Rainwater, Safe drinking water facilities, Use of renewable energy Energy conservation, Handling complaints, Strengthening CBOs, Functional bank accounts, Agricultural facilities, Latest and affordable medical facilities, E-governance, Use of modern technology for locality improvement, increasing women's empowerment, facilities education" (Somwansi et al., 2016). (Subekti & Damayanti, 2019)

Tourist Village

A village is a legal community unit with territorial boundaries authorized to regulate and manage government affairs. The interests of the local community are based on community

initiatives, origin rights, and traditional rights recognized and respected in the government system of the Unitary State of the Republic of Indonesia. The Village Government is the Village Head or what is called by another name assisted by the Village apparatus as an element of the Village Government organizer.

Tourism Village is an area for preserving the natural environment of the ecosystem as well as the node of the community's traditional culture by not hindering its citizens' development from improving their welfare through tourism businesses. Tourism Villages function as educational and recreational facilities, means of developing arts and culture; community-based tourism development facilities; means of developing tourism behavior and culture; and means of preserving tourism potential and resources. (Bup-Karo, 2019)

A tourist village is a tourist destination, often called a tourist destination, which is a geographical area located in one or more administrative areas in which there are tourist attractions, public facilities, tourism facilities, accessibility, and communities that are interrelated and complement the realization of tourism. A tourist attraction is everything that has uniqueness, beauty, and value in the form of a diversity of natural, cultural, and artificial wealth that is the target or destination of tourist visits.

The so-called village tourism area is a special tourism area located within the village area. This tourism area business is a development and area management business to meet tourism needs by statutory regulations. The objectives of a tourism village are: to improve the welfare of the village community; increase public awareness and pride in their customs, culture, and villages develop the potential for cultural tourism, agro-tourism, water tourism, spiritual tourism, nature tourism, and sports tourism; and preserve cultural values that have been passed down from generation to generation. While the objectives of implementing the Village are (Bup-Karo, 2019).

This tourist village is a tourist destination, often called a Tourist Destination, a geographical

area in one or more administrative areas in which there are tourist attractions, public facilities, tourism facilities, accessibility, and communities that are interrelated and complement the realization of tourism. A tourist attraction is everything that has uniqueness, beauty, and value in the form of a diversity of natural, cultural, and artificial wealth that is the target or destination of tourist visits.

The so-called village tourism area is a special tourism area located within the village area. This tourism area business is a development and area management business to meet tourism needs by statutory regulations. The objectives of a tourism village are: to improve the welfare of the village community; increase public awareness and pride in their customs, culture, and villages develop the potential for cultural tourism, agro-tourism, water tourism, spiritual tourism, nature tourism, and sports tourism; and preserve cultural values that have been passed down from generation to generation. While the objectives of implementing the Village are (Bup-Karo, 2019):

- Utilizing and empowering the potential of the environment for the benefit of historical tourism, nature tourism, agro-tourism, cultural tourism, artificial tourism, culinary tourism, handicraft tourism, and earth park tourism or geoparks in the context of improving and empowering the people's economy;
- Maintain and develop the way of life, arts, and culture of the local community continuously;
- Develop the environmental quality of the village community as well as the cultural and tourism potential contained in each Tourism Village;
- Improving the welfare of rural communities;
- Increasing public awareness in developing natural potential and conserving/preserving existing customs, culture, and architecture from generation to generation;
- Increase public awareness of the conservation of unique animals and plants as well as the natural environment;
- Encouraging the community to create a clean, tidy and healthy environment;

- Accelerate the cultivation of attitudes and skills in accordance with the Sapta Pesona of Indonesian tourism;
- Foster pride in their customs, culture, and Village; and encourage the growth of the creative economy.

Tourism villages are organized with the following principles: empowering local wisdom, improving the community's economy, increasing community empowerment and participation, and using digital technology. The development of tourist villages is based on the principles of: benefit and sustainability; creative and participatory; efficient and effective; and social justice and environmentally sound. The tourism development scope includes arranging and managing tourist areas in the village area. The arrangement and management are carried out not contrary to the community's interests, social, cultural, religious, and environmental values. They are developed and utilized as much as possible to improve the welfare of the community, especially the village community and around the tourist village area. Structuring and managing tourist areas can be done through inventory, documentation, registration, legalization, revitalization, and tourism development. The arrangement and management of the tourist area is carried out functionally by the Village community organization in the Tourism Sector and is accountable to the Village Head and regulated by the Village Head Regulation. This Tourism Sector Community Organization is a community organization with a national vision with the aim of preserving and developing village tourist destinations. (Nita)

The purpose of developing a tourist village is to organize and manage the potential and resources of the Village in the tourism sector. It increases the economic community income and Village as much as possible for the welfare of the people. The objectives of developing a tourism village include: maintaining, protecting, and preserving cultural traditions and local wisdom to strengthen national culture; utilizing the potential of culture and local wisdom for the empowerment of the creative economy of the

community; organizing and managing village potential and resources to support tourism development; provide encouragement, motivation and create opportunities for the community as the main actors of village tourism development; realize the utilization of the results of tourism development in the context of increasing the welfare and prosperity of the community; and raise the image of the Village. Meanwhile, the function of developing a tourist village is as a means of art and culture preservation, community-based tourism development, and education and recreation. (Nita)

4. Discussion

Smart Tourism Village Development in the Lake Toba Region

Simanungkalit (Coordinator for the Preparation of the Smart City Master Plan) Kemenkominfo (2021) explains that the development of smart villages aims to attract domestic and international tourists by attracting investors in infrastructure development and opening new businesses. With the smart village movement, city/district governments can innovate to develop every tourism potential in terms of infrastructure development and smart branding in promoting tourist destinations. Can promote promotions in the form of tour packages in the Lake Toba area (North Sumatra Tourism), including the eight surrounding districts. So, through this tour package, tourists can visit eight cities/districts in the area. (Kemenkominfo, 2021)

However, in practice, regional parties certainly need to think of interesting innovations for tourism promotion that are also adapted to the 3A concept (attractions, accessibility, and amenities), one of the principles of tourism management. Each region certainly knows what tourists can offer when visiting the area. Not only promoted but also accompanied by the improvement of every facility in tourist attractions for the better. For example, if there is already such a tour package, each city/district must also plan. For this reason, it is necessary to plan a tourist city that must be able and feasible

to visit. Telling stories rich in culture and history can be a way of rebranding the region in the region. (Kemenkominfo, 2021)

The feasibility of facilities, such as the availability of lodging, clean toilets, worship facilities, and health facilities in the Lake Toba area, do not meet international standards. Even the availability of these facilities is still far from the national standard. So a decent place to stay for international tourists should have met international standards. However, the current condition is still far below the national standard. Targeting foreign and national tourists, of course, the weakness of the feasibility of the facility needs to be a common concern for both the local government and the central government. The government has standardized the feasibility of facilities that must be met by cities/districts that support National Priority Tourism Areas (KPPN). Can use the focus of the government's budget for the development of tourist destination infrastructure, including the feasibility of facilities from the city/district ministry at KPPN. (Kemenkominfo, 2021)

The government and the people of Lake Toba have started to improve themselves by implementing a smart city/village under the Ministry of Communication and Information guidance to ensure that the smart city master plan can be well structured. Barry (ministerial expert) in Journalis (2021) stated that the joint commitment to the Lake Toba super-priority area translates the smart city/village program into a regional program. Given the many tourist attractions in the Lake Toba area, it is necessary to have cooperation between district governments to encourage and facilitate licensing for small businesses. Moreover, almost every district in the Lake Toba area has a tourism economic area. Cooperation and mutually beneficial cooperation are needed between eight districts in the Lake Toba area. It is necessary to create a program with eight districts to provide new hope for the progress of the community.

Cahyono (assistant deputy to the ministry) in Journalis (2021) said that one aspect of a smart city/village is related to smart governance.

Smart governance in the context of setting up an electronic-based government system. All government agencies, both central and regional, can collaborate to realize smart governance, ensuring that they can achieve good public services. With the government's commitment, this smart city/village can run in the Lake Toba area. It is necessary to ensure that the electronic-based government system as part of the smart city planned by the Ministry of Communication and Information, in this case, is smart governance.

The Need for Smart Government for Tourism Village Development in Indonesia

Associated with the village context in Indonesia, institutions must be understood as formal state institutions that are part of the government structure. In this case, the village government is the lowest government structure (Kushandajani, 2015; Sajangbati, 2015). Institutions are attached to the authority to formulate smart village development policy instruments. The government, the community, and the rural environment are the elements that make up a smart village that have different roles and functions. However, the three elements become a single unit that influences each other, so the application of the smart village concept must be based on the accommodation of the three elements, including each element's character, role, and function.

There are two stakeholders in the context of villages in Indonesia, the village government as a state institution and the village community. In building a smart village, these two stakeholders are the main dimensions that form the basis for implementing a smart village. Other resources in the Village are partly used to support the life of the village community and village government (Agusta, 2007; Angkasawati, 2015; Haryanto, 2013). In this context, these resources are integrated into the rural environment. Information technology in the context of a smart village is used as an element that encourages the relationship between the village government, the community, and the rural environment to

realize the goal of implementing information technology-based rural life.

The village government has a position as a combined form of government between the self-governing community and local self-government (Law, 2014; Eko, 2015). This fact implies that in the village structure, the administration of government affairs cannot be separated from the main elements of society, and the orientation of village government policies that are carried out is fully aimed at the interests of the community. In a practical context, this is manifested in 4 (four) functions of village government: governance, implementation of development, community development, and empowerment (Kushanayani, 2015). These four functions aim to improve rural communities' welfare and quality of life. (Herdiana, 2019)

Government administration is a form of implementing village government functions as the lowest government organizational structure authorized to administer government independently, including public services to the community (Sulismadi, Wahyudi, & Muslimin, 2016). In the context of smart villages, the use of information technology can provide improved services to the community. The village government will be able to carry out government functions effectively and transparently to the community. In addition, the use of information technology, in general, can improve the performance and productivity of the village government.

The utilization of information technology makes the process of coaching and empowerment a process that is no longer done traditionally. Information technology has become a common medium between the village government and the community to identify each other's problems, demands, and desires. On the other hand, information technology can be used as a development plan in coaching and empowerment as part of community productivity to create community empowerment. (Herdiana, 2019)

One of the Marketing Developments for Tourism Villages: Storytelling

The target number of tourist visits needs to be increased every year. However, several obstacles are faced in its development, including one related to the promotion. Therefore, it is necessary to apply story-driven marketing to promote tourism through the dissemination of stories and impressions by applying storytelling (Huang et al., 2019; Yuliarti et al., 2021). Thus, this study aims to explore the storytelling of tourist destinations that fall into the category of super priority tourism, namely the Lake Toba area, precisely from the Samosir Regency area in North Sumatra. This tourist area has the opportunity to be developed because it has historical value and unique history and folklore. Therefore, a study of storytelling will be carried out, namely an explanation of the history, origin, and development of the area from time to time as well as the possibility of folklore legends from the Batak tribe, especially for one of the folklores from Samosir Regency in the Lake Toba Tourism Area, North Sumatra, Indonesia.

One manifestation of the concept of community-based tourism is the development of tourist villages, where rural communities in tourist areas develop their potential, both in terms of natural, cultural, and human resources potential. "The existence of tourist villages in Indonesia is currently growing rapidly. The development of this tourist village can have a positive impact on the village community itself, including the existence of new jobs for the community so that it can reduce the unemployment rate in the Village. In addition, a tourist village that carries the concept of Ecotourism will make the Village able to preserve the nature and culture of the Village. Another thing is that tourist villages can turn villages into independent villages because they can provide alternative jobs that local people can enter" (Putra et al., 2020). (Susianti et al., 2022)

Indigenous peoples live for generations in a certain geographical area and are bound by cultural identity and ties to ancestral origins. The strong connection with the lands, territories,

and natural resources in their traditional territories and the value systems determine the economic, political, social, and legal. Culture, historical sites, and the stories behind them are assets that can drive the development of tourist villages. (Samosir, 2021)

Heritage tourism is a travel package for visiting places that are considered to have an important history as tourist attractions. Cultural tourism is currently in great demand by tourists. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2005 noted that visits to historical and cultural heritage objects had become one of the fastest growing tourism activities. Georgia (2010) in Kartika et al. (2017) stated, "Most travelers (65%) say they seek travel experiences where destinations, buildings, and surroundings retain their historic character". Tourists prefer to have a travel experience that retains its historical character. Heritage tourism is one of the potentials of each region because each region has a unique cultural history, so it becomes a different characteristic from other regions. (Kartika et al., 2017)

World Tourism Organization in Cahyadi and Gunawijaya (2009) defines heritage tourism as enjoying history, nature, human cultural heritage, art, philosophy, and institutions from other regions. The National Trust for Historic Preservation in Cahyadi and Gunawijaya (2009) Heritage tourism is a journey to enjoy places, artifacts, and activities that authentically represent the stories/history of ancient and contemporary people. Heritage tourism can also be described as a "personal encounter with tradition, history, and culture. Heritage tourism is based on the concept that every community has a story to tell (Burns & Grene, 2010).

Storytelling is a storytelling activity, either done manually or using technology and the internet. According to Serrat (2008), storytelling is an art that depicts real events in the form of fiction and can be conveyed using images or sound. Besides being useful as a tourism promotion medium, storytelling is an effective method to explore the unique and attractive values of a tourist destination or even a creative economy product. With good storytelling,

tourists will get a different experience in traveling. An interesting story will make a tourist destination not only a place but a more lively space to find various information. Indirectly, the experience of traveling with storytelling will bring meaning to each destination. Storytelling can make a tourist attraction more interesting and make tourists curious. However, storytelling that is too long will saturate tourists. The story is quite short but deep. (Susianti et al., 2022)

For a tourist destination, storytelling is part of product marketing. Storytelling combines facts and stories tourists want to tell, so they are more interested in what they see. Can use guiding techniques and storytelling skills to promote the uniqueness of tourist attractions. Growing the soul or spirit in a tourism destination must be carefully planned and carried out through proper research and not seem artificial. The stories behind these tourist attractions will provide one of the attractions for visiting tourists so that when visiting tourist attractions, we see beautiful places not only in front of our eyes but also gain knowledge about the values conveyed. (Widiyanto, 2022)

Storytelling is a story told to tourists to understand a place's history or features better. Storytelling is meant to entertain or teach tourists something. Besides being presented with natural beauty, tourists also gain new knowledge about the historical value or legend of the place. Through storytelling, a tourist destination will have a learning meaning for tourists. Destination strengthening can be connected with local community legends that contain the values of community life so that what tourists get is not only spectacle but also guidance. (Widiyanto, 2022)

Storytelling in tourist destinations has an important function: understanding the values of local people to tourists. Second, tourists will learn about the history of the place (legend) visited. Third, the legend conveyed will provide suggestions for tourists who believe in the story. Fourth, psychologically memorable stories will strengthen the destination's presence in the community, especially for tourists. In making storytelling, it is necessary to pay attention to,

first, the history and general description of the place of the area. Second, pay attention to geography/tourism objects that are worthy and beautiful to be conveyed to tourists. Third, a story is made that connects the place with the legend of the local community so that it creates confidence in tourists that the story happened in that place. (Widiyanto, 2022)

Many well-known destinations in Indonesia already have strong storytelling, but how they are delivered to tourists is not good and less attractive. It could be due to unprofessional delivery techniques or language factors that are not fluent. In addition, the lack of brochures that can be read by tourists, so tourists do not understand the story told. An example is a tour of Borobudur temple, which already has a strong story, but the delivery of the guide is not good. The disadvantage is that it cannot compete with similar destinations abroad, such as Angkor Wat in Cambodia. (Widiyanto, 2022)

Visitors must understand the storytelling that has been made both through guides and brochures. Understanding the values created can be understood and make them excited to carry out the various activities outlined in the story. Professional guide training is needed so that what is told is conveyed well. For this reason, it is necessary to support the government's program to periodically conduct training for tour guides and human resources so that the storytelling that has been prepared can successfully raise the image of tourism destinations in Indonesia. (Widiyanto, 2022)

One example of storytelling on Samosir Island in the Lake Toba area is the History of the Boru Naibaho Site and Jabi-Jabi Trees (Samosir, 2021; North Sumatra Tourism, 2014; Batak Toba Media, 2014; Nasution & Umry, 2012)

It is said that once upon a time, two twins (one boy and one girl) were born for a reason and then fell in love. This forbidden love then shocked the whole Village. This incestuous love is contrary to the traditional values of the Toba Batak. The parents of this pair of twins found a husband for their daughter. Long story short, this beautiful Boru Naibaho later married the Sinaga clan of his parent's choice. However, this

marriage ended tragically because Boru Naibaho killed her husband, surnamed Sinaga, and chose to return to his twin brother. Local tradition says, before getting married, this beautiful Boru Naibaho had sex with her twin sister and had two bodies. For having the heart to kill her husband, the Sinaga clan punished the descendants of the Naibaho clan in two forms of customary sanctions: expelled from the Village or drowning in Lake Toba. Boru Naibaho prefers to be drowned in a lake, complete with his loom. However, it is said that Boru Naibaho emerged to the lake's surface after a few weeks and pulled over to the shoreline. He then took his loom and weaved the ulos under the jabi-jabi tree. Since then, this tree has been considered sacred because it is a place to weave boru Naibaho, which is still alive even though it has been sunk into the lake. Over time, this magical and mystical story spread mainly among the Naibaho clan and became sacred. Finally, the generals of Naibaho and the Toba Batak clan often visited this sacred place. This holy tomb is often called the tomb of "namborutta" (boru / our daughter). This legend also tells of a husband who is also his twin brother and has a son named Sitindaon, who later became known as the Sitindaon clan in the current Toba Batak clan lineage. Therefore, the mention of the name of this site became a cross dispute. The descendants of Naibaho mention the Boru Naibaho site, while the descendants of Sitindaon, who claim to be direct descendants of the Boru Naibaho, mention the Boru Naitang site.

Example of a Tourism Village Development Case Study: Tano Ponggol

'Tano Ponggol' is an area in the Pangururan sub-district of the island of Samosir, which is located in the tourist area of the Lake Toba Geopark. "Tano Ponggol is an area rich in natural resources and historical value. Its strategic location, in Siogungogung Village, Pangururan District, is the only access to Samosir Island by land, allowing this area to be developed into an ecotourism area. The value of new natural resources and high cultural and

historical values in this area make Ecotourism an ideal selling point and an effort to preserve cultural and environmental heritage.

In the Detailed Spatial Plan for the Pangururan Urban Area (RDTR) 2007-2017 (RDTR-Pangururan, 2017), the Tano Ponggol area is given the policy to be converted and revitalized with the following strategy: Tano Ponggol area as a historical area and tourist attraction; Developed as a Leading Area in the Pangururan Urban Area; Conversion and revitalization of residential areas in the Tano Ponggol area into the Main Entrance of the Pangururan Urban Area and the Entrance of Samosir Island (the border between Sumatra Island and Samosir Island); Improving the function of the waters of Lake Toba in the Tano Ponggol area by dredging so that it can be passed by ships carrying goods and passengers, both regional and local shipping lanes. Tano Ponggol has become an ecotourism area with a seaside spatial arrangement along canals and bridges. This seaside spatial arrangement is carried out by revitalizing the area by incorporating several new functions that will be conceptualized through an analysis of the area's character, potential, and problems in Tano Ponggol (Yudha & Aulia, 2019). In waterfront spatial planning, two important aspects underlie decision-making to produce solutions (Wood, 2002; Wrenn, 1983), namely: Geographical location, including geographical and climatic conditions; and the context of the area, including users related to a sense of attachment to the area, history, and culture, access, and circulation, as well as visual characters related to the physical characteristics of the waterfront area in the form of distinctive shapes, materials, vegetation, or activities." (Yudha & Aulia, 2019)

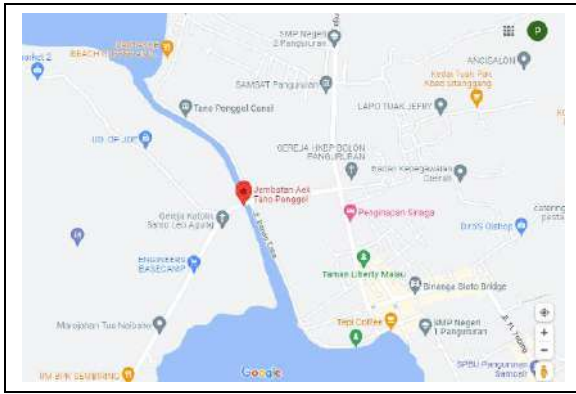


Figure 1 . Map of Tano Ponggol (Google Maps)

Yudha & Aulia (2019) explained that the land of Tano Ponggol was cut into a canal with both ends leading to Lake Toba and then separating Samosir Island from the surrounding area. "In this Canal, a bridge was built to connect back to Samosir Island. Samosir. This area has conditions, not a regional tourism development master plan which plans to develop this area into an ecotourism area. The government's program in developing Tano Ponggol into an ecotourism area is by structuring waterfront spaces along canals and bridges. This waterfront spatial arrangement is carried out by revitalizing the area by incorporating several new functions that will be conceptualized through an analysis of the area's character, potential, and problems in Tano Ponggol." (Yudha & Aulia, 2019)

The Tano Ponggol Canal is one of the natural potentials of Samosir Regency, which has not been managed as a tourist area because of its natural beauty and history. "Novpriandi and Aulia (2019) learned that the Tano Ponggol Canal is the only Canal in Samosir Regency that has played an important role from the past until now. This Canal separates the island of Sumatra and the island of Samosir, which was excavated during the Dutch colonial period. The Tano Ponggol Canal was deliberately excavated to facilitate the activities of fishermen who, before the Canal, pulled their canoes in the lowlands from end to end to catch fish. Unfortunately, the current condition of the Tano Ponggol canal is not maintained and cared for properly and is left unattended, so it does not have the slightest attraction for visitors as tourists."

The Tano Ponggol Canal is one of the potentials that exist in Samosir as a tourist destination, the planning of this Canal has the concept of Ecotourism, where the utilization of natural potential is prioritized over artificial buildings. With the planning of the Canal as one of the ecotourism-based tourism destinations in Samosir, it is expected to increase regional income, especially for the welfare of residents in the planning area or around the Canal. The planning policy for the Tano Ponggol canal area has also been regulated in the RDTR-Pangururan (RDTR-Pangururan, 2017).

The Tano Ponggol area, according to the Regional Spatial Plan (RTRW) of Samosir Regency 2011-2030 (RTRW-Samosir, 2011), is an area designated as a natural and cultural tourism area. "The Tano Ponggol area has great potential for local and foreign tourism. The tourism potential in the Tano Ponggol area is explained in the RDTR-Pangururan policy, such as the Tano Ponggol canal, conservation and revitalization of historic areas, cultural preservation, traditional Batak village areas, and floating net cages.

The Tano Ponggol area's land use condition has not been optimally organized and planned. Land use planning in the Tano Ponggol area is divided into zones with different planning concentrations in each zone, including the arrangement of settlements and traditional Batak villages, rice fields as tourist destinations, maintenance of historic sites, preservation of existing colonial buildings, and efforts to cultivate cages. Floating net. The need for planning so that land use in the Tano Ponggol area becomes organized and can be utilized optimally to explore the existing natural potential and improve the economy of the community in the Tano Ponggol area. Land use in Tano Ponggol Ecotourism currently consists of the functions of settlement activities, trade and services, agriculture, worship, education, and offices. The Tano Ponggol area is planned to be the main land route for access to Samosir Island with an attractive entrance design to create the image of the Pangururan Urban Area as a modern city based on local culture." (Astari & Aulia, 2019)

The Tano Ponggol ecotourism area is an area that has potential for beauty. In addition to beautiful natural conditions, there are also some relics of traditional Batak settlement buildings. This traditional residential building, if developed properly, can become a special destination and tourist icon in the Tano Ponggol area. Settlements are part of the city, consisting of houses and social facilities that support these activities. This type of settlement, which is approximately 250 years old, retains its form and function as a tourist area. However, the physical condition of these traditional buildings has not been noticed by various parties, both the government and the people who occupy the traditional settlements. "Batak traditional houses can still be seen in the Tano Ponggol area, namely houses on stilts, with the main building material being wood with a roof covering made of palm fiber. The construction of the building does not use nails and is tied with rattan. The walls are made of carvings. The ornaments of this building are equipped with carvings (*gorga*) typical of Batak, whose patterns contain a certain philosophy. This traditional building needs to be preserved because it has an attractive and well-managed cultural and natural tourism potential." (Fadli & Aulia, 2019)

The role of conservation for cities is physical and includes social and cultural prevention efforts. The direction of preservation of an area with an environmental or building scale needs to be based on social motivation, culture, aesthetic aspects, and economic considerations. Following up on the RDTR-Pangururan (RDTR-Pangururan, 2017), the real action is needed, for example, in the effort to preserve the Huta Naibaho traditional house area, not only written in regulations but also ensuring that these activities are realized in the field. "Suggestions for the Preservation of the Huta Naibaho Customary Settlement Traditional House related to Non-Physical Aspects are: Making a Government Regulation on the Designation of Land Use for the Naibaho Traditional Settlement as a Conservation Area; Establishing one of the buildings as a homestay for the development of local and non-local tourism; Coordinate with the

owner/customer of the traditional house to get a cooperation agreement; Establishing Customary Stakeholders as Executors of Preservation; Reviving long-lost Batak customs, both traditional ceremonies and formal events, so that they are expected to attract tourists; Creative economy socialization for traditional house owners so that they can become a source of community income, in the form of selling souvenirs or ulos (Sudarwani et al., 2022) which is very popular in the Batak area." (Fadli & Aulia, 2019)

One of the problems of Ecotourism in the Tano Ponggol area is the condition and existence of a reforestation system both in the area and the environment, which is still lacking and less organized. For this reason, it is necessary to arrange reforestation in the Tano Ponggol area because it is very important both as a visual area and adding value to the area and Ecotourism, especially in traditional settlement areas and conservation site areas. The direction of ecologically sustainable green arrangement is a planning concept that unites collaboration between buildings and the (natural) environment and is directed to create plans that have sustainable principles and create a unique and interesting travel atmosphere. "The presence of shade trees or vegetation is minimal. For example, in the traditional villages of Huta Naibaho and Huta Nainggolan and the Sitanggung Bau Cultural Heritage Site. The absence of a planned reforestation arrangement results in tree species whose variations and dimensions are irregular and harmonious, thereby reducing the visual aesthetics of the area. It is necessary to plan an ecologically sustainable reforestation system to support the planning of the Tano Ponggol ecotourism area. It is a planning concept that brings together the collaboration between the building and the (natural) environment. Making traditional village areas and cultural heritage sites a unique and interesting tourist atmosphere while maintaining local cultural wisdom." (Yulisma & Aulia, 2019).

5. Conclusion

The community must be more innovative, creative, and participatory to encourage the emergence of economic development initiatives, for example, by continuing to educate themselves to manage local potentials of global value. To realize a tourist village, the village government needs to develop and utilize technological advances to improve services to the community. Initiatives from the government need to be carried out to encourage the development of smart villages. The private sector is also advised to work with the government to build community environments and help build tourist villages. Therefore, serious action is needed to build a comprehensive and integrated smart tourism village to solve problems in rural areas.

One of the creativity that needs to be developed in the marketing of tourist villages is through storytelling. Many famous destinations in Indonesia already have strong storytelling. For a tourist destination, storytelling is part of product marketing. Storytelling combines facts and stories to convey to tourists so that they are more interested in what they see. One of the interesting stories is about the origin of the Batak tribe. According to a legend believed by some Batak people, the Batak tribe comes from the Pusuk Buhit, Sianjur Mula Mula area, west of Pangururan, on the outskirts of Lake Toba. From this place, his descendants spread, first to the surrounding area and gradually to all corners of the Batak Land. The Batak people, especially the Toba Bataks, consider them from the same lineage, namely the Batak King.

In developing Lake Toba Priority Tourism Areas, the central government needs to cooperate with local governments. An example of developing a tourist village is Ecotourism. "Ecotourism is a natural tourism activity that pays attention to elements of education, understanding, and support for efforts to conserve natural resources and increase local people's income. In addition, Ecotourism aims to protect natural resources and develop all the potential that an area already has. Tano Ponggol Village, Samosir Regency, North Sumatra, is one

of the tourist villages that has been developed into an ecotourism village.

Acknowledgment

We would like to thank the Research Grants from "the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology" (Simlitabmas Grant 2022) and "the Institute for Research and Community Service LPPM-UKI."

References

1. Angkasawati, Angkasawati. (2015). Masyarakat Desa. *Jurnal PUBLICIANA*, 8(1), 72-87.
2. Agusta, Ivanovich. (2007). Indonesia dalam Pertautan Budaya Pembangunan dan Budaya Warga Desa. *Wacana*, 9(2), 135-153.
3. Astari S., and Aulia D.N. (2019). Perencanaan Penggunaan Lahan Kawasan Tano Ponggol Sebagai Tujuan Ekowisata, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series* 02, 9-16.
4. Bup-Karo. 2019. Peraturan Bupati Karo Nomor 32 Tahun 2019 tentang Desa Wisata
5. Burns, L., and Green, B. (2010). *Heritage Tourism Handbook: A How-toGuide for Georgia*. Amerika: Georgia
6. Cahyadi, R. and Gunawan, J (2009). *Pariwisata Pusaka Masa Depan bagi kita, Alam & Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: UNESCO & Program Vokasi Pariwisata UI
7. Desa-Nita. (2014). Peraturan Desa Nita Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pengembangan Desa Wisata
8. Eko, S. (2015). *Regulasi Baru, Desa Baru*. Jakarta: Forum Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD).
9. Fadli R., and Aulia D.N. (2019). Pelestarian Permukiman Tradisional Batak Toba di Kawasan Ekowisata Tano Ponggol, *TALENTA Conference Series, EE Conference Series* 02.
10. Haryanto, Joko Tri. (2013). Implementasi Nilai-Nilai Budaya, Sosial, dan Lingkungan Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 3(1).
11. Heap, Brian. (2015). *Essays, Research Associate of the Centre of Development Studies. University of Cambridge*, by Banson, 27 Devonshire Road, Cambridge.

12. Helmita, Sari O.N., Julianti N.T., Dwinata J. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berkonsep Smart Tourism Melalui Pemberdayaan Kompetensi Masyarakat Desa Pujorahayu. *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 037 – 049.
13. Herdiana, Dian. (2019). Pengembangan Konsep Smart Village bagi Desa-Desa di Indonesia Developing the Smart Village Concept for Indonesian Villages. *IPTEK-KOM*, 21(1), 1 – 16. DOI: <http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.21.1.2019>
14. Huang, L., Clarke, A., Heldsinger, N., & Tian, W. (2019). The communication role of social media in social marketing: a study of the community sustainability knowledge dissemination on LinkedIn and Twitter. *Journal of Marketing Analytics*, 7, 64–75.
15. Jafar A., dan Resnawaty R., (2017). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 1-140. DOI:10.24198/jppm.v4i1.14208
16. Journalis, 2021. Hadiri FGD Smart City, Wakil Bupati Simalungun: Danau Toba Diharapkan Jadi Bali Baru di Indonesia. <https://simalungun.jurnalid.id/hadiri-fgd-smart-city-wakil-bupati-simalungun-danau-toba-diharapkan-jadi-baru-di-indonesia>
17. Kagungan D. (2019). *Kebijakan Penata Kelolaan Pariwisata di Daerah Otonom Baru*. Bandar Lampung, Pustaka Media.
18. Kartika T., and Fajri K., Kharimah R. (2017). Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 14(2), 35-46.
19. Kemenkominfo. (2021). *Smart City di Kawasan Danau Toba untuk Tarik Minat Wisatawan dan Investor*. Kementerian Komunikasi dan Informasi RI, 25 December 2021. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/12/smart-city-di-kawasan-danau-toba-untuk-tarik-minat-wisatawan-dan-investor/>
20. Kennedy P.S.J, Tobing S.J.L, Toruan R.L., Situmorang H., Manullang R.M. (2022). *Story-Driven Marketing in the Attractions of Lake Toba, Storytelling: The Boru Naibaho Site and the Jabi-Jabi Tree*. Akinik Bookchapter. In Press.
21. Kushandajani. (2015). Implikasi UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa terhadap Kewenangan Desa. *Jurnal Yustisia*, 4(2), 369–396.
22. Muawanah A. (2013). *Definisi, komponen, dan sistem pariwisata*. January 31, 2013. Available from: <https://annisamuawanah.wordpress.com/2013/01/31/definisi-komponen-dan-sistem-pariwisata/>
23. Nasution F., and Umry S.H., (2012). Boru Naitang dan Boru Galapang (cerita rakyat Samosir) In Cerita Rakyat Sumatera Utara KAPUR BARUS. Penerbit Mitra, Medan. Retrieved from <https://123dok.com/article/boru-naitang-dan-boru-galapang-cerita-rakyat-samosir.qvxn02ry>.
24. Novpriandi E., and Aulia D.N. (2019). Perencanaan Kanal Tano Ponggol Sebagai Kawasan Ekowisata di Kabupaten Samosir, TALENTA Conference Series, *EE Conference Series* 02 (2019), 50-54.
25. Nuryanti, W. (1993). *Concept, Perspective and Challenges. Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
26. PariwisataSumut. (2014). Kisah Boru Naitang dan Inarnaiborngin. Retrieved from <https://www.pariwisatasumut.net/2014/11/boru-naitang.html>
27. PP-RI. (2011). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025.
28. Putra I.K.M., Sumetri N.W., Rumini N.L.P.I., Rahmanu I.W.E.D., Yudistira C.G.P., Putra K.D.C. (2021). The Study on Village Tourist Potential Exploration in Karangasem Regency. Proceedings of the International Conference on Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020), *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Atlantis Press SARL, Volume 544, 400-405.
29. Rahman, Yudha. (2015). Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Perdesaan: Studi Kasus Pemandu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuk Alung, Provinsi

- Sumatera Barat. Tesis, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro
30. RDTR-Pangururan. (2017). *Rencana Detail Tata Ruang Kawasan Perkotaan Pangururan, Tahun 2007-2017*
 31. RTRW-Samosir. (2011). *Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Samosir, Tahun 2011-2030* [Regional Spatial Plan for Samosir Regency, 2011-2030]. Provinsi Sumatera Utara, 2011
 32. Sajangbati, Youla C. (2015). Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014. *Lex Administratum*, 3(2), 24-32.
 33. Samosir. (2021). Land Acquisition and Resettlement Action Plan (LARAP), *Physical Cultural Resources Management Plan (PCRMP), and Indigeneous Peoples Plan (IPP) untuk Proyek Penataan Kawasan Waterfront City-Pangururan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir*. Pemerintah Kabupaten Samosir.
 34. Subekti T., and Damayanti R. (2019). Penerapan Model Smart Village dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi pada Desa Wisata Boon Pring Sanankerto Turen Kabupaten Malang. *Journal of Public Administration and Local Government JPALG*, 3(1), 18-28.
 35. Sudarwani M.M., Widati G., Situmorang B.L., Sere F. (2022). The Beauty of Toba Architecture Living in harmony with the surrounding natural environment, *Local Wisdom Scientific Online Journal*, 14(2): 116-130.
 36. Sulismadi, Wahyudi, & Muslimin. (2016). *Model Penguatan Kapasitas Pemerintah Desa dalam Menjalankan Fungsi Pemerintahan Berbasis Electronic Government (E-Government) menuju Pembangunan Desa Berdaya Saing*. Malang.
 37. Susianti H.W., Dianasari D.A.M.L., Tirtawati N.M., Liestiandre H.K., Lilasari N.L.M.T., Saputra I.G.G., Aridayanti D.A.N. (2022). Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi*, 2(1). DOI: 10.52352/makardhi.v2i1.766
 38. Trinanda M.H. (2020). *Tingkat kesiapan penerapan smart tourism dalam meningkatkan potensi sektor pariwisata pesisir di kawasan wisata terintegrasi Teluk Lampung, Studi Kasus Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran*. Tugas akhir program studi perencanaan wilayah dan kota jurusan teknologi infrastruktur dan kewilayahan, Institut Teknologi Sumatera (ITERA) Lampung Selatan.
 39. UU-RI. (2009). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
 40. UU-RI. (2014). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa.
 41. Widiyanto, Sigit. (2022). Pentingnya Storytelling untuk Penguatan Destinasi Pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved from HarianJogja: <https://opini.harianjogja.com/read/2022/04/30/543/1100337/opini-pentingnya-storytelling-untuk-penguatan-destinasi-pariwisata>
 42. Wood M.E. (2002). Ecotourism: Principles, Practices & Policies for Sustainability, *The International Ecotourism Society*, Burlington.
 43. Wrenn, D. M., Casazza, J. A., & Smart, J. E. (1983). *Urban Waterfront Development*. Washington DC: The Urban Land Institute, 2-20.
 44. Yudha W.M.T., and Aulia D.N. (2019). Penataan Ruang Tepi Air Untuk Pengembangan Kawasan Ekowisata Di Tano Ponggol, TALENTA Conference Series, *EE Conference Series 02*, 328-339.
 45. Yulianti M.S., Rahmanto A.N., Priliantini A., Naini A.M.I, Anshori M., Hendriyani CT. (2021). Storytelling dalam Pemasaran Pariwisata Indonesia di Media Sosial: Studi Akun Instagram Borobudur dan Danau Toba. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 107-117. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/jk.v13i1.9209>
 46. Yulisma S., and Aulia D.N. (2019). Penataan Tata Hijau pada Perencanaan Kawasan Ekowisata Tano Ponggol, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, TALENTA Conference Series, *EE Conference Series 02*, 312-319.
 47. Zakaria, F. & Suprihardjo, R.D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 245-249

Smart Tourism Concepts to be applied for the Lake Toba Tourism Area

Posma Sariguna Johnson Kennedy^{a,1,*}, Suzanna Josephine L.Tobing^{b,c,2}, Rutman L.Toruan^{b,3}

^{a,b,c} Universitas Kristen Indonesia, Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Jakarta 13630, Indonesia
¹ posmahutasoit@gmail.com*; ² suzannajosephine@gmail.com; ³ rutman.toruan@gmail.com
* corresponding author

ARTICLE INFO (8 pt)

ABSTRACT

Article history:

Received

Revised

Accepted

Keywords:

Smart Tourism

Tourism Area

Lake Toba

One way to improve tourism is to take advantage of information and communication technology advances. Smart Tourism is a tourism development that focuses on the application of Information and Communication Technologies (ICT) in an integrated manner with tourism programs. The purpose of the research is to study the concepts of smart tourism and how to apply them to the tourist area of Lake Toba, North Sumatra. The research method used in this study is a qualitative approach. The study on the concept of Smart Tourism was conducted using a literature review and discussion with several related resource persons. The city/district government in the Lake Toba tourist area of North Sumatra is now innovating to develop every tourism potential, both in terms of infrastructure development to smart branding as one of the smart tourism programs in promoting tourist destinations.

Copyright © 2017 International Journal of Artificial Intelligence Research.
All rights reserved.

Introduction

The world of tourism has now shown a change in market behavior. These changes can be seen in how tourists seek information, plan and implement their trips, engage in activities at destinations, etc. The rapid development of information technology causes this behavior change. Changes in information technology from analog to digital ushered generations in society, from baby boomers to the alpha generation. The phenomenon of the transition of the era makes visitors more demanding and has trends that want convenience and instant ways. The tourism industry has now begun to show its dependence on information and communication technology (ICT) in creating, communicating, and delivering value to its visitors to make it more competitive. (Guidance, 2018)

The tourism industry in various countries is trying to increase the selling value and tourist attraction in various ways to be more competitive. One way to improve the tourism industry is to take advantage of advances in information and communication technology (such as the internet of things, cloud computing, big data, and artificial intelligence). This method is known as smart tourism. The Smart Tourism concept is an application of the smart city concept in the tourism sector. The term smart tourism was first mentioned at the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) meeting in 2009. In addition, the concept of smart tourism was also put forward by The Organization for Smart Tourism in England in 2011 (Li, Hu, Huang, & Duan, 2016). In its application, “The smart tourism system includes several elements, namely the Information Exchange Center (IEC), Government, scenic zone, beauty and business (Xiang, 2014)”. Developed Asian countries such as South Korea, China, and Taiwan implement smart tourism to increase the selling value of their tourism industry (Gretzel et al., 2015a; Wang & Li, 2013). (Wijaya, 2016)

According to Piu Liu & Yuan Liu (in Farania et al., 2017), smart tourism is closely related to smart cities because the development of the smart tourism concept is based on the existence of the smart city concept first. It relies on infrastructure and strengthens the linkage of each subsystem to the smart city. Therefore, “currently, smart tourism is more widely applied in urban or regional tourist areas that already have complete basic infrastructure, a good transportation system, adequate information technology infrastructure, and a comprehensive service system (Yanti, 2022)”. There are two main elements in smart tourism in its application: smart tourism destinations and smart tourism tools.

Smart tourism is a platform used to increase the selling value of tourism by integrating Information and Communication Technology (ICT) which impacts the economy and improves tourism services. The application of the smart tourism concept in tourism development is still relatively rare. In the implementation in Indonesia, several regions are reviewing the readiness of their regions to apply the concept of

smart tourism, such as Bali, Surakarta, Semarang, and Lake Toba Tourism. The application of smart tourism in several cities has goals such as making it easier for visitors to move (mobility), easier to access information, and easier to get other needs in tourist activities. And realizing a world-class tourism area with a competitive advantage that is not inferior to other areas. (Trinanda, 2020)

Farania et al. (2017) examined the city of Surakarta and stated that Surakarta was somewhat ready to apply the concept of smart tourism. Components of tourism actors who are not ready to make tourist attraction services supported by transportation and tourism supporting facilities cannot run properly. It was knowing the level of readiness of the City of Surakarta to realize smart tourism. Widjaja et al. (2016) show that information and communication technology through the smart tourist concept can be used optimally to help increase the value of tourism in a tourism area. By proposing that the government adopt the Smart Tourism concept as soon as possible better to increase the Lake Toba area's tourism potential. Trinanda (2020) found that the level of readiness for implementing Smart Tourism on coastal tourism objects in Teluk Pandan is somewhat ready. (Trinanda, 2020)

It may apply smart tourism concepts in the development of Lake Toba Tourism, one of the tourist areas prioritized by the Indonesian government. Thus, this study aims to study the concepts of smart tourism and how to apply them to the tourist area of Lake Toba, North Sumatra. For example, by looking at promotions through websites that have been carried out and created.

Literature Review

Tourist

“Tourism is a journey from one place to another that is temporary and is carried out by individuals or groups to find balance or harmony (Saida & Farid, 2019).” Tourism is an activity of traveling to and living outside the daily environment supported by various facilities for fun, leisure time, fulfilling curiosity, and other purposes that are not activities to make money. Currently, the advantages of the tourism sector have experienced continuous expansion and diversification compared to the manufacturing sector. Various countries are trying to improve their tourism competitiveness by developing their tourism through more modern information technology. (Trinanda, 2020)

In carrying out tourism activities, “There are 4 (four) goals to be achieved/obtained by tourists: Something to see, is that in a tourist destination there is a special attraction in addition to the tourist attraction that is of interest; Something to do, is that in addition to much to see, there must be recreational facilities that make tourists feel at home in the object; Something to buy, is that in tourist attractions there must be facilities for

shopping for souvenirs or handicrafts for souvenirs; Something to know, is that the tourist attraction in addition to providing the three things above, can also provide educational value for tourists (Fawzia, 2018).” (Muawanah, 2013)

The “5 (*five*) *A Principles*” in tourism offerings are known, namely: (1) Attraction, which refers to the attractiveness of a tourist destination (DTW); (2) Accessibility, related to the ease of tourists in accessing DTW; (3) Amenities, related to facilities in tourist destinations to support tourism activities; (4) Ancillary, which refers to institutions to support tourism activities; (5) Activities, a fun tourist activity with supporting facilities. (Trinanda, 2020)

Tourism is a multidimensional and multisectoral industry. It must be considered in a large system, with complex activities with various economic, ecological, political, social, cultural, and others (Santoso et al., 2022). According to Leiper (2004) in Rahman (2015), the tourism system states the nature of the open system in tourism. Leiper explained that in the Tourism System, the environment also has a role in interacting and influencing the elements in the system. The environment in question can be physical, cultural, social, economic, political, legal, and technological aspects that form elements of tourism. Still, under certain conditions, it is also influenced by tourism.

From the Leiper tourism system, there are five elements as subsystems that are part of the overall tourism system, namely: (1) Tourists, who are the human element, namely people who travel; (2) Tourist-generating regions, which are geographical elements, namely the places where tourists start and end their journeys; (3) The transportation route, is a geographical element of the place where the main tourist trip takes place; (4) The tourist destination, namely the central place visited by tourists; and (5) the tourist industry, namely a collection of organizations engaged in tourism businesses, cooperating to provide tourism goods, services, and facilities. (Trinanda, 2020)

Tourism Behavior Change

The current economy has changed to the Esteem Economy from the leisure economy in the previous era. These changes have an impact on changes in travel behavior. It is from just enjoying free time by gathering with friends or family, commonly referred to as sun, sand, and sea tourism, to seeking experience with the element of wanting to get recognition because they have visited places that have never been visited again. Another uniqueness of the Esteem Economy in tourism is how people no longer worry about sacrifices in their travels. People are willing to traffic jams from Jakarta to the Lembang area or even give up their lives like climbers of Mount Merapi who just to capture, update status or live stories on their social media or show the world that they have tried or been there. (Guidance, 2018)

This change in travel behavior is caused by most people today who are addicted to gadgets, especially smartphones, which have become basic needs outside of clothing, food, and shelter. Referring to Qualman (2009) in his book *Socialnomic*, he considers that changes in human behavior are caused by social media that has changed the order of human life, from how they live to how they conduct their business activities. This behavior is experienced by generations Y and Z, the millennial generation. Some even call it the greenhouse generation because privacy in this generation is very easy to access by other people through their social media. Another thing that can be seen from this generation is that they enjoy the various conveniences facilitated by digital devices. (Guidance, 2018)

Several things need to be considered so that tourism businesses or today's destinations remain competitive, namely (Hidayah, 2018):

- 1) Tourism/destination businesses must prioritize digital-friendly principles, facilitating visitors to look, book, buy and act with digital media. Managers must have digital media such as websites, mobile applications, online transaction systems, and others. The Ministry of Tourism has facilitated the development of ITX (Indonesia Tourism Exchange) to make it easier for buyers and sellers to make transactions.
- 2) A salable tourism business/destination's key success factor is providing an Instagramable commentary spot, which visitors can capture from the front, back, right, left, top, and bottom. People today are hungry for recognition. Therefore managers must facilitate them with stunning and contemporary photo spots, and don't forget to create spots that can be used as landmarks, which they can be proud of to share through their social media.
- 3) Tourists now have a digital lifestyle (digital lifestyle), and their digital devices must be supported by several facilities such as a place for charging batteries, power plugs (plugs), wifi, and others. Even though it is trivial, in reality, there are still many tourist attractions that are still not aware of it. At this time, it has become a generic thing, which should be available or no longer an augmented product.
- 4) Today's tourism/destination businesses must continue to be creative and innovative by displaying new, unique, augmented products, so they are always hits and are not boring. The benchmark for this business is how tourism/destination businesses always create creative and commercial value. Or in other words, apart from creating uniqueness, they must also have a selling value.
- 5) As a lever, it is necessary to invite the community of travel bloggers, vloggers, celebrities, or the like as a medium of buzz or word of mouth because the current generation has relatively ignored conventional promotions. Still, they trust peer recommendations, such as comments or reviews on social media.

- 6) Tourism/destination business managers must identify their needs, wants, and expectations. Therefore, managers must have a database of social media accounts from their visitors. Meanwhile, the database can establish good relations with them (relationship marketing).

Smart Tourism

According to Wang, Jin & Zhou (2012), the word "smart" has the meaning of "wisdom". Explicitly, "smart" can also mean "optimized for specific needs" (Gretzel, Sigala, et al., 2015). Harrison et al. (2010) argue that the smart nature is formed when individuals or groups exploit data operations in real-time, namely by using complex analysis to model, optimize, and visualize existing data to make better decisions. In addition, the term "smartness" is not only always related to technological progress but is also closely related to interconnection, synchronization, and the use of various technologies simultaneously (Höjer & Wangel, 2015).

Piu Liu and Yuan Liu (2016) in Farania et al. (2017) said that smart tourism is very strongly related to smart cities because smart tourism arises from the concept of a smart city and is highly dependent on infrastructure and strengthens the contribution of each subsystem in a smart city. Smart tourism is an important factor and practical effort of a smart city strategy (GUO et al., 2014; Smith, 2015). With its application that focuses on tourism, the tourism sector can quickly develop and simultaneously expand the tourism sector's market.

According to Zhang (2012) in Farania et al. (2017), Smart tourism is a structured and intensive change that becomes a reference for integrating a new generation of information and communication technology. It can realize the effectiveness and optimization of social resources to meet the needs of tourists and improve the experience and satisfaction of tourists while on vacation. (Helmita et al., 2021)

In particular, Werthner, Koo, Gretzel, and Lamfus (2015) define smart tourism as the use of technology solutions, especially the development of mobile device applications in the context of the travel phase (before, during, and after the trip), "By integrating data obtained from physical infrastructure (sensors). Furthermore, smart tourism focuses on regulating and delivering intelligent tourism experiences and services produced by stakeholders who are members of the smart tourism ecosystem, such as producers, distributors, tourists, government agents, travel agents, and others (Koo et al., 2016)." (Widjaja et al., 2016)

Smart tourism is the latest stage of tourism development which is influenced by the evolution of the development of technology and information. According to Gajdosik (2018) in Hanum et al. (2020), smart tourism was born through studies on the relationship between technology and the tourism sector. Smart tourism describes the current situation regarding developments in the tourism sector and is influenced by the

rapid development of technology and information. The Smart Tourism base unites micro and small businesses, bridging the tourist village community to introduce their tourism to the global market.

According to Koo et al. (2016), “Smart tourism consists of four core components, namely: technology, applications, man-machine interaction (IoT), and systems and management. The first component (technology) alludes to various kinds of infrastructure and technology that must provide (e.g., internet, data analysis, virtual reality, mobile, and others). The second component (application) deals with various business models to demonstrate how should generate smart tourism value. The third component (man-machine interaction) relates to how visitors can use various tourism services/services to get quality tourism services/services through interactions between tourists and connected objects and based on real-time data analysis. The last component (system and management) evaluates how the value of smart tourism can be optimized and managed strategically at every level of tourism organizations and individuals.” (Widjaja et al., 2016)

Park, Lee, Yoo, and Nam (2016) stated that smart tourism has three characteristics. First, smart tourism represents the convergence between the tourism industry and information and communication technology. Second, smart tourism is social in that social barriers (e.g., language and access) can be removed through social interactions between tourists and residents. The third characteristic relates to connectedness which unites various stakeholders related to the tourism industry, for example, the government, information technology developers, and others. (Widjaja et al., 2016)

Applying the concept of smartness to tourism destinations requires stakeholders who are dynamically linked through a technology platform, where they can exchange information related to tourism activities with each other in real-time. “This integrated platform has many touch points that can access through various end-user tools. It will support the creation and facilitation of tourism experiences in real-time and can increase the effectiveness of all tourism resource management at the micro and macro levels. The platform integrates the role of information technology in providing efficient information and services for tourists (Guidance, 2018).” It can use information and communication technology through the concept of smart tourism optimally to help increase the value of tourism in a tourism area. Smart tourism can significantly change the behavior of tourists, the number of visits, and the function and structure of the tourism industry.

“The smart tourism system includes five elements: Information Exchange Center (IEC), government, scenic zone/beautiful zone, and business. Smart Tourism contains several objectives, firstly creating a database related to tourism resources, supported by the development of the Internet of Things and Cloud Computing, which focuses on increasing tourism through existing identification and monitoring. Second, advancing

tourist destinations with tourism industry innovations for tourism promotion, tourism service improvement, and management. Third, expanding the scale of the tourism industry with a real-time information platform, integrating tourism service providers and the role of local communities (Zhui et al., 2014).” (Gamatechno, 2019)

In smart tourism, there are two main elements in its application: smart tourism destinations and smart tourism tools. Smart tourism destinations are initiatives to improve tourism experiences, improve resource management efficiency and maximize competitiveness, especially to increase consumer satisfaction when implementing aspects of sustainability in tourist destinations (Buhalis & Amaranggana, 2013). Smart tourism tools are instruments in the tourism industry for developing tourist destinations by improving the quality of service and ease of information in conducting tourism activities. The application of smart tourism is still more dominant in tourism in urban areas that already have complete basic infrastructure.

Research Methods

The study on the concept of Smart Tourism was conducted using a literature review and discussion with several related resource persons. The concept is a mental picture or perception that summarizes ideas, observations, or feelings similar to meanings that can differ from one another (Trinanda, 2020). Literature studies on smart tourism from literature reviews are mostly theoretical or conceptual. Some of them by Buhalis & Amaranggana (2013); Gretzel, Sigala, et al. (2015); Gretzel, Werthner, et al. (2015); Li et al. (2016); Wang et al. (2013). Wang et al. (2016) show that previous smart tourism studies have been carried out in various areas, namely: smart tourism and smart cities, smart tourism destinations, tourism applications on smartphones, smart hotels, smart cards, gamification, smart recommendations for tourists, as well as smart tourism. Guides. (Widjaja et al., 2016). To further complement this study, the researcher also conducted several discussions related to the research with resource persons.

Discussion

Smart Tourism Destinations

Destinations oriented to providing convenience using ICT as the backbone are called smart destinations. The smart word destinations come from two syllables: "smart" and "destinations." So basically, smart destinations are the implementation of smartness into tourism destinations, and the word smart starts from urban developments that provide various conveniences for visitors or smart cities. So it can postulate the science of smart destinations from smart cities (Hidayah, 2018a).

Smart tourism destinations are defined as innovative tourism destinations built on technological infrastructure that can ensure the sustainability of the development of tourism areas. It can be accessed by anyone and can facilitate the interaction of tourists with the conditions, conditions, or situations of tourism around the tourist area. Thus it can improve the tourist experience and the resident's quality of life (López de Avila, 2015). In addition, Buhalis & Amaranggana (2013) argue that "smartness" in tourism destinations requires dynamic interconnection between stakeholders through a sophisticated digital platform. It can support the exchange of information related to tourism activities in real-time, with the main goal, namely maximizing tourist satisfaction and resource efficiency. (Widjaja et al., 2016)

Smart Tourism Destination is an initiative to improve the tourism experience, improve resource management efficiency and maximize competitiveness, in particular, to increase consumer satisfaction when implementing the sustainability aspects of tourist destinations. "The principles of Smart Tourism Destinations are to improve the tourist travel experience, provide more intelligent platforms for collecting and distributing information within destinations, facilitate the efficient allocation of tourism resources, and integrate tourism suppliers at the micro and macro levels. It aims to ensure its benefits from this sector are well distributed to local communities. (Buhalis & Amaranggana, 2013)." (Trinanda, 2020)

Lamsfus et al. (2015) add that "Tourism Destinations" are said to be smart when using intensive technology infrastructure. It is provided by smart cities to: "(1) Improve the tourist experience of visitors by personalizing and making them aware of both the tourism services and products available to them at their destination. And (2) By empowering destination management organizations, local agencies, and tourism companies to make decisions and take action based on the data generated within the destination, collected, managed, and processed through the technological infrastructure (Lamsfus, 2014)." So the main goal of smart destinations is "to take advantage of the system to improve the tourist experience and increase the effectiveness of resource management to maximize competitiveness and consumer satisfaction while demonstrating sustainability in the long term (Križaj et al., 2021)" (Buhalis & Amaranggana, 2013).

Smart destinations, in principle, are to improve the visitor experience. "Provide a smart platform (model) to unify and distribute information within destinations, facilitate more efficient allocation of resources, integrate tourism suppliers at macro and micro levels so that the benefits obtained by local communities can be ensured (Battara et al., 2016)" (Hidayah, 2018a). The increase in tourists is expected in the form of experience obtained by providing reviews so that tourists who visit can choose the destination to be addressed based on reviews given by previous tourists. Xiang Z et al., (2015).

Smart destinations are divided into two categories: SoftSMARTness: collaboration, innovation, and leadership (human resources); and HardSMARTness: technology and infrastructure (the heart of smartness). According to him, he can interpret the soft and hard concepts in smartness that the destination does not only use technology in the environment but must be coupled with human resource expertise and intelligent decision making. Smart Destinations take advantage of The technological environment (e.g., internet of things, sensors, etc.); Response speed at macro and micro levels (e.g., intelligent services, etc.); End-user devices in multiple touch-points (smartphones, etc.); Bringing stakeholders together using dynamic platforms such as neural systems. (Hidayah, 2018a)

“Smart Tourism Destinations focus on the needs of tourists by combining technology, information, and communication (ICT) with casual culture and tourism innovation industry to promote tourism, service quality, improve tourism management, and scale up the industry to a wider level. Three ICT forms are vital to establishing a Smart Tourism Destination, namely Cloud Computing, IoT and End-User Internet Service System (Buhalis & Amaranggana, 2013).” (Huang et al. 2011)(Bachrian & Suryawan, 2021) “First, the Cloud Computing Service is designed to provide an easy way to access online data stores. Second, IoT can support Smart's goals in providing information and analysis as well as automation and control. As for automation and control, the system can control the number of visitors in a particular tourism site by using various sensors about the carrying capacity of each site (Wang et al. 2016).” “The third component is the End-User Internet Service System, which refers to the number of applications at various levels supported by a combination of Cloud Computing and IoT (Liberato et al., 2018).” (Trinanda, 2020)

Today the travel and tourism industry has at the forefront of technology and has taken advantage of the relationship between technology and tourism. Smart Tourism Destinations have the following characteristics: “(1) An environment that applies the use of technology; (2) Responsive processes at the micro and macro levels; (3) Distributed end-user devices; and (4) Engaging stakeholders who use the platform dynamically as a central system (Križaj et al., 2021).” This Smart Tourism Destination comprises stakeholders from Tourism organizations, Government, residents/Local Communities, Tourists, and Environment (Buhalis & Amaranggana, 2013). (Bachrian & Suryawan, 2021)

The characteristics of smart destinations based on stakeholders have the following characteristics (Hidayah, 2018a) “(Buhalis & Amaranggana, 2013):

- 1) Tourism organization, with characteristics: Functioning as a smart hub that can coordinate all information and make it easy to access for users to access information in real-time; Digitizing core business processes; Optimizing energy use; Uniting with local communities, visitors, and the government in co-creating

tourism experiences; Organizational agility, speed of decision making and responsiveness to customer needs in a just-in-time manner; Precision targeting & personalized service.

- 2) Government. With characteristics: Open information management; Personal data settings; Building public-private partnerships.
- 3) Local community; with characteristics: Constantly connected; Creative and empowered; Smart towards technology; Citizen journalism; Actively involved in building smart heritage/e-culture.
- 4) Visitors, with characteristics: Well-connected and well-informed; Active critics & buzz marketers; Demand personalized service; Engage socially and technologically; Dynamic discussion in social media; Co-create experiences; Contribute to content; Utilize end-users devices in multi touch-point.
- 5) Environment, with characteristics: Interconnected through the Internet of Things; Presence of cloud computing services; Ecosystem innovation; Sensor network through the environment; The combination of digital information and social context that will add to the geophysical reality; Can be operated against social platforms.”

Smart Tourism Tools

Entering a new era of Information and Communication Technology has also opened up many new tools for the tourism industry (Buhalis & Amaranggana, 2013). It can clarify Smart Tourism Tools as having been formed based on concepts derived from the combination of Smart with Tourism and Tools (ICT). In the context of tourism, tourists can use their mobile phones to explore destinations and activities in the tourist destination. (Trinanda, 2020)

Users are enabled by the technology in Smart Tourism Tools who can navigate their way through urban environments without using pre-existing maps or trend guides. Visitors can use technology through their cellphones to carry out various tourist activities, and they can find information about the tourist destinations they will visit through Smart Tourism Tools. These activities leave a huge amount of digital data known as Big Data (SOCAP International, 2013, cited in Buhalis & Amaranggana, 2013). By managing Big Data, tourism organizations are in a position to extract valuable insights from information that can provide tourists with a new dimension of customer experience. And improve the way destinations interact with customers, “Those who master this form of technology gain an abundant competitive advantage compare to competitors (Buhalis & Amaranggana, 2013).”

Each destination area masters various matters related to this technology and will get a competitive advantage that can increase competitiveness compared to others. The development of mobile computing software and hardware has supported many applications, especially visual tagging of physical objects and Near Field

Communication (NFC), which have contributed to and complemented the development of IoT (Borrego-Jaraba et al., 2011 in Trinanda, 2020).

It can conclude that Smart Tourism Tools is a concept that combines various elements. It includes smart, tourism, and tools (ICT) that can use in the form of applications on various smart devices that manage various big data from tourist destinations and aim to provide real-time information. And also make it easier for tourists to carry out tourist activities. (Trinanda, 2020)

Application of Smart Tourism in the Lake Toba Tourism Area

Lake Toba is one of the tourist objects in North Sumatra, Indonesia. This natural lake, formed by the eruption of the ancient Toba volcano about 74,000 years ago, has an area of about 1,130 km² and is the largest lake in Southeast Asia (Arif, Sodikin, & Hidayat, 2011). Some tourist areas around Lake Toba are famous for their natural beauty, including: Samosir Island, Sibandang Island, Parapat, Tongging, Bakara, Pusuk Buhit, Lumban Silintong Beach Balige, and others. Lake Toba was recently ordained as one of the priority tourism by the government. The Lake Toba Tourism Area Management Authority Agency (BOPKPDT) was formed on June 1, 2016, which specifically has the task of supporting the acceleration and development of tourism in the Lake Toba area (Yunita, 2016)

It can apply smart tourism applications to the Lake Toba Tourism Area (Widjaja et al., 2016). It may apply several smart tourism applications may be applied, divided into 5 (five) categories, namely: 1) Provision of tourist information and services, 2) Ticket management, 3) Nature/environment monitoring, 4) Plant/animal monitoring, and 5) Facilities support. (Gcaba & Dlodlo, 2016; Lin, 2011). The explanation of each category is as follows (Widjaja et al., 2016):

- 1) Tourist information services are: (1) Provide virtual maps (tourism maps) which are full of interactive information on the tourist areas of Lake Toba; (2) Provide suggestions regarding tourist destinations, food, activities/attractions/shows, schedules, wifi hotspots, accommodation, and services, such as vehicle rentals/information on public transportation; (3) Personalization of services, such as schedules, itineraries, and guides that can customize via mobile apps; (4) Special offers and discounts (tickets, hotels, restaurants, boats, etc.) which can access via mobile apps; (5) On-site discovery learning-studying the natural wealth in the surrounding area, culture, customs, and local culture around Lake Toba (6) Story Telling, for example, an explanation of the history, origin, and development of tourism Lake Toba from time to time. Or maybe a folklore legend. (7) Provide interactive media, augmented games, location-based service, and accurate GPS around Lake Toba.
- 2) Ticket Management: (1) Entrance tickets to tourist attractions with RFID (Radio Frequency Identification) or NFC (Near Field Communication) technology; (2)

- Processing and analyzing visitor data; (3) Setting the number of tourists in tourist attractions/attractions around Lake Toba (passenger flow management)
- 3) Natural/environment monitoring around Lake Toba (Intelligent monitoring): (1) Security Monitor around tourist areas (video surveillance, integrated CCTV 24 hours, seven days non-stop); (2) Forecasting weather conditions (rain, heat, etc.); (3) Air condition, temperature, wind direction, humidity, atmosphere, carbon dioxide level, and UV rays, and others; (4) Monitoring the situation and condition of roads/areas, traffic control, and management. Notifications when a road is closed or due to an accident. (5) Monitoring the state of lake water, water level, water quality, water discharge, and flow, etc. (6) Monitoring and early detection of forest fires.
 - 4) Monitoring of plants/animals around Lake Toba: (1) Monitoring of plants, especially those with "step" status. (2) Monitoring of animals, for example, birds (watching birds), fish, wild animals, etc.
 - 5) We are supporting Facilities and others: (1) Monitoring and calculating the availability of car/motorcycle parking spaces; (2) Monitoring and tracking of commercial boats sailing on Lake Toba.

It can use information and communication technology through the concept of smart tourism optimally to help increase the value of tourism in a tourism area. Smart tourism can significantly change the behavior of tourists, the number of visits, and the function and structure of the tourism industry. The main element in its application is using the concept of smart tourism destinations and smart tourism tools, which can be seen in the table below:

Table 1. Main Elements in implementing Smart Tourism Destinations and Smart Tourism Tools

Dimension	Variables to Pay Attention to	Sub Variable
Smart Destination	Basic Infrastructure	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transportation Conditions and Quality (Roads, Wharves, Modes of Transportation) 2. Source and Quality of Clean Water Supply 3. Quality of Electric Network Service 4. Waste Treatment System
	Attractions	<ol style="list-style-type: none"> 1. Availability of ICT to support attractions 2. Quality of Service of Tourist Attractions
	tourism support facilities, availability,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Availability and Application of Technology in Security Facilities

	Quality, Ease of reach and application of technology	<ol style="list-style-type: none"> 2. Availability and Application of Technology in Accommodation Facilities 3. Availability and Application of Technology in Restaurant Facilities 4. Availability and Application of Technology in Shopping Facilities 5. Availability and Application of Technology in Health Facilities 6. Availability and Application of Technology in Bathroom/Toilet Facilities 7. Availability and Application of Technology in Parking Facilities 8. Availability of Worship Facilities 9. Availability and Application of Technology in Banking/ATM Facilities. 10. Availability and Application of Technology in Information Facilities and Tourism Services
Smart Tools	Big Data System	1. Current tourism data management system
	ICT	<ol style="list-style-type: none"> 1. Availability of ICT Infrastructure 2. Internet service availability 3. Tourism support application
	Information and Promotion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tourism destination marketing strategy 2. How to disseminate information that has been implemented
	Provision of tourist information and services	<ol style="list-style-type: none"> 1. Virtual Map Availability 2. Availability of travel agent information, advice regarding tourist destinations, and various services that can access through the application

Source: Trinanda (2020)

The following is an example of a website promoting the Lake Toba Tourism Area, which is one part of smart tourism.

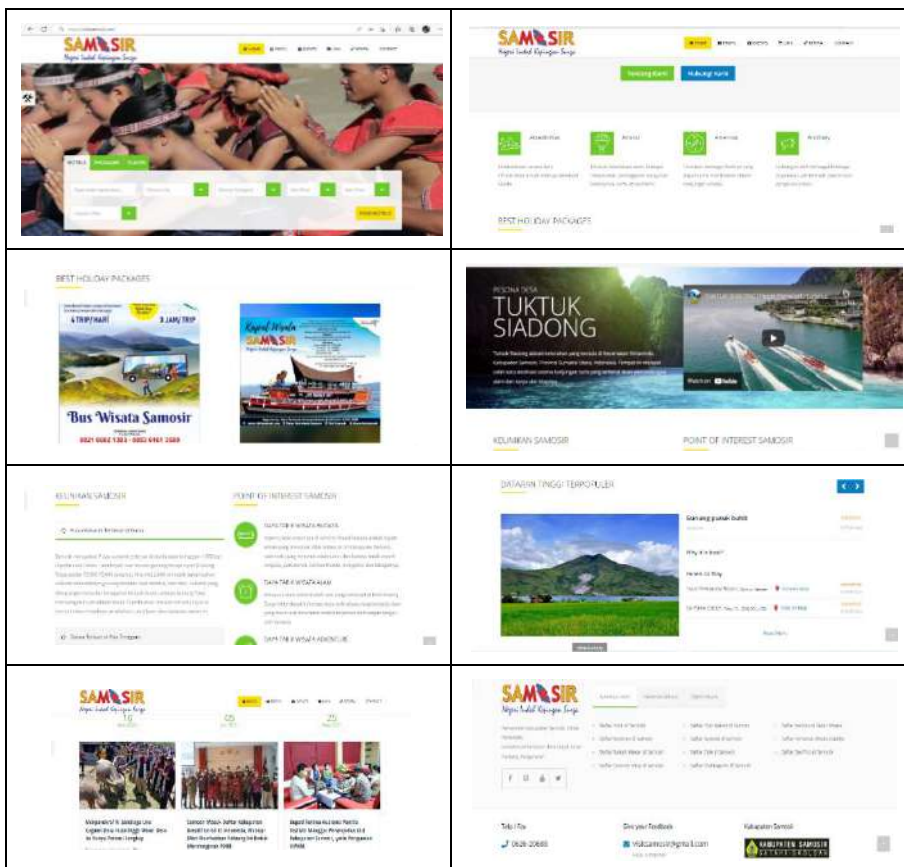


Figure 1. Example Website from <https://visitsamosir.com/>

Conclusion

Smart Tourism discusses the availability and application of technology, information, and communication (ICT) in infrastructure, attractions, transportation, and supporting facilities. This study was conducted on smart tourism, where the tourism area must prepare various devices. There are two main elements in smart tourism in its application: smart tourism destinations and smart tourism tools. Smart tourism destinations are initiatives to improve the tourism experience, improve resource management efficiency and maximize competitiveness, especially to increase consumer satisfaction when implementing sustainability aspects in tourist destinations.

Smart tourism tools are instruments in the tourism industry for developing tourist destinations by improving service quality and ease of information in tourism activities.

In realizing the smart village movement with the development of smart tourism in the Lake Toba area, an active role is needed from all parties to be able to support Lake Toba as a tourist destination known by national and international tourists. It can optimally use information and communication technology through smart tourism to help increase tourism's value in this region. It can implement smart tourism applications in the Lake Toba tourism area. Several websites that fully inform this tourist area have started to exist and have been prepared, for example, "visitsamosir.com".

Acknowledgment

We would like to thank the Research Grants from "the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology" (Simlitabmas Grant 2022) and "the Institute for Research and Community Service LPPM-UKI."

References

- [1] Arif, A., Sodikin, A., & Hidayat, F. (2011). Terbentuknya danau toba. Retrieved from <http://nationalgeographic.co.id/berita/2011/10/terbentuknya-danau-toba>
- [2] Bachrian F.A., Suryawan I.A. (2021). Implementasi Bandung Smart City Untuk Mewujudkan Smart Tourism Destination. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 458-476.
- [3] Battarra, R., Fistola, R., La Rocca, R.A. (2016). City SmartNESS: the Energy Dimension of the Urban System. In: Papa, R., Fistola, R. (eds) *Smart Energy in the Smart City*. Green Energy and Technology. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-31157-9_1
- [4] Buhalis, Dimitrios, and Amaranggana, Aditya. (2013). Smart Tourism Destinations. In: Xiang, Z., Tussyadiah, I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Springer Cham, 553–564. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- [5] Farania, A., Hardiana, A., Putri, R.A. (2017). Kesiapan Kota Surakarta dalam Mewujudkan Pariwisata Cerdas (Smart Tourism) Ditinjau dari Aspek Faslitasi dan Sistem Pelayanan. *Indonesia: Surakarta*, 12(1), 36-50.
- [6] Fawzia, Estylita Dea. (2018). *Promotion Strategy by Malang City Government in Creating Museum Mpu Purwa as Tourism Destination (Study at The Department of Culture and Tourism of Malang City)*. Thesis Sarjana, of Public Administration Faculty of Administrative Science, University of Brawijaya.

- [7] Gamatechno. (2019). Penerapan Smart Tourism Dalam Pengelolaan Pariwisata Daerah. Blog.Gamatechno.com, Retrieved from <https://blog.gamatechno.com/penerapan-smart-tourism/>
- [8] Gcaba, O., & Dlodlo, N. (2016). The internet of things for south african tourism. Paper presented at the *ISTAfrica*.
- [9] Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart Tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188.
- [10] Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.
- [11] Hanum F., Suganda D., Muljana B., Endyana C., Rachmat H. (2020). Konsep Smart Tourism Sebagai implementasi Digitalisasi di Bidang Pariwisata. *TORNARE Journal of Sustainable Tourism Reserch*, 3(1).
- [12] Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., et al., (2010). Foundations for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54, 1-16.
- [13] Helmita, Sari O.N., Julianti N.T., Dwinata J. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berkonsep Smart Tourism Melalui Pemberdayaan Kompetensi Masyarakat Desa Pujorahayu. *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 37 –49.
- [14] Hidayah N. (2018). Bagaimana Destinasi Pariwisata Digital Agar Tetap Kompetitif. Retrieved from <https://pemasaranpariwisata.com/2018/03/01/destinasi-zaman-now/>
- [15] Hidayah N. (2018a). Sekilas Mengenai Smart Destinations. 11/01/2018. Retrieved from <https://pemasaranpariwisata.com/2018/01/11/sekilas-mengenai-smart-destinations/>
- [16] Höjer, M., & Wangel, J., (2015). Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges, In L. M. Hilty & B. Aebischer (Eds.), *ICT innovations for sustainability, advances in intelligent systems and computing*, 333-349. Springer, New York.
- [17] Huang, C., & Li, Y. (2011). In the 12th five-year plan, the system research of smarter tourism under the background of smarter cities. Paper presented at the *Annual conference of tourism tribune*.
- [18] Koo, C., Yoo, K.-H., Lee, J.-N., & Zanker, M. (2016). Special section on generative smart tourism systems and management: Man-machine interaction. *International Journal of Information Management*.

- [19] Križaj, Dejan, Miha Bratec, Peter Kopic, and Tadej Rogelja. (2021). A Technology-Based Innovation Adoption and Implementation Analysis of European Smart Tourism Projects: Towards a Smart Actionable Classification Model (SACM). *Sustainability*, 13(18), 10279. DOI: <https://doi.org/10.3390/su131810279>
- [20] Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., & Torres-Manzanera, E. (2014). Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities Focusing on Human Mobility. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 363–375. DOI: 10.1007/978-3-319-14343-9_27
- [21] Liberato P.M.C, Alén-González E., Liberato D.F.V.A. (2018). Digital Technology in a Smart Tourist Destination: The Case of Porto. *Journal of Urban Technology*, 25(1), 75-97. DOI: <https://doi.org/10.1080/10630732.2017.1413228>
- [22] Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2016). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*.
- [23] Lin, Y. (2011). The application of the internet of things in Hainan tourism scenic spot. Paper presented at the 2011 Seventh International Conference on Computational Intelligence and Security.
- [24] Lopez de Avila, A. (2015). Smart destination: XXI century tourism. Paper presented at the ENTER 2015 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism.
- [25] Muawanah A. (2013). Definisi, komponen, dan sistem pariwisata. January 31, 2013. Retrieved from <https://annisamuawanah.wordpress.com/2013/01/31/definisi-komponen-dan-sistem-pariwisata/>
- [26] Park, J. H., Lee, C., Yoo, C., & Nam, Y. (2016). An analysis of the utilization of Facebook by local korean governments for tourism development and the network of smart tourism ecosystem. *International Journal of Information Management*.
- [27] Qualman, Erik. 2012. *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. 2nd edition. John Wiley & Sons, New Jersey.
- [28] Rahman, Yudha. 2015. *Perubahan Perilaku Ekonomi Masyarakat Sebagai Dampak Pengembangan Pariwisata Alam Perdesaan: Studi Kasus Pemandu Wisata Air Terjun Nyarai Kecamatan Lubuk Alung, Provinsi Sumatera Barat*. Tesis, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro.

- [29] Saida Z., and Farid Y.M. (2019). Identification of attitudes supporting tourism development: a case study of the Derawan Island people, Berau of East Borneo. *RJOAS*, 2(86). DOI: 10.18551/rjoas.2019-02.04
- [30] Santoso A., Setyowati A.I., Vydya V. (2022). Instagram: is it a Social Media Solution to Promote Sustainable Tourism? *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). DOI: 10.29099/ijair.v6i1.286
- [31] Smith, Richard. (2015). Smart Tourism Tools: Linking Technology with The Touristic Resources of City Destinations. *NHVT Breda University of Applied Science*.
- [32] Trinanda M.H. (2020). *Tingkat kesiapan penerapan smart tourism dalam meningkatkan potensi sektor pariwisata pesisir di kawasan wisata terintegrasi Teluk Lampung, Studi Kasus Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran*. Tugas akhir program studi perencanaan wilayah dan kota jurusan teknologi infrastruktur dan kewilayahan, Institut Teknologi Sumatera (ITERA) Lampung Selatan.
- [33] UNWTO. (2012). Tourism resilience committee stresses need for “Smart Tourism”[EB/OL].www.slideshare.
- [34] Wang, D., Li, X., & Li, Y. (2013). China's "smart tourism destination" initiative: A taste of the service dominant logic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 59-61.
- [35] Wang, H., Jin, T., & Zhou, B. (2012). *Smart Tourism*. Tsinghua University Press, Beijing.
- [36] Wang, X., Li, X., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309-320.
- [37] Werthner, H., Koo, C., Gretzel, U., & Lamfus, C. (2015). Special issue on smart tourism systems: Convergence of information technologies, business models, and experiences. *Computers in Human Behavior*, 50, 556-557.
- [38] Widjaja A.E, dan Tarigan E.R. (2016). Meningkatkan potensi pariwisata danau toba melalui konsep smart tourism: aplikasi dan tantangannya. *Seminar Nasional Inovasi dan Teknologi Informasi (SNITI-3)* at Samosir, Sumatera Utara, Indonesia.
- [39] Yanti, Dewi. (2022). Potensi Kabupaten Simalungun dalam Menerapkan Konsep Smart Tourism melalui Infrastruktur TI [Simalungun’s potency in implementing the concept of smart tourism through out the ict infrastructure].

Jurnal Akademi Pariwisata Medan, 10(1), 18-36. DOI:
<https://doi.org/10.36983/japm.v10i1.177>

- [40] Yunita, N. W. (2016). Jokowi teken perpres badan otorita pengelola kawasan pariwisata danau toba. Retrieved from <http://news.detik.com/berita/3241431/jokowi-teken-perpresbadan-otorita-pengelola-kawasan-pariwisata-danau-toba>
- [41] Zhui, Xiang, and Tussyadiah, I. eds. (2014). Information and communication technologies in tourism. 2014: *Proceedings of the international conference* in Dublin, Ireland. Springer science & Business media.

Lampiran 3: Prosiding Internasional

URL: file:///C:/Users/Posma%20Sariguna/Downloads/31014-Article%20Text-84690-1-10-20221121.pdf

Smart Village Implementation Concept for Community Empowerment in Tourism Villages in the Lake Toba Region

Posma Sariguna Johnson Kennedy¹,
Suzanna Josephine L. Tobing², Rutman L. Toruan³, Ricky Martin
Manullang⁴

*Faculty of Economics and Business,
Indonesian Christian University, Jakarta^{1,2,3}*

Abstract: A Smart village is an adopted or derivative concept of a smart city. Smart villages are villages that can manage their assets to provide added value by utilizing networks and technology to benefit the population. This study explains how smart villages develop tourist villages based on village traditions and local potential. The research method used is qualitative. The study was conducted through a literature review and discussions with various resource persons related to the research. The government and the people of Lake Toba have begun to improve themselves for the implementation of smart city villages with the government's guidance to ensure that the master plan can be well structured. This smart village program is still in its early stages, so the smart village model in tourism village development has not been implemented optimally. It realizes the smart village program in the Lake Toba area, and it is necessary to have an active role from all parties to support Lake Toba as a tourist destination known by national and international tourists.

Keywords: Smart Village, Community Empowerment, Tourism Village, Tourism Area, Lake Toba.

Introduction

Damar in Investor (2021) stated *Information communication technology* (ICT) has an important role in the progress of tourism in Indonesia. ICT infrastructure development has become necessary to reach the frontier, remote, and underdeveloped areas. With ICT, the development of *smart cities* and smart tourism is *possible*. A place can suddenly be flooded with visitors because of uploads on Instagram, showing the

importance of the role of ICT. Digitalization is also important in boosting the regional economy through smart cities. Among others, through the implementation of *QRIS* for *contactless payments, e-MSMEs, e-tourism, and e-farmers*.

Village development through innovative village programs initiates the emergence of a village development model based on the *smart village concept*. The term *smart village* has begun to be used by several villages in Indonesia. The term *smart village* is translated as a "smart" village. The term "*smart*" is used to fight the village stigma, such as the village being considered uneducated, backward, poor, outdated, and so on. Currently, villages are considered capable of intelligently developing their communities. This study on *smart villages* is a new study that enriches studies on villages, especially studies on village innovation. In addition, there are still many *gaps* between conceptual and theoretical studies on *smart villages* and their implementation in Indonesia. (Subekti & Damayanti, 2019)

A *Smart village* is an adopted or derivative concept of a *smart city*. The only difference lies in the location of its application. If the *smart city* is implemented at the city level, then the *smart village* is implemented at the village level. A *smart city* itself is defined as a smart city. *Smart City* is the development of the concept, implementation, and implementation of technology applied to an area (especially urban areas) as a complex interaction between its various systems (Wijaya, 2015). In principle, *smart cities* are present to answer various challenges in the urban environment, such as congestion problems, slum environmental problems, sanitation, global warming, environmental pollution, and other typical urban problems. So then, what can be said as a smart city is a city that has dimensions: *smart economy, smart people, smart government, smart energy, smart mobility, smart environment, and smart living* (Pratama, 2014). (Subekti & Damayanti, 2019)

In Indonesia, so far, no city has really implemented a full *smart city*. The movement towards *smart cities* in Indonesia is devoted to 70 cities/regencies in 10 KPPNs and the New State Capital area, namely Mandalika (West Nusa Tenggara), Morotai Island (North Maluku), Tanjung Kelayang (Bangka Belitung Islands), Lake Toba (North Maluku), North Sumatra, Wakatobi (Southeast Sulawesi), Borobudur (Central Java), Thousand Islands (DKI Jakarta), Tanjung Lesung (Banten), Bromo (East Java), and Labuan Bajo (East Nusa Tenggara). Lake Toba is designated by the government as one of the priority tourism areas supported by eight cities/districts, namely North Tapanuli Regency, Humbang Hasundutan Regency, Dairi Regency, Toba Regency, Pakpak Bharat Regency, Samosir Regency, Karo Regency, and Simalungun Regency. (Kemenkominfo, 2021).

The study aims to explain how *smart villages* are used to develop tourist villages. This modern smart village concept needs to be implemented in the development of a tourist village based on the local traditions and potential of the village. Many theories turn out to be difficult to apply, so mapping is needed in developing a *smart village implementation model* in tourist villages.

Literature Review

Community empowerment

The community has an important role in the context of a *smart village*. The community is not only the goal of administering government and village development but also a unit with the will and purpose to determine the direction of its life. On this basis, the community needs to have good awareness and understanding of their position and role in the village. To be the beneficiary party, the community must be an active part of the village development process. In reality, the community is faced with various limitations and problems, both from internal sources such as low levels of education and high poverty rates and external ones. This condition has implications for the low awareness of the community about the role that must be carried out in the village structure, so that the community, in many cases, becomes a passive party and does not receive the benefits of village development. (Herdiana, 2019)

It must pursue community empowerment to develop community independence and welfare by increasing knowledge, attitudes, skills, behavior, abilities, and public awareness (Law, 2014). According to Hadiwijoyo in Kagungan (2019), community empowerment is a continuous process that increases the community's ability and independence and improves living standards. In this process, the community together: Identify and examine the problems and potentials they have; Develops an activity plan based on the study results; Implements the plan; Continuously monitors and reviews the process and results of its activities (monitoring and evaluation). The principles of empowerment by Cahyono (2008) (Helmita, 2021) are that the development carried out must be: Local; Prioritizing social activities; Use local community or social organization strategies; There is an equal position in the working relationship; Use a participatory strategy, all group members are the subject; Social welfare efforts for justice.

One of the empowerment that can be the development of tourist villages. Nuryati (1992) in (Jafar & Resnawaty, 2017) explains a tourist village is a form of integration between attractions, accommodation, and supporting facilities that are presented in a structure of community life that blends with the prevailing tradition. The challenge in bringing the concept of a modern *smart village* is in implementing the development of a tourist village based on the traditions and local potential of the village.

According to Gumelar in Zakaria (2014), the main components of a tourist village can be seen in the uniqueness and authenticity of a tourist village. It is located side by side with extraordinary natural conditions, has a unique culture to attract visitors, and has potential that can develop in terms of facilities and infrastructure. Meanwhile, according to Prasiasa in Zakaria (2014), the main components of a tourist village there are four components, namely: 1) local community participation; 2) there

is a system of norms that applies in the village; 3) local village customs and; 4) village culture that is still original. A tourist village must have tourism potential, art, and local customs. The village environment is included in the scope of the tourism development area or the travel routes sold to tourists. There are managers, coaches, and art actors who can support the sustainability of the development of the tourist village. , accessibility that can support tourist villages, ensuring security, order, and cleanliness of the tourist village environment. (Helmita, 2021)

The community must address the development and use of information technology as an opportunity to optimize their participation and contribution to village development. Information technology aims to raise public awareness and strengthen the community capacity required to contribute to village development. The implication is that the community must have an open attitude and adopt information technology as part of daily life, both in the personal and social contexts and in village government. In this way, the community will not only benefit from the existence of information technology but also, in a wider context, the community will benefit from using information technology in the social and government contexts in the village. (Herdiana, 2019)

Heap (2015) emphasizes the increasing awareness of the village community about their rights and demands community involvement in the government process and the government's responsibility to the community. The rights referred to here are the same as the explanations of other academics, which include basic rights related to health, education, food security, and other basic needs. *Smart villages* are expected to be able to provide a decent life for rural communities as obtained by urban communities but by the remaining *village*, which includes: “*Smart security, an Efficient public transportation system, Improving sanitation conditions, Solid and liquid waste management, Rain harvesting/Rain water drainage system, Safe drinking water facilities, Use of renewable energy Energy conservation, Grievance redresser, Strengthening CBOs, Functional bank account, Facilities regarding the agriculture, Latest, and affordable medical facilities, E-governance, Use of modern technologies for improvement of locality, an improvement on women empowerment, Educational facilities*” (Somwansi et al., 2016). (Subekti & Damayanti, 2019)

Smart Village

The development of information technology is something that cannot be avoided, especially at this time mastery of information technology is used as an indicator of the progress of a country (Ngafifi, 2014). In line with the development of *smart cities*, in a smaller context, namely villages, the concept of an information technology-based village called *a smart village has begun*. Judging from the development of information technology, we cannot separate the *smart village concept* from the development of the *smart city concept*. It is based on the reason that the village, as the lowest government unit in the Indonesian government

structure, also requires renewal and adoption of information technology developments, so applying information technology will encourage the acceleration of smart city development that is being implemented (Aditama, 2018; Badri, 2016; Mayowan, 2017).

Few studies still address the development of *smart villages* in Indonesia. Several studies have been carried out, such as by Rahmawati, Sulistyarso, Ariastita, Yusuf, & Paramasatya (2018), which examine the concept of a smart village in Surabaya. Permana (2011) examines the development of *smart villages* by applying *eco architecture*; Fajrillah, Mohamad, & Novarika (2018) examine the difference between a *smart city* and a *smart village*. Supriadi, H Fadli, & Malik (2016) studied *smart cities* from the perspective of rural community economic development.

The village as a homogeneous legal community unit cannot be equated with the city adopting information technology. The *smart city concept* cannot be applied in the village by carrying the *smart village terminology* because of the homogeneity of the community and the locality of characteristics and culture. There needs to be a conceptual construction effort based on village characteristics. From this understanding, information technology in the village is aimed at strengthening community institutions, empowerment, preserving social order, and the structure of rural communities as a unique legal entity. The *smart village concept* is applied differently in villages in Indonesia, which has implications for the inconsistency of achieving *smart village implementation*. It gives rise to the impetus to construct an understanding of *smart villages* so that there is continuity between conceptual and empirical understanding. The empirical basis for constructing the smart village concept is the function of village government, rural community structure, and rural environment support (Agusta, 2007; Hatu, 2011; Sajangbati, 2015). (Herdiana, 2019)

In contrast to *smart city* development, *smart village development* must be understood as a condition that shows encouragement from below, namely from the community, to explore their potential and increase their capacity. This desire was then encouraged by the village government to provide guidance and empowerment to realize an increase in the welfare and quality of life of the community. Thus the use of information technology is used as "*tools*" to realize these desires and not as *goals*. From this understanding, the development of *smart villages* is based on a "*bottom-up*" approach to the initiative and desire of the community so that there is institutional strengthening to improve the welfare and quality of life of the community carried out by the village government through community development and empowerment by fully utilizing information technology. Carried out in the government's capacity as a facilitator. (Herdiana, 2019)

Table 1Conceptual Differences between *Smart City* and *Smart Village*

<i>Aspect</i>	<i>Smart City</i>	<i>Smart Village</i>
Approach	<i>Top-Down</i>	<i>Bottom-Up</i>
Government Position	Regulator	Facilitator
Community Position	<i>End-User</i>	<i>Customers</i>
Development process	Collectivity and integration of the basic elements of a <i>smart city</i>	Strengthening, awareness, and participation of <i>smart village elements</i>
Target Priority	People with high mobility	The middle class, poor, and not yet empowered
Precondition Success	The technology approach is the main basis where every party is encouraged to use information technology as the basis for the success of a <i>smart city</i> .	The socio-cultural approach is the main basis. The existence of valid identification of various values, characters, norms, and problems in the community is the basis for the success of a <i>smart village</i> .
Destination	The realization of information technology can aspire to economic growth, easy access to information and basic services so that improve the quality of life of urban communities	The realization of empowerment, institutional strengthening, and improving the welfare of rural communities based on the use of information technology

Source: Herdiana, (2019)

Although there is no consensus on the *smart village concept*, in general, “a village can be said to be a smart village if the village innovatively uses information technology to improve quality of life, efficiency, and competitiveness in economic, social, and environmental aspects” (Munir, 2017; Ramesh, 2018). In practice, this understanding is interpreted in different ways. The implication is that every village declares as a smart village without being supported by the same adequate size of *smart village elements*.

Smart Governance

Associated with the context of villages in Indonesia, institutions must be understood as formal state institutions that are part of the government structure. In this case, the village government is represented as the lowest government structure (Kushandajani, 2015; Sajangbati, 2015). Institutions are attached to the authority to formulate policy instruments for *smart village development*. The government, the community, and the rural environment are the elements that make up a *smart village* that has different roles and functions. However, the three elements become an integral part that influences each other, so the application of the *smart village concept* must be based on the accommodation of the three elements, including each element's character, role, and function.

There are two stakeholders in the context of villages in Indonesia, the village government as a state institution and rural communities. In developing *smart villages*, these two stakeholders are the main dimensions that form the basis for implementing *smart villages*. Other resources in the village, are used part to support the lives of village communities and village government (Agusta, 2007; Angkasawati, 2015; Haryanto, 2013). In this context, these resources are integrated into the rural environment. Information technology in the context of *smart villages* is used as an element that encourages the relationship between the village government, the community, and the rural environment to realize the goals of implementing rural life based on information technology.

The village government has a position as a combined form of government between *the self-governing community* and *local self-government* (UU, 2014; Eko, 2015). This fact implies that in the structure of the village, the administration of government affairs cannot be separated from the basic elements of society, and the orientation of village government policies that are carried out is fully aimed at the interests of the community. In a practical context, this is manifested in 4 (four) village government functions: governance, development implementation, community development, and empowerment (Kushandayani, 2015). The four functions aim to improve rural communities' welfare and quality of life. (Herdiana, 2019)

Government administration is a form of implementing village government functions as the lowest government organizational structure with authority to administer government independently, including public services to the community (Sulismadi, Wahyudi, & Muslimin, 2016). In the context of *smart villages*, the use of information technology can provide improved services to the community. The village government will be able to carry out government functions effectively and transparently to the community. In addition, the use of information technology, in general, can improve the performance and productivity of the village government.

The use of information technology makes the process of coaching and empowerment a process that is no longer done traditionally. Information technology has become a common medium between the village government and the community

to identify each other's problems, demands, and desires. On the other hand, information technology can be used as a development plan in coaching and empowerment as part of community productivity to create community empowerment. (Herdiana, 2019)

Methodology

Methodology conducted this research with a qualitative method. The study was conducted through discussions with various resource persons related to the research, especially from experts from the Ministry of Communication and Information of the Republic of Indonesia. In addition, researchers conducted a literature review of various literature and documents that support this study.

Discussion

Smart City/Village Program in the Development of the Lake Toba Tourism Area

Simanungkalit (Coordinator for the Preparation of Smart City Masterplans) at Kemenkominfo (2021) explained that the development of *smart cities/villages* is aimed at attracting domestic and international tourists as attracting investors in infrastructure development and opening new businesses. With the *smart city/village movement*, city/district governments can innovate to develop every tourism potential in terms of infrastructure development and *smart branding* in promoting tourist destinations. It can promote the promotion in the form of tour packages in the Lake Toba area (*The North Sumatra tour*), including the eight surrounding districts. So, through this tour package, tourists can visit eight cities/regencies in the area. (Kemenkominfo, 2021)

However, in its implementation, regional parties certainly need to think about interesting innovations for tourism promotion that are also adapted to the 3A concept (attractions, accessibility, and amenities), which is one of the tourism management principles. Each region must know what tourists can offer when visiting the area. Not only being promoted but also accompanied by improving every facility in tourist attractions for the better. For example, if there is already a tour package like that, each city/regency must also plan. It is necessary to plan a tourist city spot that must be able and worth visiting. Submission of *storytelling* rich in culture and history can be one way of rebranding the region in the region. (Kemenkominfo, 2021)

The feasibility of amenities such as the availability of lodging, clean toilets, religious facilities, and health facilities in the Lake Toba area do not meet international standards. Even the availability of these amenities is still far from the national standard. Then a decent place to stay for international tourists should have met international standards. However, the current condition is still far below the national standard. Targeting foreign and national tourists, of course, the weakness of the feasibility of amenities needs to be a common concern, both local government and central

government. The government has standardized the eligibility of amenities that must be met by cities/regencies that support National Priority Tourism Areas (KPPN). It can use the focus of the government's budget for the development of tourist destination infrastructure, including the feasibility of amenities from the ministry for cities/districts in the KPPN. (Kemenkominfo, 2021)

The government and the people of Lake Toba have begun to improve themselves by implementing *smart cities/villages* under the Ministry of Communication and Information guidance to ensure that the *smart city master plan* can be well structured. Barry (a ministry expert) in Journalis (2021) stated that the joint commitment to the super-priority area of the Lake translated the *smart city/village program* into a regional program. Given that there are many tourist attractions in the Lake Toba area, there needs to be cooperation between the district government to encourage and facilitate licensing for small businesses. It is especially since almost every district in the Lake Toba area has a tourism economic area. Collaboration and mutually beneficial cooperation are needed between eight districts in the Lake Toba area. It is necessary to create a program with eight districts to provide new hope for progress in the community.

Cahyono (assistant deputy to the ministry) in Journalis (2021) said that one aspect of a *smart city/village* is related to *smart governance*. *Smart governance* is in the context of regulating an electronic-based government system. All government agencies, both central and regional, can collaborate to realize smart governance, ensuring they can achieve public services. With the government's commitment, this *smart city/village* can run in the Lake Toba area. It is necessary to ensure that the electronic-based government system as part of the *smart city* planned by the Ministry of Communication and Information, in this case, is *smart governance*.

Smart Village Development Model

The European Network for Rural Development in Subekti & Damayanti (2019) explains that what is meant by *smart villages* are villages that can manage their assets to be able to provide added value by utilizing networks and technology for the benefit of the population. (Subekti & Damayanti, 2019)

Smart people

What is meant by smart people here is a smart society. In tourism development, the most important element is the community that can support the running of the tourist village. The community has a distinctive skill base. The community also has a high level of participation in supporting the development of tourist villages. They actively form tourism awareness groups to manage tourist villages.

Smart government

Scholl (2014) in Pereira et al. (2018) explain *smart government* is a government that is smart, open, and participatory. *Smart government* is synonymous

with the implementation of *e-government*—electronic-based government management with the use of technology. A village government website is created to realize village transparency, electronic-based village services, and the use of social media to provide information and public disclosure, for example. Accommodating people's aspirations through social media networks, and so on. Using technology in government aims to increase effectiveness and efficiency, increase public participation, open public information, and reduce opportunities for corruption.

Smart economy

An important point in realizing a *smart village* is the effort to create a ' *smart* ' economy. Several kinds of literature try to define *the smart economy* as follows: “*smart economy requires new qualitative approaches to the concept of economic growth, focused on the quality of life and the standard of living, incorporating new variables of the development model: basic needs, human capital, human rights, well being, participation in community life, fundamental freedoms of man: political, economic, social, cultural, dignity and respect progress (technological progress, scientific research)*” (Apostol, 2019). To realize a *smart economy* will refer to several indicators. Including an innovative and creative economy, the ability of the community to see economic opportunities, take advantage of opportunities that exist at the local level but are globally oriented, and the existence of good economic management starting from management, marketing, and so on. (Kumar, 2017). *The smart economy* is closely related to the first element, *smart people*. It means that smart people are needed to be able to build a smart economy. In managing tourist villages, examples of several efforts to build *smart* economic conditions are through activities: increasing the value of local community potential, seeing economic opportunities by creating a tourist destination, and using technology.

Smart environment.

It aims to overcome various environmental problems. The environmental problems in question are sanitation problems, air cleanliness, garbage, global warming, carbon emission problems, the availability of child-friendly public spaces, the availability of parks, and so on. Some regions make the environment one of the main points worked on to realize a *smart city*. Environmental problems at the rural level are slightly different from problems in cities. For example, villages do not face so many problems with waste and air pollution. Still, environmental problems in rural areas are usually synonymous with problems in environmental management and utilization of natural resources. Villages have a big role in maintaining the ecosystem on earth. Villages play a major role in balancing activities that cause pollution in urban areas. It can do several activities at the village level to support environmental balance, for example, example: protecting the environment by maintaining local wisdom, making renewable energy by utilizing livestock waste, preserving natural resources such as water, forests, rice fields, plantations, and so on.

Smart promotion

It develops a tourism village, and it is important to make marketing efforts. *Smart promotion* can be done by branding tourist areas promoted through social media. Promotion can be through social media Instagram, Facebook, website, Blogspot, and others. Branding efforts in tourist areas need to be carried out optimally. Branding is done by showing the unique side of a tourist spot that distinguishes it from other tourist villages. It is important considering that many similar tourist villages have sprung up. *Destination branding* is believed to have the power to change one's perspective on a place or destination, including seeing the differences in a place (Fianto, 2015).

The concept of a *smart village* is understood as the integration of information technology in the life of rural communities, resulting in the benefits and sustainability of information technology and rural communities. The dimensions of resources, institutions, and technology are fundamental for implementing *smart villages*, while digital services, service chains, and sustainability are the differentiating dimensions revealed by these experts. This common understanding is based on the understanding that the application of information technology requires the institution's capability as the authority holder and the support of resource capacity. (Herdiana, 2019)

It cannot understand the dimension of resources in human resources alone because resources in the context of villages in Indonesia consist of human resources in the form of rural communities, village government officials/institutions, and other resources. Namely natural resources, social resources, and cultural resources (Hatu, 2011; Usman & Ramadan, 2015; Sabardi, 2013). It is associated with village regulations, and the community is a legal entity placed as both the subject and object of village development (Silahuddin, 2015). On this basis, the community is a separate unit from the village government. In developing a *smart village*, the community becomes an independent dimension. (Herdiana, 2019)

Conclusion

In realizing the smart village program in the Lake Toba area, it is necessary to have an active role from all parties to support Lake Toba as a tourist destination known by national and international tourists. The smart village program is still in its early stages. Therefore, the smart village model in the development of tourist villages has not been carried out optimally, but smart cities for several district cities have begun to be carried out. Smart village is only synonymous with using social media and websites in village promotion events and using CCTV (Closed Circuit Television) in those areas which want to be monitored. Smart villages have not existed to solve various problems in the village.

The community must be more innovative, creative, and participatory to encourage the emergence of smart economic development initiatives, for example, by

continuing to educate themselves to manage local potentials of global value. To realize a *smart village*, the village government needs to develop and take advantage of technological advances to improve services to the community. Initiatives from the government need to be carried out to encourage the development of *smart villages*. The private sector is also advised to cooperate with the government to build a community environment and help build *smart villages*. Thus, it is necessary to take serious action to build a comprehensive and integrated *smart village project to solve problems in rural areas*.

Acknowledgement

We would like to thank the Research Grants from "the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology" (Simlitabmas Grant 2022) and "the Institute for Research and Community Service LPPM-UKI."

References

- Aditama, R. (2019). Penerapan Konsep Smart Governance Pada Smart Village. Accessed from <https://kumparan.com/royan-aditama/penerapan-konsep-smart-governance-pada-smart-village1522820469658>
- Agusta, Ivanovich. (2007). Indonesia dalam Pertautan Budaya Pembangunan dan Budaya Warga Desa. *Wacana*, 9(2), 135-153.
- Angkasawati, Angkasawati. (2015). Masyarakat Desa. *Jurnal PUBLICIANA*, 8(1), 72-87.
- Apostol, Diana at al. (2019). Smart Economy Concept-Facts and Perspective. Accessed from <http://www.ipe.ro/RePEc/WorkingPapers/wpconf141113.pdf>
- Badri, Muhammad. (2016). Pembangunan Pedesaan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Studi Pada Gerakan Desa Membangun). *Jurnal Dakwah Risalah*, 27(2), 62-73.
- Eko, S. (2015). Regulasi Baru, Desa Baru. Jakarta: Forum Pengembangan Pembaharuan Desa (FPPD).
- Fajrillah, Mohamad, Z., & Novarika, W. (2018). Smart City Versus Smart Village. *Jurnal Mantik Penusa*, 22(1), 1–6.
- Fianto A., Hidayat. (2015). Penciptaan Destination Branding Kawasan Wisata Kabupaten Lumajang Sebagai Upaya Memperkenalkan Obyek Wisata Baru. *Art Nouveau*, 4(2).
- Gabriela Viale Pereira, et al. (2018). Smart Government in the Context of Smart Cities: A literature Review. Accessed from https://www.researchgate.net/publication/325304603_Smart_governance_in_the_context_of_smart_cities_A_literature_review

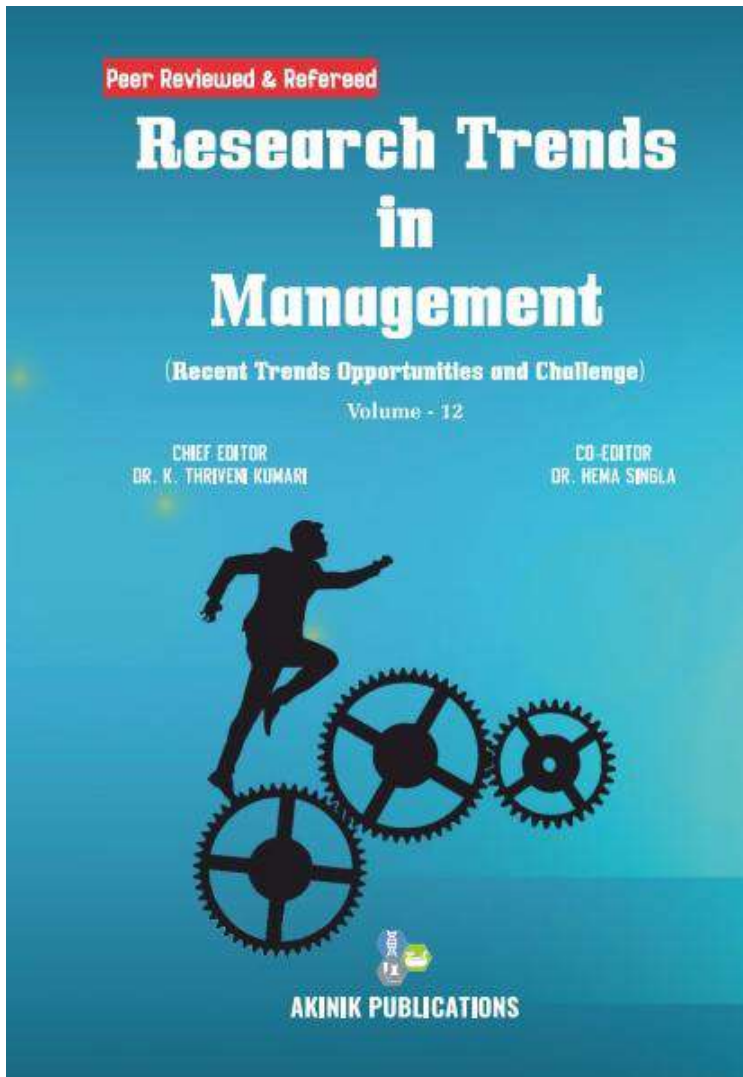
- Haryanto, Joko Tri. (2013). Implementasi Nilai-Nilai Budaya, Sosial, dan Lingkungan Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 3(1).
- Hatu, Rauf. (2011). Perubahan Sosial Kultural Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Teoritik-Empirik). *Jurnal Inovasi*, 8(4).
- Helmita, Sari O.N., Julianti N.T., Dwinata J. (2021). Pengembangan Desa Wisata Berkonsep Smart Tourism Melalui Pemberdayaan Kompetensi Masyarakat Desa Pujorahayu. *Jurnal Gentiaras Manajemen dan Akuntansi*, 13(1), 037 – 049.
- Heap, Brian. (2015). *Essays, Research Associate of the Centre of Development Studies*. University of Cambridge, by Banson, 27 Devonshire Road, Cambridge.
- Herdiana, Dian. (2019). Pengembangan Konsep Smart Village bagi Desa-Desa di Indonesia Developing the Smart Village Concept for Indonesian Villages. *IPTEK-KOM*, 21(1), 1 – 16. DOI: <http://dx.doi.org/10.33164/iptekkom.21.1.2019>
- Investor. (2021). Memacu Pariwisata, Membangun Ekonomi Daerah. Investor Daily Summit 15 Juli 2021.
- Jafar A., dan Resnawaty R., (2017). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di desa wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), 1-140. DOI:10.24198/jppm.v4i1.14208
- Journalis, 2021. Hadiri FGD Smart City, Wakil Bupati Simalungun: Danau Toba Diharapkan Jadi Bali Baru di Indonesia. <https://simalungun.jurnalid.com/hadiri-fgd-smart-city-wakil-bupati-simalungun-danau-toba-diharapkan-jadi-baru-di-indonesia>
- Kagungan D. (2019). *Kebijakan Penata Kelolaan Pariwisata di Daerah Otonom Baru*. Bandar Lampung, Pustaka Media.
- Kemenkominfo. (2021). Smart City di Kawasan Danau Toba untuk Tarik Minat Wisatawan dan Investor. Kementerian Komunikasi dan Informasi RI, 25 December 2021. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/12/smart-city-di-kawasan-danau-toba-untuk-tarik-minat-wisatawan-dan-investor/>
- Kumar, T.M Vinod (ed).(2017). *Smart Economy in Smart Cities*. Springer Nature, Singapore Pte.Ltd. DOI 10.1007/978981-10-1610-3_1 from <https://www.researchgate.net/publication>
- Kushandajani. (2015). Implikasi UU Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa Terhadap Kewenangan Desa. *Jurnal Yustisia*, 4(2), 369–396.
- Mayowan, Yuniadi. (2017). Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi di Desa (studi kasus di kabupaten Lamongan). *PROFIT (Jurnal Administrasi Bisnis)* 10(1),14-23.
- Munir, D. (2017). *Smart village: Desa Maju, Desa Bahagia*. APEKSI: Asosiasi Pemerintah Kota Seluruh Indonesia.

- Ngafifi, Muhamad. (2018). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1).
- Pereira, G. V., Parycek, P., Falco, E., & Kleinhans, R. (2018). Smart governance in the context of smart cities: A literature review. *Information Polity*, forthcoming. DOI: <https://doi.org/10.3233/IP-170067>
- Permana, Asep Yudi. (2011). Penerapan Konsep Perancangan Smart Village Sebagai Local Genius Arsitektur Nusantara. *Jurnal Arsitektur Komposisi*, 9(1), 24-33.
- Pratama, Rizky Hersya. (2015). Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik), Elektronik Rukun Tetangga/rukun Warga (E-rt/rw)(Studi E-government Di Kelurahan Ketintang Kecamatan Gayungan Pemerintah Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Publik*, 3(12), 2128-2132.
- Rahmawati, D., Sulistyarso, H., Ariastita, P. ., Yusuf, M., & Paramasatya, D. (2018). Smart Kampung for Surabaya Smart City: Criteria Redefined. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Bristol.
- Ramesh, B. (2018). Concept of Smart Village and it's Impact on Rurbanization." *International Journal of Trend in Scientific Reseach and Development*, 2(3), 1948–1950.
- Rujutama Somwansi R., et al. (2016). Study and Development of Village as a Smart Village. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(6).
- Sabardi, L. (2013). Konstruksi Makna Yuridis Hukum Adat dalam Pasal 18B UUDN RI Tahun 1945 untuk Identifikasi Adanya Masyarakat Hukum Adat. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan*, 43(2), 170–196.
- Sajangbati, Youla C. (2015). Penyelenggaraan Pemerintahan Desa Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014. *Lex Administratum*, 3(2), 24-32.
- Silahuddin, M. (2015). *Kewenangan Desa dan Regulasi Desa*. Jakarta: Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia.
- Subekti T., and Damayanti R. (2019). Penerapan Model Smart Village dalam Pengembangan Desa Wisata: Studi pada Desa Wisata Boon Pring Sanankerto Turen Kabupaten Malang. *Journal of Public Administration and Local Government JPALG*, 3(1), 18-28.
- Sulismadi, Wahyudi, & Muslimin. (2016). Model Penguatan Kapasitas Pemerintah Desa dalam Menjalankan Fungsi Pemerintahan Berbasis Electronic Government (E-Government) menuju Pembangunan Desa Berdaya Saing. Malang.
- Supriadi, Ahmad, and Kamil Malik. (2016). Membangun Sistem Smart Village untuk Menciptakan Ekonomi Masyarakat Desa Mandiri di Desa Alastengah Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo Berbasis Android. *Sentia*, 8(1). Undang–Undang No 6 tahun 2014 tentang Desa.

- Usman, and Ramadan N.A.L. (2015). Eksistensi Masyarakat Hukum Adat dalam Penguatan Desa Adat di Desa Bentenan Kabupaten Minahasa Tenggara. *Lex Et Societatis*, 3(7), 121-130.
- Wijaya N.P.N.P. (2015). Analyse of Smart City Concept as Supporting the Government Information Disclosure, Case Study: Bandung Smart City. *International conference on transformation in communication (ICOTIC)*.
- Zakaria, F. & Suprihardjo, R.D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 245-249.

Lampiran 4: Bookchapter Internasional

URL: <http://repository.uki.ac.id/10901/>



Story-Driven Marketing in the Attractions of Lake Toba, *Storytelling: The Boru Naibaho Site and the Jabi-Jabi Tree*

**Posma Sariguna Johnson Kennedy¹, Suzanna Josephine L.Tobing², Rutman L.Toruan³
Humala Situmorang⁴, Ricky Martin Manullang⁵**

^{1,2,3,4,5} Faculty of Economics and Business, Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Indonesia
+628170260333, posmahutasoit@gmail.com¹

Abstract

The number of tourist targets that visit Indonesia needs to be increased. However, several obstacles are faced in its development, one related to the promotion. Therefore, it is necessary to implement the concept of story-driven marketing to promote tourism through stories and impressions disseminated by applying storytelling. This study aims to explore the storytelling of tourist destinations that fall into the category of super-priority tourism, namely the Lake Toba area, precisely from the Samosir Regency area in North Sumatra. This study uses a qualitative method through literature review and interviews with people who come from Samosir and know about the place and history of the site. The city of Pangururan in Samosir Regency has a history, origin, and regional development from time to time and has many folklore legends from the Batak tribe, including stories about the Boru Naibaho Site and Jabi-Jabi Trees that give colour to Lake Toba tourism.

Keywords: Storytelling, Tourist Attraction, Lake Toba, Boru Naibaho Site, Jabi-Jabi Tree, Samosir.

1. Introduction

Various marketing communication techniques have been carried out, but the number of Indonesian tourism visits in 2016-2019 always misses the target. For this reason, developing new marketing communication techniques is necessary to boost the tourism sector. One that the government is developing is story-driven marketing. This concept in the realm of tourism is referred to as tourism storytelling. Almost all regions in Indonesia have attractive tourism potential, but not all are well narrated to tourists (Ibo, 2019). According to Alam in Bakti et al. (2019), storytelling is to make a tourist attraction more attractive and make potential tourists curious. Therefore,

marketing techniques using tourism storytelling are considered to have the opportunity to increase the number of tourist visits. On the other hand, the development of digital media is increasing.

The Ministry of Tourism has increased the target of foreign tourist arrivals from 12 million people in 2016 (Saroh, 2016), increasing to 17 million foreign tourists to visit various tourist destinations in Indonesia in 2020 (Safitri, 2020). The number of tourists visiting Indonesia is beneficial because it can increase foreign exchange earnings. From 2017 to 2020, the amount of foreign exchange generated from the tourism sector was ranked second after palm oil and beat the number of foreign exchange earnings from oil and gas. The Minister of Tourism and Creative Economy hopes that the tourism foreign exchange revenue target is achieved because Indonesia has 5 (five) super priority tourism destinations (Pratiwi, 2019), namely: (1) Lake Toba in North Sumatra, (2) Borobudur in Central Java, (3) Labuan Bajo in East Nusa Tenggara, (4) Mandalika in West Nusa Tenggara, (5) Likupang in North Sulawesi. (Yuliarti et al., 2021)

In its development, these 5 (five) super-priority tourism destinations face several obstacles, one of which is the absence of an optimal and comprehensive promotion so that all parties get a large multiplier effect and positively impact regional economic growth (Asmara, 2019). Indonesian tourism marketing communications were officially established by the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia through the Visit Indonesia Year (VIY) in 1991, 1992, 2008, 2009, and 2010, as mandated by the Tourism Law no. 9 of 1990 (Mutma & Dyanasari, 2018).

The government needs to echo the Indonesian tourism industry by branding as a marketing communication technique. One is *Pesona Indonesia* branding to target domestic tourists and *Wonderful Indonesia* to target foreign tourists in 2014. With the COVID-19 pandemic from the beginning of 2020 until the end of 2020, it is predicted that foreign tourist visits will reach only 6 million people. This phenomenon occurs not only in Indonesia but throughout the world, as reported by UNWT (UN agency for tourism), which states that world tourism has fallen sharply by up to 80% (Mutiah, 2020).

From the explanation above, the target of the number of tourist visits needs to increase yearly. However, “several obstacles are faced in its development, one related to the promotion. Therefore, it is necessary to implement story-driven marketing to promote tourism through disseminated stories and impressions” by applying storytelling (Huang et al., 2019; Yuliarti et al., 2021). Thus, this study aims to explore the storytelling of tourist destinations that fall into the category of super priority

tourism, namely the Lake Toba area, precisely from the Samosir Regency area in North Sumatra. This tourist area has the opportunity to be developed because of its historical value and unique history and folklore. Therefore, a study of storytelling will be carried out, namely an explanation of the history, origin, and development of the area from time to time and the possibility of folklore legends from the Batak tribe, especially for one of the folklores from Samosir Regency in the Lake Toba Tourism Area, North Sumatra, Indonesia.

2. Methods

This study uses qualitative methods, in other words, through a literature review. According to Sugiyono (2010), "Qualitative research methods are research methods based on the philosophy of postpositivism, used to examine the condition of natural objects. The researcher is the key instrument, the data analysis is inductive/qualitative, and the results of qualitative research emphasize meaning rather than generalization." Also, this study interviews people from Samosir who know about the place and history of the site. Documentation studies were carried out by collecting photographs as evidence to strengthen this research.

3. Literature Review

Heritage Tourism

One manifestation of the concept of community-based tourism is the development of tourist villages, where rural communities in tourism areas develop their potential, both in terms of natural, cultural, and human resource potential. "The existence of tourist villages in Indonesia is currently growing rapidly. The development of this tourist village can have a positive impact on the village community itself, including the existence of new jobs for the community so that it can reduce the unemployment rate in the village. In addition, a tourist village that carries the concept of ecotourism will make a village able to preserve the nature and culture of the village. Another thing is that a tourist village can make a village into an independent village because it can provide alternative jobs that can be entered by the local community"(Putra et al., 2020). (Susianti et al., 2022)

An Indigenous community is a group of people who live for generations in a certain geographical area and are bound by cultural identity, the existence of ties to ancestral origins. It is a strong relationship with the land, territory, and natural resources in their traditional territory and a value system that determines economic,

political, social, and legal. Culture, historical sites, and the stories behind them are assets that can promote the development of tourist villages. (Samosir, 2021)

Heritage tourism is a trip package by visiting places considered to have an important history as a tourist attraction. Cultural tourism is currently in great demand by tourists. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2005 noted that visits to cultural and historical heritage objects had become one of the fastest growing tourism activities. Georgia (2010) in Kartika et al. (2017) stated, "The vast majority of these travelers (65%) say that they seek travel experiences where the destination, its buildings, and surroundings have retained their historic character". Tourists prefer to have travel experiences that retain their historic character. Heritage tourism is one of the potentials of each region because every region has a unique cultural history, so it becomes a different characteristic compared to other regions. (Kartika et al., 2017)

World Tourism Organization in Cahyadi and Gunawijaya (2009) defines heritage tourism as enjoying history, nature, human cultural heritage, arts, philosophy, and institutions from other regions. The National Trust for Historic Preservation in Cahyadi and Gunawijaya (2009) Heritage tourism is a journey to enjoy places, artifacts, and activities that authentically represent the stories/history of ancient people nor currently. Heritage tourism can also be said to be "a personal encounter with traditions, history, and culture. Heritage tourism is based upon the concept that each community has a story to tell (Burns & Grene, 2010).

Normative Rules Protecting Cultural Heritage

According to Law No. 10 of 2009 concerning Tourism, the tourist attraction is described as everything that has uniqueness, convenience, and value in the form of the diversity of natural wealth, culture, and artificial products targeted or visited by tourists. Tourist attractions such as historic buildings, arts, and culture can be physical. Art can be in the form of dance or oral art. In this case, it can be understood as an oral story or storytelling (Widiyanto, 2022). According to Inskip (1991), attraction is divided into 3 (three) categories, namely: (1) Natural attraction. The intended natural attraction is based on the formation of the natural environment. Natural attractions include climate, scenery, flora, fauna, and other natural uniqueness; (2) Cultural attractions. The intended cultural attraction data is based on human activities. Examples include history, archeology, religion, and traditional life; (3) Special types of attractions. This action is not related to the two categories above

but is an artificial attraction such as theme parks, circuses, malls, etc. (Nabila & Widiyastuti, 2018)

For physical attractions, such as historic buildings, arts, and culture, Law no. 11 of 2010 on Cultural Conservation recognizes the owners of cultural heritage and gives them the authority to manage it. Law No. 11 of 2010 concerning Cultural Conservation Article 1 states that "Development is an increase in the potential value, information, and promotion of Cultural Conservation and its utilization through Research, Revitalization, and Adaptation sustainably and does not conflict with the objectives of Preservation." The development in Law No. 11 of 2010 concerning Cultural Conservation Article 78 paragraphs 1 to 4 states that: (1) The development of Cultural Conservation is carried out by taking into account the principles of usefulness, security, maintainability, authenticity, and the values attached to it. (2) Everyone can carry out Cultural Conservation Development after obtaining: a. Government or Regional Government permits; and b. permission of the owner and who controls the Cultural Conservation. (3) The development of Cultural Conservation, as referred to in paragraphs 1 and 2, may be directed to spur economic development, the results of which are used for maintaining Cultural Conservation and improving public welfare. (4) Every Cultural Conservation development activity must be accompanied by documentation. (Kartika et al., 2017)

In state law, material heirlooms are referred to as Cultural Conservation Objects. In Law No. 11 of 2010 concerning Cultural Conservation Article 1, cultural conservation is: (1) Cultural Conservation is a cultural heritage that is material in the form of Cultural Conservation Objects, Cultural Conservation Buildings, Cultural Conservation Structures, Cultural Conservation Sites, and Cultural Conservation Areas in on land and in water whose existence needs to be preserved because they have important values for history, science, education, religion, and culture through a process of determination; (2) Cultural Conservation Objects are natural, and artificial objects, both movable and immovable, in the form of a unit or group, or parts thereof, or the remnants thereof which are closely related to culture and the history of human development; (3) Cultural Conservation Building is a built structure made of natural objects or artificial objects to meet the needs of walled and non-walled spaces, and roofs. (Kartika et al., 2017)

Especially for old buildings or buildings, which can be categorized as city heritage, it can refer to the RI Law No. 11 of 2010 concerning Cultural Conservation Article 5, objects, buildings, or structures can be proposed as cultural heritage objects, or cultural heritage structures if they meet the following criteria: Aged 50 (fifty) years

or Represents the style period at least 50 (fifty) years old Has special meaning for history, science, education, religion, and culture Has cultural values for strengthening the nation's personality. (Kartika et al., 2017)

Storytelling

Storytelling is the activity of telling a story, either done manually or by using technological tools and the internet. According to Serrat (2008), storytelling is an art that depicts actual events in the form of fiction and can be conveyed using images or sound. Besides being useful as a tourism promotion medium, storytelling is an effective method to explore a tourist destination's unique and interesting values or even creative economy products. With good storytelling, tourists will get a different experience in traveling. An interesting story will make a tourist destination not only a place but a more lively space to find various information. Indirectly, the experience of traveling with this storytelling will bring meaning to each destination. Storytelling can make a tourist attraction more interesting and make tourists curious. However, storytelling that is too long will saturate tourists. The storytelling is quite short but deep. (Susianti et al., 2022)

Storytelling is a way to make a tourist destination more attractive. Storytelling makes tourist destinations more attractive to domestic tourists because they can discover something new in the area. Tourist destinations will become more attractive because storytelling has packaged stories that have never been heard or told to others. Storytelling makes tourist destinations more attractive and can even make them seem new. Storytelling allows people to interact with their area. When tourists meet communities at tourist destinations, story experiences can be shaped. While can feel stories about healing, survival, and resilience (Kausar, 2021). (Susianti et al., 2022)

The storytelling-based tourism promotion strategy is very positive. Storytelling is an important step for tourists to find out the background of events and tourist destinations they will visit. Through storytelling, tourism, and creative economy, actors can introduce products or works based on their philosophical values. It will create a positive emotional impression between a product and its buyers. It can use storytelling techniques in tourist destinations and various promotional attractions because oral stories are one of the many cultures developed hundreds of years ago. Everything can be interesting storytelling material, from legendary stories that are fiction to history (Kemenparekraf/Baparekraf, 2021). (Susianti et al., 2022)

Brand Storytelling

Yoeti (2006, 2008) argues that Product development is a conscious and planned effort to improve current products or increase the types of products produced or marketed. The development of new products can include changes in service improvements from the time a tourist leaves their place of residence to their destination until they return to their place of origin. Regarding tourism elements, based on Law no. 10 of 2009 concerning Tourism (Government of Indonesia, 2009), there are three elements: attractions, amenities, and accessibility. (Anita & Lestari, 2020)

According to Cooper in Sugiyama (2011), one must own four components: (1) Attractions are the main products in a tourist destination. This attraction is related to what to do, namely, what can be done at the tourist attraction; (2) Accessibility is a means and infrastructure to get to a tourist attraction. Road access, availability of transportation facilities, and road signs are also important aspects of a tourist attraction; (3) Amenity are all supporting facilities that can meet the needs and desires of tourists while in a tourist attraction. This amenity relates to the availability of accommodation facilities to stay overnight and restaurants or stalls to eat and drink. (4) Institutional Tourism (Ancillary service) is related to the availability of an organization or people who care for the tourist attraction. Tourist attractions need institutions to regulate and manage these tourist attractions so that they are not neglected. Sunaryo (2013)

Marketing has reached a form of marketing that does not only sell products but also marketing by creating experiences and emotions that arise when consumers see a brand or brand (Pravitaswari, Arifin, & Mawardi, 2018). One way of delivering marketing that can create emotions that arise when consuming a brand is storytelling or brand storytelling (Frog, 2010). Storytelling is a promotional tool to make consumers' feelings, senses, thoughts, and actions work. Humans believe in the power of stories as narratives compared to observing brands. Therefore, through interesting stories, consumers spread certain brands by word of mouth (Kaufman, 2003). In addition, storytelling marketing is one of the marketing strategies widely recognized in all disciplines, including marketing (Lowe, 2012). (Anita & Lestari, 2020)

Salzermorling & Strannegar, in Fongo et al., stated that storytelling is a communication medium in the form of stories or narratives, which uses various elements. Storytelling in brand marketing is in the form of a narrative. Storytelling connects brands and company philosophies in making products and describing production activities (Fongo, Fanggidae, & Fanggidae, 2019). According to Frog

(2010), brand storytelling has four elements as follows: (1) Message, which includes selecting the segment to be targeted, and the story reflects a good brand ; (2) Conflict, including the ability of conflict to convey the message of the brand story, and the ability of conflict to encourage stories that are good for the brand ; (3) Characters, including the character's ability to animate the conflict that occurs, and the character's ability to convey the message that is built. (d) Plot, including the timing to convey the brand story, starting with the opening story and introduction to conflict, the ability of characters and conflict to build a climax, and how much the story impacts brand performance. (Anita & Lestari, 2020)

Storytelling via Digital Platforms

There is an increase in internet and social media users in Indonesia and the world. At the beginning of 2020, We Are Social, a social marketing agency, released data on world internet users, which reached 4.5 billion. This figure is an increase of 7% compared to January 2019 data. Of the world population, 49% are active social media users, which is 3.8 billion. This figure is 9% from the previous year (Kemp, 2020). The increase in internet users also occurred in Indonesia. We are Social issues, an (annual) report on data on the number of internet users in Indonesia (Haryanto, 2020). Based on the latest report, in 2020, it was stated that there were 175.4 million internet users in Indonesia. Compared to the previous year, there was an increase of 17% or 282 million internet users in this country. The total population in Indonesia, which is 272.1 million people, means that 64% and half of the Indonesian people have used the internet. In this report, it is also known that currently, 338.2 million Indonesians own cellular phones. , Then there are 160 million Indonesians who are active on social media (Pertiwi, 2020). (Anita & Lestari, 2020)

The development of technology has favored the internet by some people, especially after the emergence of several social networks for internet users to interact with each other through social media or social media. Social media has a very important position in people's lives today. Social media is becoming an indispensable part of marketing for many companies and is one of the best ways to reach customers and clients. Social media such as blogs, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, and so on have several benefits for companies. They are faster than conventional media such as print media, television advertisements, brochures, and leaflets (Setiawati, 2015).

Of the several social media that are widely used, Instagram is the one that has quite a lot of users. Even Indonesia is the 4th country in the world with the most

Instagram users (Hamdan, 2019). Thus, it can say that social media is seen as having a strong enough relevance to be used as a channel for tourism promotion. Furthermore, social media is increasingly being used as a channel to communicate something, including messages related to tourism promotion.

One of the interesting things about messages on social media is their ability to go viral, where word of mouth communication in the internet era is done through social media channels. Messages created by producers will no longer reach those who see the message uploaded on certain social media. Still, they can also be helped by sharing features on various social media platforms so that other social media users can even receive the message (Miller & Lammas, 2010). It can happen on a large scale and very quickly. In addition, social media can package messages so that they can be enjoyed by all social media users, from images to videos, as well as infographics to animations (Huang, Clarke, Heldsinger, & Tian, 2019).

Several studies on tourism promotion using digital media have been carried out mainly in several locations in Indonesia. A study conducted by Novianti & Wulung (2020) found that the West Java Government uses websites, social media, and an application called Smiling West Java to realize West Java as a smart tourism destination or smart tourism destination. Furthermore, digital media is also one of the solutions for disseminating tourism information in West Nusa Tenggara Province. Research conducted by Setyanto and Winduwati (2017) found that ecotourism and cultural tourism are the main messages to disseminate tourism information in the region. Social media that are considered appropriate are YouTube and websites. Meanwhile, several researchers have carried out studies on digital storytelling, one of which is a study on video tourism storytelling narration entitled *The Journey to A Wonderful World* (Trisakti & Alifahmi, 2018). In addition, there is also research on the implementation of the storytelling concept through making short films with the theme of tourism (Prasetyo & Setyadi, 2017).

With the rapid digitalization in the community, it is very appropriate to develop storytelling through digital platforms. The digital platform will make it easier for tourism actors to convey narratives visually, audio, photo, caption/text, or a combination of the three. With the help of digital platforms, the values of each story can be conveyed and shared with a better narrative. In addition, digitization makes storytelling much more interesting than presenting facts in a conventional style. In the context of tourism, innovative and adaptive abilities play an important role in the era of increasingly developing technology, where the world is very digital. Hence, a digital-based marketing strategy or marketing strategy 4.0 is a necessity. Stories about

festivals, culture, and Indonesian society can be introduced in various digital forms, from video content and articles to photo contests. (Kemenparekraf/Baparekraf , 2021). (Susianti et al., 2022)

4. Discussion

Destination Strengthening Through Storytelling

For a tourism destination, storytelling is part of product marketing. Storytelling combines facts and stories to be conveyed to tourists, so they are more interested in what they see. It can use a guide's technique and storytelling ability to promote the uniqueness of tourist attractions. Bringing up a soul or soul in a tourism destination must be carefully planned and made through proper research and not seem artificial. The stories behind these tourist attractions will provide one of the attractions for visiting tourists so that when visiting tourist attractions, we see not only beautiful places in front of our eyes but also the knowledge of values conveyed. (Widiyanto, 2022)

Storytelling is a story told to tourists to understand a place's history or features better. Storytelling is intended to entertain or teach something to tourists. Besides being presented with natural beauty, tourists also get new knowledge about the historical value or legend of the place. Through storytelling, a tourist destination will have a learning meaning for tourists. The strengthening of the destination can be connected with the legend of the local community that contains the values of people's lives so that what tourists get is not only a spectacle but also guidance. (Widiyanto, 2022)

Storytelling in tourist destinations has an important function: understanding the local community's values to tourists. Second, tourists will learn about the history of the place (legend) visited. Third, the legend conveyed will provide suggestions for tourists who believe in the story. Fourth, memorable stories will psychologically strengthen the presence of these destinations in the community, especially for tourists. In making storytelling, it is necessary to pay attention to, first, the history and general description of the place of the area. Second, pay attention to geography/tourism objects that are worthy and beautiful to convey to tourists. Third, a story is made that connects the place and the local community legend to create a belief in tourists that the story happened in that place. (Widiyanto, 2022)

Nowadays, many famous destinations in Indonesia already have strong storytelling, but how they are conveyed to tourists is not good and less attractive. It can be due to unprofessional delivery techniques or language factors that are not fluent. In addition, the lack of brochures that can be read by tourists, so tourists do not understand the story being told. An example is a tour to the Borobudur temple, which already has a strong story, but the delivery of the guide is not good. It makes a

weakness that it becomes less competitive compared to similar destinations abroad, such as Angkor Wat in Cambodia. (Widiyanto, 2022)

storytelling that has been made must be able to be understood by visitors either through guides or through brochures. It can truly understand the values created can truly be understood and, at the same time, make them enthusiastic about carrying out various activities that have been scripted in the story. Professional guide training is needed so that what is told is conveyed properly. For this reason, it is necessary to support government programs to periodically conduct training for tourist guides and human resources so that the storytelling that has been prepared can successfully raise the image of tourism destinations in Indonesia. (Widiyanto, 2022)

The Origin of the Batak Tribe

North Sumatra Province is the area of origin of the Batak people, consisting of coastal areas, lowlands, highlands, and mountains. The coastal area is located along the east and west coasts and is continuous with the lowlands, mainly in the eastern part. The Karo, Toba, and Humbang plains are highlands. Meanwhile, the Bukit Barisan, which stretches in the middle from north to south, is a mountain range and is the backbone of this province, with gaps in the form of valleys around Silindung and Padang Sidempuan. Lake Toba, which surrounds Samosir Island in the middle, is a beautiful natural tourist area, famous and visited by many local and foreign tourists. North Sumatra's indigenous population consists of various ethnic tribes, including Malays, Batak Toba, Batak Simalungun, Batak Karo, Batak Pakpak, Batak Dairi, Batak Mandailing, and Nias.



Figure 1. Map of Samosir Island, Lake Toba
Source: Google Maps, <https://www.google.com/maps/place/Kabupaten+Samosir>



Figure 2. Batak tribe
Source: RimbaKita, 2020; Wikimedia
<https://rimbakita.com/suku-batak/>

The origin of the Batak tribe is difficult to trace due to the lack of historical heritage sites that tell about the Batak tribe. The Batak tribe is one of the hundreds of tribes in Indonesia. The Batak tribe is located in North Sumatra. According to a legend that some Batak people believe, the Batak tribe comes from Pusuk Buhit, Sianjur Mula Mula area west of Pangururan on the outskirts of Lake Toba (Ringo,

2014). From this place, his descendants spread, first to the surrounding area and gradually to all corners of the Batak Land. The Batak people, especially the Toba Batak people, think they come from the same genealogical lineage, namely the siRajaBatak. (Purba & Purba, 1997)

The inscription found in Portibi dates back to 1208. It was read by Prof. Nilakantisari, a professor of archeology from Madras, India, who explained that in 1024 the Cola kingdom of India attacked Srivijaya and took control of the Barus area. Troops from the Cola kingdom were probably Tamils because about 1500 Tamils were living in Barus at that time. Tamil is the name of a tribe in India. The siRajaBatak is estimated to have lived in the year 1200 (early 13th century). The XII King Sisingamangaraja is estimated to be a descendant of the 19th generation of the Batak King, who died in 1907, and his son, Raja Buntal, is the 20th generation. (Ringo, 2014)

From the findings above, it is most likely that the ancestor of the Batak siRaja was an official or warrior of the Sriwijaya kingdom based in Barus because, in the 12th century, the Srivijaya kingdom in Palembang ruled the entire archipelago. The result of the Cole Kingdom attack is estimated that the ancestors of the siRajaBatak and his entourage were pushed to the Portibi area south of Lake Toba. The so-called siRajaBatak might have begun to assume the reins of war leadership. Or perhaps the siRajaBatak expanded his war territory to cover the area around Lake Toba, Simalungun, Tanah Karo, and Dairi to parts of Aceh and moved their center of power in the Portibi area to the south of Lake Toba. (Ringo, 2014)

At the end of the 12th century, around 1275, the Majapahit kingdom attacked the Sriwijaya kingdom to the Pane, Haru, Padang Lawas, and surrounding areas which were thought to be the territory of the siRajaBatak. The attack from the Majapahit Kingdom is thought to have resulted in the siRajaBatak. His entourage was being pushed into the interior west of Pangururan on the shores of Lake Toba. The area was named Sianjur Mula Mula at the foot of a hill called Pusuk Buhit, then inhabited the area with his entourage. The urgency of the siRajaBatak by troops from the Majapahit Kingdom is probably closely related to the collapse of the Srivijaya kingdom in Palembang. Because, as predicted above, the siRajaBatak is likely a warlord under the control of the Srivijaya kingdom. (Ringo, 2014)

The name Raja to the siRajaBatak is not because he is a King but is a designation from his followers or descendants as a tribute because, indeed, no evidence shows the existence of a kingdom called the Batak kingdom. The Batak tribe respects their ancestors so much. Almost all the Batak clan ancestors are given the title of King as a title of respect. Also, the Batak ancestor's tombs were built in such a way by their descendants and made monuments that could cost billions of rupiah. This monument is intended to respect the ancestors and remind the younger generation of their genealogy. (Ringo, 2014)

In the social system of the Batak tribe, there is a clan that is used from generation to generation by following the male lineage. There are about 227 clan names in the Batak tribe. In the book *Tarombo Borbor* Marsada it is said that the Batak king had 3 (three) children, namely: Guru Tatea Bulan (Ompung siRaja Lontung), King Isombaon (Ompung siRaja Sumba), and Toga Laut. The three children of the siRajaBatak are believed to have continued the Batak King's leadership and the origin of the formation of clans in the Batak tribe. (Ringo, 2014)(Siahaan, 1975)

For several centuries, the association of the Batak tribe with other Indonesian ethnic groups was very limited, so in the future, there will be diversity in the Batak ethnic group. Batak people never say themselves with the word Batak tribe but always say they are Batak people. It is because the Batak people have an area called Tano Batak, Batak language, writing or letters, and Batak culture, which has its characteristics.

Batak adat refers to the norms, rules, or provisions made by the authorities/leaders in the Batak tribe to regulate the daily life or activities of the Batak people in their village and the extended family of the Batak people. It can say that all Batak people are brothers because the Batak people come from one ancestor who descended the Batak people. Batak traditional leaders are usually referred to as Mangaraja Adat, appointed and given the title Mangaraja, which they carry for life. It is because the person knows the ins and outs of the rules, norms, provisions, and laws that apply to Batak customs. Customary leaders do not mean those with power in adat. Still, their function is to inform and direct how to carry out a certain custom, its form, type, and nature, and only the parties involved in the traditional circle. Therefore, a Mangaraja must be a role model and become a traditional teacher in the community in his area.

The kinship relationship of the Toba Batak people is very strong, and this continues to be maintained wherever they are. To find out the kinship between one person and another is done by tracing the ancestral lineage of several generations above them, which in the Batak language is called "Martarombo" or "Martatur," is the clan. This clan is very important in the Toba Batak society because a person's nickname is his clan, not his name. So if the Batak people meet for the first time, the question is their clan, not their place of origin. Batak people call names only to children. The benefits of the clan for the Batak people are: (1) Regulating the social order; (2) Regulating customary procedures; (3) Regulating clan kinship relations as a liaison between kinship structures, due to its Unilateral Patrilineal nature, the same clan may not marry each other. (Saragih, 1980)

A clan is a group of people descended from a common grandfather, and the lineage is calculated through the father or is patrilineal. All clan members use an identity name after the first name (Vergouven, 1986). As the support for Dalihan Na Tolu, the clan is a genealogical group drawn according to the father's line and

continues to its male descendants. Women are not included because they will be included in her husband's clan group one day.

The Toba Batak community has a distinctive socio-cultural system and is only found in the Batak community called "Dalihan Na Tolu". Dalihan Na Tolu is a traditional kinship bond of the Toba Batak tribe. Dalihan Na Tolu which is also called "Tungku Nan Tiga", which means an expression that states the unity of family relations in the Batak tribe. The elements of Dalihan Na Tolu in the Toba Batak community are:

Dongan Tubu (family friends) Dongan Tubu or family friends are friends to carry out and accept customs. The family shares the same clan according to the father's line (patrilineal), who carries out the work (party/ceremony) and is responsible for the implementation. The job or usually referred to as the "Host" of the traditional party.

Hula-hula (parents/in-laws) Hula-hula is a girl/wife who must respect because they are considered to have a high position. Those who have the obligation and right to bless during the traditional work implementation because their position is respected.

Boru (son-in-law's family) Boru is the group of recipients of the boru. Those belonging to boru are Hela or Boru's husband, the hela family, including his parents and descendants. They are in charge of preparing and providing the necessities of traditional work (party), from the equipment to the food. So usually, in a traditional Batak party, the boru party is always the busiest.

Dalihan Na Tolu is a very important custom in the Toba Batak community. It cannot separate them from each other because if one is lost, the kinship system of the Toba Batak tribe is lost. Dalihan Na Tolu has a position and function as a system of kinship, association, politeness, social law (custom), and finally recognized as the philosophy of the Batak community. The Toba Batak philosophy as the basis for attitude toward relatives, namely Dalihan Na Tolu, is "Somba Marhula-hula, Manat Mardongan Tubu, Elek Marlboro." With the understanding that we must respect Hula-hula, be careful of Semarga's relatives, and treat Boru with respect. Dalihan Na Tolu also functions to resolve and reconcile disputes between husband and wife, brothers and sisters, relatives, and marriage ceremonies. (Vergouven, 1986)

According to the accent, the Batak language is divided into 5 (five) kinds according to the area that uses it, namely: (1) Pakpak Batak language; (2) Karo Batak language; (3) Simalungun Batak language; (4) Toba Batak language; (5) Mandailing Batak language. The occurrence of 5 (five) kinds of Batak language is due to the region's influence, the immigrants, and the influence of foreign languages. Gotong royong to the Batak people is in the form of togetherness, which means helping each other in certain matters that must pay for with assistance at other times. (Sianipar, 1991)

Based on its function, the traditional Batak Toba House can be divided into a house used for a family residence called Ruma and a house used as a storage area called Sopo. Building materials consist of wood with large and sturdy pillars. The walls are made of boards or tepas. The floor is also made of boards, while the roof is made of fibers. A curved roof shapes the Toba Batak traditional house. At the end of the front roof, it is sometimes attached to a buffalo's horn, which the traditional house resembles a buffalo. The house symbolizes the macrocosm and microcosm, which consists of a trinity of continents, namely: the Upper Continent occupied by God, symbolized by the roof of the house; The Central Continent inhabited by humans, represented by the floor and walls; The Lower Continent as a place of death. In ancient times, the middle house did not have rooms and up to the house had to go through stairs from under the house, consisting of five to seven steps. Continued. (Fadli, 2009)

The buffalo's back is a curved roof, and the buffalo's legs are the pillars under the house. As a measure, fathoms, spans, and steps are used as measurements are generally used in traditional houses in Java, Bali, and other areas. The house's walls are the center point because of the red, white, and black carvings, which are the traditional Batak colors. Ruma Gorga Sarimunggu is Ruma gorga which has a decoration full of meaning and significance. In terms of form, it can reflect the direction of the motif in the philosophy and view of the life of the Batak people, who like deliberation, cooperation, honesty, openness, dynamic, and creativity. A family founded Ruma Parsantian, and whoever is the youngest child is given the right to occupy and care for it. In one house, several families can live, between the father's family and the married child's family. Usually, parents sleep in one corner of the house. Often the daughter-in-law's family lives with their parents in the same house. (Fadli, 2009)

In the field of arts/crafts, the most famous is ulos, a cloth woven from cotton yarn or hemp. Ulos means blanket. This fabric is a woven shawl with a typical Batak motif. Batak people consider ulos cloth as a symbol of love that can provide warmth. This cloth has an important role in the life of the Batak community. Batak people always use ulos cloth in almost every traditional ceremony held. This cloth is an important component in the ceremonies of birth, marriage, death, and welcoming great guests. (Septiyani & Prasetya, 2022)



Figure 3. Toba Batak traditional house
(DOC. Shutterstock/Julius Bramanto)



Figure 4. Making ulos cloth typical of
Batak (DOK. Shutterstock/Zulfikri Salma)

Source: Septiyani & Prasetya (Kompas.com, 2022)

Origin of the Story: Location of the Boru Naibaho Site and the Jabi- Jabi Tree
(Samosir, 2021)

In the Pangururan City area, Samosir Regency, located on Jalan Lake Toba, right at the end of Jaksa Street, Jabi-Jabi trees are growing on the shores of Lake Toba, known as Tajur Beach. And it identified the Boru Naibaho Site and Jabi-Jabi Tree, a type of banyan that is often identified with Borunaitang and considered sacred by the local community. This site is based on pure community, especially the Naibaho clan and its descendants, who are one of the Batak Tribes. So, the stakeholders involved in this site are the Naibaho clan and its descendants in general. The peak of the pilgrimage to this site is on holidays (school) when Batak people from outside Pangururan return to their hometown (bona pasogit). The ingredients for offerings are usually kaffir lime, betel, cigarettes, and bananas. The practice of this ritual offering has its roots in the local religion of the Toba Batak people, namely the Parmalim religion.

The local people's perception of the existence of this site is: First, the rituals and beliefs of this site are considered synonymous with animism and polytheism, which are contrary to Christian teachings and values. Because of this, its adherents or worshipers are sometimes embarrassed because they are not considered "pure" Christians. Second, because this site is a legend about the story of incestuous marriage, it is considered to show the poor culture of Naibaho and the Batak in general to a large audience.

The involvement of the Samosir Regency Government is usually only limited to partners without official cooperation. The partnership, for example, took place when the Naibaho clan and its descendants were about to hold an event and invite officials from the bupati's office. The government of Samosir Regency so far has never managed, conserved, and promoted this site.



Source: Samosir (2021)

Figure 5. Location of the Boru Naibaho Site and the Sacred Jabi-Jabi Tree in Pangururan City, Samosir Regency, North Sumatra

Based on input from traditional leaders who are stakeholders of this site, the Naibaho Clan Management proposes that the site be repaired, renovated, and integrated with the design of the Waterfront City Pangururan (WCP) Tourism Area, Lake Toba, North Sumatra. The Pangururan WCP Project is in Pangururan District, Samosir Regency, especially in some areas in Pasar Pangururan Village and Pardomuan I Village. Geographically, Pangururan District is located at 2 o 32' - 2 o 45' North Latitude and 98 o 42'-98 o 47' East Longitude with an area of about 121.43 km². The boundaries of the Pangururan District are as follows: North of Simanindo District; South of the Palipi District; To the west, Sianjur Mula District; East of Ronggur Nihuta District.

The proposals for the site renovation are: the repair of the dome, and the altar, including the addition of a canoe relief with the motif of a rooster on the walls of the building, because it is said that Boru Naibaho likes canoeing to the lake. Meanwhile, a brief narrative about the site's history is made at the main entrance. The next management plan is as follows:

- Before the site renovation, the Samosir Regency Government will facilitate the Planning Team to re-consult, especially the site renovation design section, traditional elders, especially the Naibaho clan and their descendants.

- During the renovation of the site, the Samosir Regency Government will facilitate the traditional elders, especially the Naibaho clan and their descendants, to monitor construction activities and ensure that their aspirations are accommodated as far as possible from a technical aspect,
- Suppose, for one reason or another, the traditional elders, especially the Naibaho clan and their descendants, do not permit the renovation. In that case, the Samosir Regency Government will stop the renovation until an agreement and permission are obtained to continue the site renovation.
- During the construction period, the Samosir Regency Government will ensure that pilgrims can still visit the site as usual.
- After the construction period, the Samosir Regency Government will ensure that pilgrims can still visit the site as usual and will discuss the operation and maintenance of the site with traditional elders, especially the Naibaho clan and their descendants.

Storytelling: The History of the Boru Naibaho Site and the Jabi-Jabi Tree

Samosir, 2021; PariwisataSumut, 2014; Batak Toba Media, 2014; Nasution & Umry, 2012)

It is said that once upon a time, two twins (one boy and one girl) were born for some reason and then loved each other. This forbidden love then shocked the whole village. This incestuous love is contrary to the traditional values of the Toba Batak. The parents of this pair of twins find a husband for their daughter. Long story short, this beautiful Boru Naibaho later married the Sinaga clan of his parent's choice. But this marriage ended tragically because the boru Naibaho killed her husband, surnamed Sinaga, and chose to return to his twin brother.

Local tradition says, before getting married, this beautiful Boru Naibaho had sex with her twin sister and had two bodies. Because they had the heart to kill their husband, the Sinaga clan punished the descendants of the Naibaho clan in two forms of customary sanctions: expelled from the village or drowning in Lake Toba. The boru Naibaho prefers to be drowned in the lake, complete with his weaving equipment. However, it is said that after a few weeks, the boru Naibaho emerged to the lake's surface and then pulled over to the shoreline. He then took his loom and weaved ulos under the jabi-jabi tree. Since then, this tree has been considered sacred because it became a weaving place for the boru Naibaho, which turned out to be alive even though they had sunk it into the lake. Over time, this magical and mystical story spread mainly among the Naibaho clan and became sacred. Finally, the general Naibaho and Toba Batak clans often visit this sacred place.

This sacred tomb is often called the tomb of "namborutta" (boru/our daughter). This legend also tells of a husband who is also his twin brother and blessed him with a child named Sitindaon, who later became known as the Sitindaon clan in the

genealogical tree of the current Toba Batak clan. Because of that, the designation of the name of this site is also in cross-dispute. Descendants of Naibaho mention the site of Boru Naibaho, while descendants of Sitindaon who claim direct descent from boru Naibaho mention the site of Boru Naitang.

The implication of the story of incest, which is strictly forbidden in the Toba Batak family, in the cultural structure of the Toba Batak has an impact on two things. First, if there are twins of different sexes in the Batak Toba household, they are immediately separated from childhood. Second, no Boru Naibaho women have been found married to the Sinaga clan.

In their study, Naibaho & Gaffari (2018) concluded that Feminism values regarding the situation of Si Boru Naitang are expected to have implications that must respect people's rights and obligations without discrimination of race, and religion, and gender. The story of Si Boru Naitang is believed to be an identity that gives a special pattern to the thought. The place where Boru Naitang resides is currently believed by the Pangururan community to be used as a place for offerings and making requests, especially asking for healing.

Pilgrims and offerings at this tomb are usually immigrants. Because the residents of Pangururan feel ashamed because they have embraced Christianity, some Pangururan residents still openly give offerings at this tomb. So, the syncretism of the original religion and Christianity is still going on.



Figure 6. Boru Naibaho Situs Site

Source: PariwisataSumut, 2014,
<https://www.pariwisatasumut.net/2014/11/boru-naitang.html>



Figure 7. Batak Tribe on Samosir Pulau Island (DOK. Shutterstock/ Leniscalleja Photography)

Source: Septiyani & Prasetya (2022)

5. Conclusion

Many famous destinations in Indonesia already have strong storytelling. For a tourism destination, storytelling is part of product marketing. Storytelling combines facts and stories to convey to tourists so that they are more interested in what they see. One of the interesting stories is about the origin of the Batak tribe. According to

a legend that some Batak people believe, the Batak tribe comes from Pusuk Buhit, Sianjur Mula Mula area, west of Pangururan on the outskirts of Lake Toba. From this place, his descendants spread, first to the surrounding area and gradually to all corners of the Batak Land. The Batak people, especially the Toba Batak people, think they come from the same genealogical lineage, namely the siRajaBatak.

Right from Pangururan City, Samosir Regency, there is the Boru Naibaho Site and the Jabi-Jabi Tree, a banyan often identified with Borunaitang and considered sacred by the local community. This site is based on pure community, especially the Naibaho clan and its descendants, who are one of the Batak Tribes. The site becomes a very crowded place of pilgrimage on holidays when Batak people from outside Pangururan return to their hometowns. This site offers such as kaffir lime, betel, cigarettes, and bananas. The practice of this ritual offering has its roots in the local religion of the Toba Batak people, namely the Parmalim religion. This story certainly gives color to Lake Toba tourism and can be used as storytelling to be an attraction.

Acknowledgement

We would like to thank the Research Grants from "the Ministry of Education, Culture, Research, and Technology" (Simlitabmas Grant 2022) and "the Institute for Research and Community Service LPPM-UKI."

References

1. Anita T.L., and Lestari S.N. (2020). Konsep brand storytelling, value perceptions dan visit intention pada kawasan tujuan wisata di Jakarta (Survey pada Video Iklan Taman Mini Indonesia Indah di YouTube). *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8(2), 281-291.
2. Asmara, C. G. (2019). Pengembangan 10 “Bali Baru”, Jokowi Sebut 6 Kendala Utama. Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/news/20190715181647-4-85111/pengembangan-10-bali-baru-jokowi-sebut-6-kendala-utama](https://www.cnbcindonesia.com/news/20190715181647-4-85111/pengembangan-10-bali-baru-jokowi-sebut-6-kendala-utama)
3. Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2019). Pelatihan Storytelling dalam Membangun Ekonomi Kreatif Bidang Pariwisata di Desa Cintaratu Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 25-31.
4. Burns, L., and Green, B. (2010). *Heritage Tourism Handbook: A How-toGuide for Georgia*. Amerika: Georgia
5. Cahyadi, R. and Gunawan, J (2009). *Pariwisata Pusaka Masa Depan bagi kita, Alam & Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: UNESCO & Program Vokasi Pariwisata UI

6. Fadli J. (2009). *Arsitektur Tradisional Batak. Sejarah suku batak*-WordPress. Retrieve from <https://jfchatib.wordpress.com/2009/05/23/perkakas-%E2%80%B9-sejarah-suku-batak-%E2%80%94-wordpress/>
7. Fongo, P., Fanggal, R. E., & Fanggal, R. P. (2019). *Pengaruh storytelling terhadap keputusan pembelian ada aplikasi belanja online Tokopedia. Seminar Nasional Manajemen Bisnis*. Bali: APSMBI .
8. Frog, K. B. (2010). *Storytelling Branding in Practice*. Frederiksberg: Samfunds Litteratur Press.
9. Hamdan, N. (2019). Pengguna Instagram di Indonesia Terbesar ke4 Dunia. Retrieved Agustus 15, 2020, from Tagar.id: <https://www.tagar.id/pengguna-instagram-di-indonesia-terbesar-ke4-dunia>
10. Haryanto, T. A. (2020). [www.detik.com](https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia). Retrieved from Detkinet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
11. Huang, L., Clarke, A., Heldsinger, N., & Tian, W. (2019). The communication role of social media in social marketing: a study of the community sustainability knowledge dissemination on LinkedIn and Twitter. *Journal of Marketing Analytics*, 7, 64–75.
12. Ibo, A. (2019, Agustus 26). Storynomic Tourism, Cara Menjual Wisata Daerah dengan Cerita. Retrieved Agustus 15, 2020, from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/regional/read/4046860/storynomic-tourismcara-menjual-wisata-daerah-dengan-cerita>
13. Inskeep, Edward. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
14. Kartika T., and Fajri K., Kharimah R. (2017). Pengembangan Wisata Heritage Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 14(2), 35-46.
15. Kaufman, B. (2003). Stories that sell, stories that tell. *Journal of Business Strategy*, 11-15.
16. Kausar D.R. (2021). Global Tourism Forum: Hybrid Event Leaders Summit Asia Indonesia 2021.
17. Kemenparekraf (2021), *Membangkitkan Storytelling via Platform Digital*, [Kemenparekraf.go.id](https://kemenparekraf.go.id). Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Membangkitkan-Storytelling-via-Platform-Digital>.
18. Kemp, S. (2020, January 31). Digital 2020: 3.8 Billion People Use Social Media. Retrieved August 25, 2020, from We Are Social: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media#:~:text=Our%20new%20Digital%202020%20reports,passed%20he%203.8%20billion%20mark>.

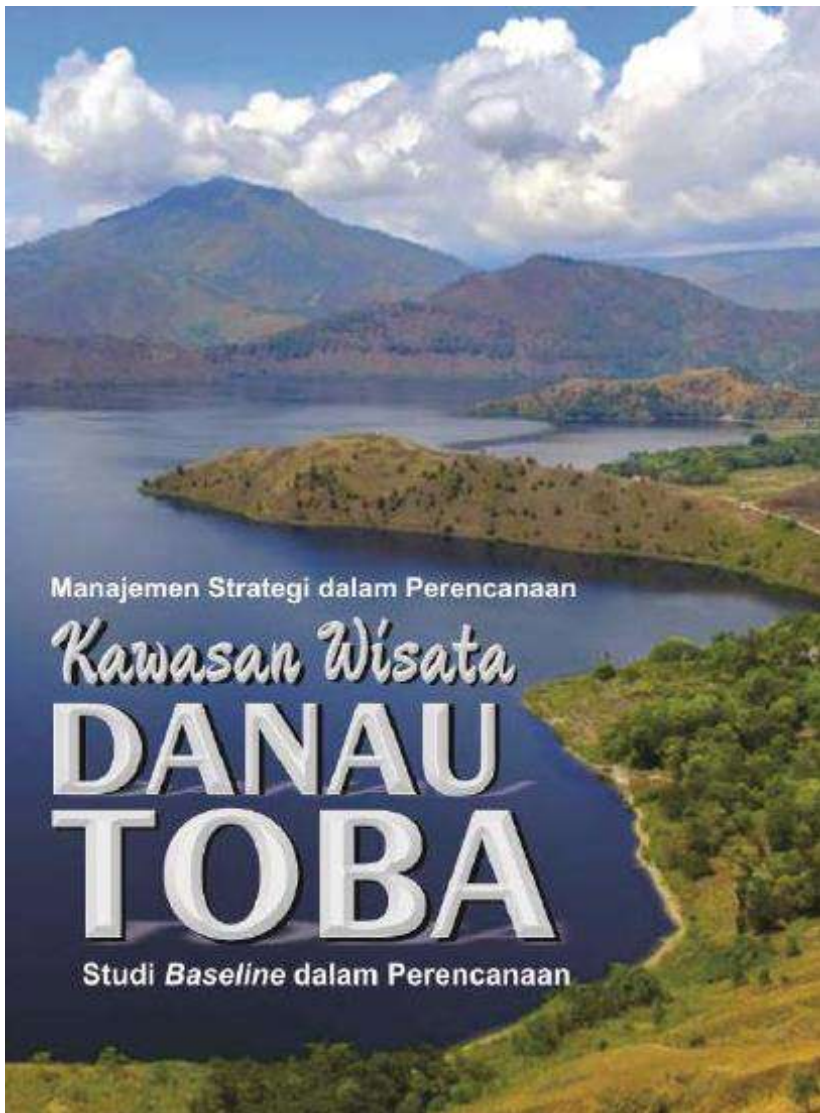
19. Lowe, S. (2012). Industrial Marketing Management. *IMP Research*, 41, 706–714.
20. MediaBatakToba. (2014). Sejarah Borunaitang. Retrieved from <https://mediabataktoha.wordpress.com/2014/04/21/sejarah-borunaitang/>
21. Miller, R., and Lammas, N. (2010). Social media and its implications for viral marketing. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 1, 1-10.
22. Mutma, F. S., and Dyanasari, R. (2018). Perencanaan Komunikasi Pemasaran Wonderful Indonesia sebagai Place Branding Indonesia. *Communicare. Journal of Communication Studies*, 5(2), 61-80.
23. Nabila A.D., and Widiyastuti D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Ponggok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia* by Gadjah Mada University. 7(2).
24. Naibaho J.P., and Gaffari M.O.F. (2018). Kajian feminisme dalam cerita rakyat si Boru Naitang. *Kode: Jurnal Bahasa*, 7(2), 41-54. DOI: <https://doi.org/10.24114/kjb.v7i2.10842>
25. Nasution F., and Umry S.H., (2012). Boru Naitang dan Boru Galapang (cerita rakyat Samosir) In *Cerita Rakyat Sumatera Utara KAPUR BARUS*. Penerbit Mitra, Medan. Retrieved from <https://123dok.com/article/boru-naitang-dan-boru-galapang-cerita-rakyat-samosir.qvxn02ry>.
26. Novianti, E., and Wulung, S. R. (2020). Implementasi Komunikasi Daring dalam Menunjang Jawa Barat sebagai Destinasi Pariwisata Cerdas. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 53-63.
27. Mutiah, D. (2020, Desember 14). Pandemi Covid-19 Pukul Mundur Sektor Pariwisata Indonesia ke 20 Tahun Lalu. Retrieved Februari 1, 2021, from www.liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4432545/pandemi-covid-19-pukul-mundur-sektor-pariwisata-indonesia-ke-20-tahun-lalu>
28. PariwisataSumut. (2014). Kisah Boru Naitang dan Inarnaiborngin. Retrieved from <https://www.pariwisatasumut.net/2014/11/boru-naitang.html>
29. Pertiwi, W. K. (2020, February 20). Penetrasi Internet di Indonesia Capai 64 Persen. Retrieved from [Kompas.Com: https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen](https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen)
30. Prasetyo, D., and Setyadi, D. I. (2017). Perancangan Film Pendek Bertema Wisata Dengan Pendekatan Storytelling Sebagai Media Promosi Wisata Pulau Bawean. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(1), 1-13
31. Pratiwi, I. (2019, Desember 25). Menpar Bidik Devisa Pariwisata Rp 294 miliar pada 2020. Retrieved Februari 5, 2020, from [Republika.com: https://republika.co.id/berita/q32dmd383/menpar-bidik-devisa-pariwisata-rp-294-miliar-pada-2020](https://republika.co.id/berita/q32dmd383/menpar-bidik-devisa-pariwisata-rp-294-miliar-pada-2020)

32. Pravitaswari, N., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2018). Pengaruh storytelling marketing terhadap brand equity dan keputusan pembelian (Survei Pada Video Iklan Allure Matcha Latte Story Di Youtube). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 57(1), 30- 37.
33. Purba O.H.S., dan Elvis Purba E. (1997). *Migrasi Spontan Batak Toba (Marserak)*. Medan: Penerbit Monora.
34. Putra I.K.M., Sumetri N.W., Rumini N.L.P.I., Rahmani I.W.E.D., Yudistira C.G.P., Putra K.D.C. (2021). The Study on Village Tourist Potential Exploration in Karangasem Regency. Proceedings of the International Conference on Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020), *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Atlantis Press SARL, Volume 544, 400-405.
35. Ringo. (2014). Cerita Singkat Sejarah Asal Muasal Suku Batak. BLOG SIPITUAMA. Retrieve from <http://blog-sipituama.blogspot.com/2015/02/cerita-singkat-sejarah-asal-muasal-suku.html>
36. Safitri, K. (2020, Januari 16). Kemenpar Targetkan 17 Juta Wisman Kunjungi RI pada 2020. Retrieved Februari 5, 2020, from [kompas.com: https://money.kompas.com/read/2020/01/16/172506426/kemenpar-targetkan-17-juta-wisman-kunjungi-ri-pada-2020](https://money.kompas.com/read/2020/01/16/172506426/kemenpar-targetkan-17-juta-wisman-kunjungi-ri-pada-2020)
37. Samosir. (2021). Land Acquisition and Resettlement Action Plan (LARAP), *Physical Cultural Resources Management Plan (PCRMP)*, and *Indigeneous Peoples Plan (IPP) untuk Proyek Penataan Kawasan Waterfront City-Panguruan Kecamatan Panguruan Kabupaten Samosir*. Pemerintah Kabupaten Samosir.
38. Saragih D, et al. (1980). *Hukum Perkawinan Adat Batak Khususnya Simalungun, Toba, Karo dan UU Tentang Perwakinan (UU No. 1 Th. 1974)*. Tarsito, Bandung.
39. Saroh, M. (2016, September 16). Tahun 2016, Kemenpar Menarget 12 Juta Wisman ke Indonesia. Retrieved Februari 5, 2020, from [tirto.id: https://tirto.id/tahun-2016-kemenpar-menarget-12-juta-wisman-ke-indonesia-bKS8](https://tirto.id/tahun-2016-kemenpar-menarget-12-juta-wisman-ke-indonesia-bKS8)
40. Septiyani K., Prasetya A.W. (2022). Suku Batak di Sumatera Utara, Nenek Moyangnya dari Asia Selatan. Retrieve from [Kompas.com: https://travel.kompas.com/read/2021/08/23/073100227/suku-batak-di-sumatera-utara-nenek-moyangnya-dari-asia-selatan?page=all](https://travel.kompas.com/read/2021/08/23/073100227/suku-batak-di-sumatera-utara-nenek-moyangnya-dari-asia-selatan?page=all).
41. Serrat, Oliver. (2008). *Storytelling*. Reed Elsevier, USA.
42. Setiawati, M. (2015). Pengaruh media sosial terhadap minat beli konsumen studi kasus mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*.
43. Setyanto, Y., and Winduwati, S. (2017). Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya

- Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 164-175
44. Siahaan E.K. (1975). *Monografi Kebudayaan Tapanuli Utara*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
 45. Sianipar S.H.W. (1991). *Sistem Bermasyarakat Bangsa Batak*. Pustaka Gama, Medan.
 46. Sugiyama A.G. (2011). *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Guardaya Intimarta, Bandung.
 47. Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
 48. Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media, Yogyakarta.
 49. Susianti H.W., Dianasari D.A.M.L., Tirtawati N.M., Liestiadre H.K., Lilasari N.L.M.T., Saputra I.G.G., Aridayanti D.A.N. (2022). Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardi*, 2(1). DOI: 10.52352/makardhi.v2i1.766
 50. Trisakti, F. A., and Alifahmi, H. (2018). Destination Brand Storytelling: Analisis Naratif Video The Journey to A Wonderful World Kementerian Pariwisata. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 73-86.
 51. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. [Law of the Republic of Indonesia Number 10 of 2009 concerning Tourism].
 52. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya. [Law of the Republic of Indonesia Number 11 of 2010 concerning Cultural Conservation].
 53. Vergouven J.C. (1986). *Masyarakat dan Hukum Adat Batak Toba*. Pustaka Azat, Jakarta.
 54. Widiyanto, Sigit. (2022). Pentingnya Storytelling untuk Penguatan Destinasi Pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Retrieved from HarianJogja: <https://opini.harianjogja.com/read/2022/04/30/543/1100337/opini-pentingnya-storytelling-untuk-penguatan-destinasi-pariwisata>
 55. Yoeti, O.A. (2008). *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita, Jakarta.
 56. Yoeti, O. A. (2006). *Pariwisata Budaya Masalah dan Solusinya*. Pradnya Paramita, Jakarta.
 57. Yuliarti M.S., Rahmanto A.N., Priliantini A., Naini A.M.I, Anshori M., Hendriyani CT. (2021). Storytelling dalam Pemasaran Pariwisata Indonesia di Media Sosial: Studi Akun Instagram Borobudur dan Danau Toba. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 107–117. DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/jk.v13i1.9209>

Lampiran 5: Buku Referensi

URL: <http://repository.uki.ac.id/10844/>



MANAJEMEN STRATEGI

DALAM PERENCANAAN KAWASAN WISATA DANAU TOBA

Studi *Baseline* dalam Perencanaan

*Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia
oleh Penerbit Global Aksara Pers*

ISBN: 978-623-462-004-7

xii + 120 hal.; Ukuran B5 (15,5 x 23 cm)

Cetakan Pertama, Juni 2022

Copyright © Juni 2022 Global Aksara Pers

Penulis : Dr. Posma Sariguna Johnson Kennedy, ST., SE., M.Si., MSE.
Penyunting : Muhammad Zulfikar, SE., MM
Desain Sampul : Hamim Thohari Mahfodhillah, M.Pd
Layouter : Hamim Thohari Mahfodhillah, M.Pd

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Diterbitkan oleh:



Global Aksara Pers

CV. Global Aksara Pers

Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021.

No. 282/JTI/2021

Jl. Wonocolo Utara V/18 Surabaya

+628977416123/+628573269334

globalaksarapers@gmail.com

PRAKATA

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Isi buku ini berasal dari penelitian penulis mengenai Kawasan Destinasi Wisata Danau Toba yang merupakan bagian dari ilmu ekonomi, termasuk dalam ekonomi pertahanan sebagai ketahanan masyarakat di bidang ekonomi. Akhirnya dari berbagai penelitian dapat dikumpulkan dan disajikan secara komprehensif dalam satu buku.

Metode penelitian yang digunakan dalam buku ini bersifat deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data sekunder dari Badan Pusat Statistik (BPS) termasuk BPS Kabupaten Samosir, Badan Pengembangan Infrastruktur Wilayah (BPIW) dan terutama dari Laporan Konsultan Pariwisata Dunia Horwath HTL (*Hotel, Tourism, Leisure*). Penelitian ini merupakan studi *baseline* yang digunakan dalam perencanaan lebih lanjut dan pembangunan Kawasan Destinasi Wisata Danau Toba.

Dengan selesainya buku ini, penulis sampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak, yang telah berkenan membantu dalam proses penyusunan hingga buku ini berhasil diselesaikan. Penulis juga berterima kasih atas Hibah Penelitian dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Hibah Simlitabmas). Penulis berharap buku ini bisa menjadi sebuah referensi bagi yang membutuhkan dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi kawasan dan ekonomi pertahanan.

Akhir kata, tidak ada manusia yang sempurna. Karena itu penulis bersedia menerima kritik dan saran jika terjadi kesalahan dalam buku ini untuk perbaikan di kemudian hari.

Posma Sariguna Johnson Kennedy

DAFTAR ISI

	PRAKATA	: v	
	DAFTAR ISI	: vii	
	DAFTAR TABEL	: ix	
	DAFTAR GAMBAR	: xi	
	RINGKASAN	: Xii	
BAB	I	PENDAHULUAN	: 1
BAB	II	PERMASALAHAN DAN METODOLOGI	: 10
	2.1	Latar Belakang	: 10
	2.2	Tujuan Penelitian dan Identifikasi Masalah	: 13
	2.3	Metode Penelitian	: 15
BAB	III	MANAJEMEN STRATEGI DALAM PERENCANAAN PARIWISATA	: 18
	3.1	Produk dan Servis dalam Pariwisata	: 18
	3.2	Manajemen Strategi dalam Perencanaan Sistim Pariwisata	: 21
BAB	IV	EKOSISTEM DANAU DI INDONESIA	: 25
	4.1	Pendahuluan	: 25
	4.2	Sumberdaya Alam	: 26
	4.3	Pengelolaan Sumberdaya Perikanan	: 28
	4.4	Kualitas Danau di Indonesia	: 30
BAB	V	PROFIL KAWASAN DANAU TOBA	: 32
	5.1	Profil Destinasi Wisata Danau Toba	: 32
	5.2	Sumber Pencarian Masyarakat Sekitar Danau Toba	: 35
	5.3	Kondisi Ekosistem Kawasan Danau Toba	: 38
BAB	VI	KONDISI EKOSISTEM DANAU TOBA	: 44
	6.1	Permasalahan Kelestarian Danau Toba	: 44
	6.2	Pengelolaan Ekosistem Danau Toba	: 49

BAB	VII	KONDISI INFRASTRUKTUR	: 52
	7.1	Pendahuluan	: 52
	7.2	Pariwisata dan Infrastruktur Transportasi	: 53
	7.3	Analisis Lingkungan Destinasi: Infrastruktur Jalan Darat	: 56
	7.4	Analisis SWOT untuk Infrastruktur Danau Toba	: 63
BAB	VIII	STRATEGI DALAM INFRASTRUKTUR TRANSPORTASI	: 65
	8.1	Skenario yang Diperhitungkan	: 65
	8.2	Skenario Terbaik untuk Masa Datang (<i>Best Scenario</i>)	: 71
BAB	IX	STRATEGI DALAM PENYEDIAAN AKOMODASI	: 77
	9.1	Permintaan Pasar: Jumlah Kunjungan Wisatawan	: 77
	9.2	Penawaran: Akomodasi	: 82
	9.3	Investasi yang Dibutuhkan	: 88
BAB	X	MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA DANAU TOBA	: 92
	10.1	Pendahuluan	: 92
	10.2	Analisa Lingkungan Destinasi Wisata	: 94
	10.3	Analisa SWOT	: 100
	10.4	Alternatif Strategi	: 102
	10.5	Implementasi oleh Pemerintah	: 106
BAB	XI	KESIMPULAN DAN SARAN	: 109
	11.1	Kesimpulan	: 109
	11.2	Saran	: 112
		GLOSARIUM	: 113
		REFERENSI	: 116
		BIODATA PENULIS	: 120

Manajemen Strategi dalam Perencanaan

Kawasan Wisata

DANAU TOBA

Studi Baseline dalam Perencanaan

Pemerintah ingin menjadikan Danau Toba sebagai Bali baru dan menjadikannya salah satu super prioritas tujuan wisata yang akan dikembangkan. Danau Toba memiliki keindahan alam dengan kaldera vulkanik terbesar di dunia yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, berjarak 176 km dari Kota Medan, Ibukota Provinsi. Kawasan Danau Toba merupakan kawasan pariwisata yang tersebar di 8 (delapan) kabupaten yang termasuk dalam Kawasan Danau Toba, dimana masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Kinerja akomodasi di destinasi pariwisata Danau Toba masih sangat tergantung pada permintaan rekreasi musiman.

Karena permintaan yang lemah ini menghasilkan tingkat hunian yang belumlah konsisten. Hal yang perlu diperhatikan adalah sisi penawaran pariwisata yang diberikan oleh Danau Toba itu sendiri dalam mengundang permintaan, yaitu peningkatan kunjungan wisatawan baik domestik maupun asing. Dari sisi penawaran, penting untuk memperbaiki kondisi lingkungan danau itu sendiri dan bagaimana infrastruktur untuk mencapai lokasi wisata. Tujuan dari buku ini adalah untuk mengidentifikasi berbagai masalah pada destinasi wisata Danau Toba melalui analisa manajemen strategis, seperti lingkungan, infrastruktur dan akomodasi pariwisata. Pemerintah menginginkan *the best strategy* dengan berbagai implementasi yang dilakukan untuk mempersiapkan Danau Toba sebagai destinasi wisata dunia.

Lampiran 6: Monograf

URL: <http://repository.uki.ac.id/10855/>



Kajian Normatif Kepariwisataan Indonesia, Desa Wisata dan Danau Toba

*Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia
oleh Penerbit Global Aksara Pers*

ISBN: 978-623-462-155-6
xii + 128 hal.; Ukuran A5 (14,8 x 21 cm)
Cetakan Pertama, Oktober 2022

Copyright © Oktober 2022 Global Aksara Pers

Penulis : Dr. Posma Sariguna Johnson Kennedy, S.T.,
S.E., M.Si., M.S.E.
Dr. Suzanna Josephine L. Tobing S.E., M.S.
Rutman L. Toruan, S.E., M.M.
Penyunting : Muhamad Basyrul Muvid
Desain Sampul : Arum Nur Laili
Layouter : Hamim Thohari Mahfudhillah

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan
bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Diterbitkan oleh:



CV. Global Aksara Pers
Anggota IKAPI, Jawa Timur, 2021,
No. 282/JTI/2021
Jl. Wonocolo Utara V/18 Surabaya
+628977416123/+628573269334
globalaksarapers.com

PRAKATA

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Isi buku ini berasal dari penelitian penulis mengenai pariwisata Indonesia khususnya desa wisata. Tulisan ini merupakan bagian dari penelitian para penulis di Kawasan Wisata Super Prioritas Danau Toba. Akhirnya buku ini dapat diselesaikan dengan baik.

Metode penelitian yang digunakan dalam buku ini adalah penelitian normative yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana data-data sekunder diambil dari berbagai aturan dan peraturan hukum yang berlaku di Republik Indonesia mengenai pariwisata. Selain itu data-data sekunder berasal dari berbagai dokumen dan literatur.

Dengan selesainya buku ini, penulis sampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak, yang telah berkenan membantu dalam proses penyusunan hingga buku ini berhasil diselesaikan. Penulis juga berterima kasih atas Hibah Penelitian dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Hibah Simlitabmas). Penulis berharap buku ini bisa menjadi sebuah referensi bagi yang membutuhkan dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya kepariwisataan, ekonomi terutama kesejahteraan masyarakat pada kawasan pariwisata.

Akhir kata, tidak ada manusia yang sempurna. Karena itu penulis bersedia menerima kritik dan saran jika terjadi kesalahan dalam buku ini untuk perbaikan di kemudian hari.

Posma Sariguna Johnson Kennedy

DAFTAR ISI

	PRAKATA	:	v
	DAFTAR ISI	:	vi
	DAFTAR TABEL	:	viii
	DAFTAR GAMBAR	:	viii
	RINGKASAN	:	ix
BAB I	PENDAHULUAN	:	1
1.1	Latar Belakang	:	1
1.2	Permasalahan dan Metode Penelitian	:	4
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	:	6
2.1	Pariwisata	:	6
2.2	Pemberdayaan Masyarakat	:	7
2.3	Potensi Desa-Desa Wisata di Kabupaten Sekitar Danau Toba	:	10
BAB III	KEPARIWISATAAN INDONESIA	:	13
3.1	Kepariwisata Indonesia	:	13
3.2	Kawasan Strategis	:	15
3.3	Usaha Pariwisata	:	16
3.4	Hak, Kewajiban, Wewenang, Koordinasi	:	17
3.5	Badan Promosi Pariwisata	:	23
BAB IV	DESA WISATA	:	29
4.1	Desa Wisata	:	29
4.2	Penetapan Desa Wisata	:	33
4.3	Usaha Pariwisata di Desa Wisata	:	33
4.4	Pembangunan Desa Wisata	:	36
4.5	Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan	:	38
4.6	Pengelolaan dan Pengembangan Desa Wisata	:	40
4.7	Hak dan Kewajiban Para Stakeholder	:	42
BAB V	DESA WISATA BAHARI	:	47
5.1	Pendahuluan	:	47
5.2	Penentuan Desa Wisata Bahari	:	47
5.3	Rencana Aksi	:	52
5.4	Pelaksanaan	:	54
5.5	Monitoring dan Evaluasi	:	55
BAB VI	KEPARIWISATAAN PROVINSI SUMATERA UTARA	:	57
6.1	Visi, Misi, Tujuan dan Sasaran	:	57
6.2	Pembangunan Destinasi Pariwisata	:	59
6.3	Arah dan Strategi Kebijakan	:	66
6.4	Pembangunan Pemasaran Kepariwisata Daerah	:	75
6.5	Pembangunan Industri Kepariwisata Daerah	:	77
BAB VII	KAWASAN WISATA PRIORITAS	:	84
7.1	Daya Saing Pariwisata Indonesia	:	84
7.2	Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi dan Berkelanjutan	:	87
7.3	Tiga Destinasi Wisata Prioritas	:	96
BAB VIII	PENGELOLAAN DANAU TOBA	:	101
8.1	Pendahuluan	:	101
8.2	Pengembangan Destinasi Danau Toba	:	103
8.3	Badan Otorita Pengelola Kawasan Pariwisata Danau Toba	:	105
BAB IX	PENUTUP	:	117
	GLOSARIUM	:	120
	REFERENSI	:	126
	BIODATA PARA PENULIS	:	131

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Kriteria Kelas Desa Bahari Berdasarkan Indikator	:	50
Tabel 2.	Peringkat Daya Saing Perjalanan dan Wisata Indonesia	:	85
Tabel 3.	Batasan Destinasi Wisata Prioritas dan Kawasan Inti Pariwisata	:	97
Tabel 4.	Provinsi dan Kota/Kabupaten yang memenuhi persyaratan dan dapat berpartisipasi di dalam P3TB	:	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Gambaran Desa-Desa yang Memiliki Daya Tarik Wisata	:	12
Gambar 2.	Peta Perwilayahan Destinasi Pariwisata Provinsi dan Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi	:	65
Gambar 3.	Peta Kawasan Inti Prioritas Danau Toba, Sumatera Utara	:	102
Gambar 4.	Proyeksi Pengunjung dan Perkiraan Belanja Tahunan Pengunjung, 2015-2041	:	105
Gambar 5.	Peta Cakupan Kawasan Pariwisata Danau Toba	:	106

Kajian Normatif
Kepariwisataan Indonesia

Desa Wisata & Danau Toba

Perkembangan industri pariwisata semakin kompetitif dengan keadaan pasar yang semakin dinamis. Pembangunan kepariwisataan Indonesia harus didorong pengembangannya secara lebih kuat dan diarahkan secara tepat untuk meningkatkan keunggulan bersaing dalam peta global. Perlu adanya perubahan paradigma dan peneguhan prinsip-prinsip yang harus dipegang oleh kepariwisataan Indonesia, terutama dalam pemberdayaan masyarakat dengan kearifan lokalnya, seperti dalam pengembangan desa-desa wisata. Studi pada buku ini bertujuan menggali arah dan keinginan pemerintah secara detail terhadap pengembangan pariwisata yang dilakukan dengan metode normatif, dengan melihat berbagai aturan dan peraturan yang ada, khususnya dalam pengembangan di Kawasan Wisata Super Prioritas Danau Toba.



Wonocolo Utara V/18 Surabaya
+628977416123
globalaksarapers@gmail.com



