

**STRATEGI PROMOSI WISATA DESA WISATA TARABUNGA DI
KECAMATAN TAMPAHAN, KABUPATEN TOBA: STUDI KASUS
PENGEMBANGAN POTENSI WISATA ALAM DAN BUDAYA**

Meilani Lida Siahaan¹

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email: Siahaan1805@gmail.com

Naomi Angel Veronika Hutagalung²

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email: navhtgl@gmail.com

Pernando Panjaitan³

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email: pernanopanjaitan2228@gmail.com

Melkisedek Wuwute⁴

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email: melkisedek123@gmail.com

Yunvinus Molama⁵

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email: yunvinus233@gmail.com

Korespondensi penulis: Siahaan1805@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze and evaluate the tourism promotion strategies in the development of natural and cultural tourism potential in Tarabunga Tourism Village, Tampahan Sub-district, Toba District. Tarabunga Tourism Village has rich and diverse tourism potentials, but still faces challenges in effectively promoting the tourism destinations. Therefore, this case study was conducted to understand the promotion strategies that have been implemented and provide recommendations to enhance tourism promotion in Tarabunga Tourism Village. The research methods utilized direct surveys, interviews with local stakeholders, and analysis of relevant documents. The collected data included information about the natural and cultural tourist attractions in Tarabunga Tourism Village, the promotion strategies that have been implemented, as well as the constraints and obstacles faced in tourism promotion. The findings indicate that despite having attractive tourism potentials, the current promotion strategies in Tarabunga Tourism Village have not been effective in reaching the target market and increasing tourist visits. Some identified constraints include a lack of appropriate marketing approaches, limited human and financial resources, and inadequate accessibility. Based on these findings,

several recommendations are provided to enhance the tourism promotion strategies in Tarabunga Tourism Village. These recommendations include increasing the use of social media and digital marketing, providing training and education for the local community in tourism management and promotion, collaborating with relevant stakeholders such as the Tourism Department, and improving tourism infrastructure and facilities. It is hoped that the findings of this study will contribute to the development and enhancement of the natural and cultural tourism potentials in Tarabunga Tourism Village and serve as a reference for policymakers and stakeholders in formulating more effective promotion strategies to increase tourist visits to the area..

Keywords: Tourism promotion strategies, Tarabunga Tourism Village, Natural and cultural tourism development

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi promosi dalam pengembangan potensi wisata alam dan budaya di Desa Wisata Tarabunga, Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba. Desa Wisata Tarabunga memiliki potensi wisata yang kaya dan beragam, namun masih menghadapi kendala dalam upaya mempromosikan destinasi wisata secara efektif. Oleh karena itu, studi kasus ini dilakukan untuk memahami strategi promosi yang telah dilakukan dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan promosi wisata di Desa Wisata Tarabunga. Metode penelitian yang digunakan adalah survei langsung, wawancara dengan pemangku kepentingan lokal, dan analisis dokumen terkait. Data yang dikumpulkan meliputi informasi tentang objek wisata alam dan budaya yang ada di Desa Wisata Tarabunga, strategi promosi yang telah dilaksanakan, serta kendala dan hambatan yang dihadapi dalam promosi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Desa Wisata Tarabunga memiliki potensi wisata yang menarik, strategi promosi yang telah dilakukan masih belum efektif dalam menjangkau target pasar dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Beberapa kendala yang diidentifikasi termasuk kurangnya pendekatan pemasaran yang tepat, keterbatasan sumber daya manusia dan keuangan, serta aksesibilitas yang kurang baik. Berdasarkan temuan tersebut, beberapa rekomendasi diberikan untuk meningkatkan strategi promosi wisata Desa Wisata Tarabunga. Rekomendasi tersebut meliputi peningkatan penggunaan media sosial dan pemasaran digital, pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat lokal dalam mengelola dan mempromosikan wisata, kolaborasi dengan pihak terkait seperti Dinas Pariwisata, serta peningkatan infrastruktur dan fasilitas pendukung wisata. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan dan peningkatan potensi wisata alam dan budaya Desa Wisata Tarabunga, serta menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dan pihak terkait dalam merumuskan strategi promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daerah tersebut..

Kata kunci: Strategi Promosi Pariwisata, Desa Wisata Tarabunga, Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pelestarian budaya dan lingkungan di suatu daerah. Di Indonesia, sektor pariwisata telah menjadi fokus utama dalam pengembangan dan diversifikasi ekonomi nasional. Salah satu upaya yang dilakukan

adalah pengembangan desa wisata, yang merupakan bentuk penggabungan antara pariwisata dengan kehidupan masyarakat lokal. Desa-desa wisata menjadi magnet bagi wisatawan yang mencari pengalaman autentik dan interaksi langsung dengan masyarakat lokal. Desa-desa ini menawarkan keindahan alam yang memesona, kekayaan budaya yang unik, serta kesempatan untuk belajar dan menghargai kearifan lokal. Desa Wisata Tarabunga, yang terletak di Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba, Sumatera Utara, adalah salah satu desa wisata yang menjanjikan di Indonesia.

Desa Wisata Tarabunga memiliki latar belakang sejarah dan kekayaan budaya yang kental. Desa ini terletak di kaki pegunungan yang indah, dengan pemandangan alam yang menakjubkan seperti hutan yang hijau, air terjun yang mengalir deras, serta sungai yang jernih. Desa ini juga dikenal dengan kehidupan masyarakatnya yang masih sangat erat dengan adat dan tradisi lokal, menjadikannya destinasi yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang autentik. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, Desa Wisata Tarabunga masih menghadapi berbagai tantangan dalam mempromosikan dirinya sebagai tujuan wisata yang menarik. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan penerapan strategi promosi yang efektif. Promosi yang tidak memadai menyebabkan rendahnya kesadaran wisatawan tentang keberadaan Desa Wisata Tarabunga, serta minimnya jumlah kunjungan wisatawan yang potensial. Hal ini berdampak negatif pada perkembangan ekonomi masyarakat setempat dan pelestarian budaya desa.

Faktor lain yang mempengaruhi efektivitas promosi wisata di Desa Wisata Tarabunga adalah kurangnya aksesibilitas dan infrastruktur yang memadai. Akses jalan yang terbatas dan kurangnya transportasi umum membuat sulit bagi wisatawan untuk mencapai desa ini. Selain itu, kurangnya fasilitas akomodasi, informasi yang minim, dan kualitas pelayanan yang masih perlu ditingkatkan juga menjadi hambatan dalam menarik wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi wisata yang efektif untuk Desa Wisata Tarabunga di Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba. Dengan melakukan penelitian yang komprehensif dan mendalam, diharapkan dapat ditemukan solusi dan rekomendasi praktis untuk meningkatkan promosi dan daya tarik wisata Desa Wisata Tarabunga.

Penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas promosi wisata, seperti pemahaman dan kepuasan wisatawan, peran pemerintah

daerah dalam pengembangan pariwisata, serta kerjasama antara stakeholder terkait. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor ini, dapat dikembangkan strategi yang tepat untuk mempromosikan Desa Wisata Tarabunga dengan efektif. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji potensi wisata alam dan budaya Desa Wisata Tarabunga yang dapat dimaksimalkan melalui strategi promosi yang tepat. Potensi alam desa ini meliputi keindahan pegunungan, sungai yang mengalir jernih, air terjun yang spektakuler, serta flora dan fauna yang unik. Sementara itu, kekayaan budaya desa ini mencakup adat dan tradisi, kesenian, kerajinan tangan, serta kuliner khas. Dengan menggali dan mempromosikan potensi-potensi ini, Desa Wisata Tarabunga dapat menjadi destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan.

Dalam konteks ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan pariwisata di Desa Wisata Tarabunga, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan bagi masyarakat setempat. Dengan mengidentifikasi dan menerapkan strategi promosi wisata yang efektif, diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperluas pasar wisata, serta membangun citra positif dan daya tarik yang berkelanjutan untuk Desa Wisata Tarabunga.

KAJIAN TEORITIS

Promosi

Dalam konteks promosi wisata Desa Wisata Tarabunga, terdapat beberapa konsep penting. Menurut Henry Simamora, promosi merupakan upaya perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli melalui berbagai unsur dalam bauran pemasaran. Dalam kasus ini, promosi wisata Desa Wisata Tarabunga bertujuan untuk mempengaruhi calon wisatawan agar tertarik dan memilih untuk mengunjungi desa tersebut. Konsep ini menekankan pentingnya strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan promosi wisata.

Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa tujuan promosi penjualan dapat bervariasi, termasuk mendorong pembelian pelanggan jangka pendek. Dalam hal ini, promosi wisata Desa Wisata Tarabunga dapat berperan dalam mendorong wisatawan untuk segera mengunjungi dan menghabiskan waktu di desa tersebut. Konsep ini menunjukkan pentingnya merancang strategi promosi yang menarik dan mempengaruhi keputusan pembelian wisatawan.

Selain itu, Kotler dan Armstrong juga mengidentifikasi alat promosi konsumen yang meliputi sampel produk, kupon, harga khusus, premi, dan lain sebagainya. Dalam konteks promosi wisata Desa Wisata Tarabunga, alat-alat promosi tersebut dapat digunakan untuk memberikan insentif kepada wisatawan, seperti penawaran harga khusus atau pemberian hadiah khusus. Konsep ini menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam merancang strategi promosi yang menarik dan mengundang minat wisatawan.

Dalam jurnal ini, tinjauan pustaka tersebut menyediakan dasar teoritis yang relevan untuk memahami konsep promosi dalam konteks pariwisata. Data dan sumber yang relevan, seperti kutipan dari Henry Simamora dan Kotler dan Armstrong, memberikan dukungan teoritis yang valid untuk memperkuat pemahaman tentang promosi dan mendukung penelitian ini dalam merumuskan strategi promosi wisata Desa Wisata Tarabunga yang efektif.

Kualitas Pelayanan

Dalam konteks Desa Wisata Tarabunga, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang dapat dikaitkan dengan data yang telah diberikan. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan mencakup upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Hal ini berarti bahwa promosi wisata Desa Wisata Tarabunga perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, baik dalam memenuhi harapan mereka maupun dalam memberikan pengalaman yang memuaskan.

Kotler juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencakup semua ciri dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dalam konteks promosi wisata, hal ini berarti bahwa promosi yang efektif harus mencerminkan kualitas pelayanan yang baik, baik dalam hal pengalaman wisatawan, kepuasan mereka, dan pemenuhan harapan mereka. Dalam hal ini, promosi harus memberikan informasi yang akurat dan relevan tentang kualitas pelayanan yang dapat diharapkan oleh wisatawan di Desa Wisata Tarabunga.

Selain itu, dimensi servqual yang dikemukakan oleh A. Parasuraman dapat menjadi panduan dalam mengukur kualitas pelayanan dalam konteks promosi wisata Desa Wisata Tarabunga. Dimensi servqual, seperti bukti langsung (tangibles), reliabilitas (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan/keyakinan (assurance), dan empati (empathy), dapat membantu dalam merancang strategi promosi yang memperhatikan aspek-aspek

kualitas pelayanan tersebut. Promosi harus mampu menyoroti bukti langsung yang meyakinkan, mempromosikan keandalan dan tanggapan yang cepat, memberikan keyakinan kepada wisatawan mengenai kualitas pelayanan yang mereka dapatkan, serta menekankan empati terhadap kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan, jurnal ini akan mengeksplorasi bagaimana strategi promosi wisata Desa Wisata Tarabunga dapat mengkomunikasikan kualitas pelayanan yang baik kepada calon wisatawan. Hal ini akan membantu dalam meningkatkan persepsi wisatawan terhadap desa wisata, memperkuat citra positif, dan meningkatkan minat serta kepercayaan untuk mengunjungi dan mengalami kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Desa Wisata

Mengacu pada Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa di DIY tahun 2014, pengertian desa wisata dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.
2. Suatu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik yang khas (baik berupa daya tarik/keunikan fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan), yang dikelola dan dikemas secara alami dan menarik dengan pengembangan fasilitas pendukung wisata dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana Sehingga daya tarik pedesaan tersebut mampu menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta menumbuhkan aktifitas ekonomi pariwisata yang meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat.
3. Definisi Desa Wisata lainnya adalah: Village Tourism, where small groups of tourist stay in or near traditional, often remote villages and learn about village life and the local environment. Terjemahan bebas: Wisata pedesaan di mana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, sering di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat.

Desa Wisata dalam konteks wisata pedesaan adalah aset kepariwisataan yang berbasis pada potensi pedesaan dengan segala keunikan dan daya tariknya yang dapat

diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut.

Mengutip pernyataan Hadiwijoyo (2012), desa wisata memiliki kriteria sebagai berikut.

1. Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
2. Memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata.
3. Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
4. Keamanan di desa tersebut terjamin.
5. Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai
6. Beriklim sejuk atau dingin
7. Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan desa wisata karena sumber daya dan keunikan tradisi dan budaya yang melekat pada komunitas tersebut merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata. Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling kait mengait. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal (Wearing, 2001). Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi. Ilustrasi yang dikemukakan Wearing (2001) tersebut menegaskan bahwa masyarakat lokal berkedudukan sama penting dengan pemerintah dan swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam jurnal ini adalah metode penelitian kualitatif dengan tiga teknik pengumpulan data utama, yaitu wawancara, dokumentasi, dan pengumpulan data.

1. Wawancara: Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dari responden atau informan yang terlibat dalam pengembangan desa wisata. Peneliti

melakukan interaksi langsung dengan responden dan mengajukan pertanyaan terkait pengalaman, persepsi, pandangan, dan pengetahuan mereka terhadap desa wisata. Wawancara dapat dilakukan secara individu atau dalam kelompok tergantung pada konteks penelitian. Melalui wawancara, peneliti dapat mendapatkan data yang mendalam dan kaya mengenai pengalaman dan perspektif subjek penelitian.

2. Dokumentasi: Teknik dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen-dokumen yang relevan dengan pengembangan desa wisata. Dokumen-dokumen tersebut dapat berupa laporan, dokumen perencanaan, kebijakan, brosur, foto-foto, atau catatan-catatan terkait desa wisata yang sedang diteliti. Peneliti mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen tersebut untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian. Dokumentasi memberikan gambaran tentang konteks, sejarah, perkembangan, dan kegiatan yang terkait dengan desa wisata.
3. Pengumpulan data: Metode pengumpulan data lainnya yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah pengumpulan data secara umum. Teknik ini dapat melibatkan observasi langsung peneliti terhadap situasi dan aktivitas yang terjadi di desa wisata. Observasi dapat mencakup pengamatan terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat lokal, interaksi antara wisatawan dan masyarakat, pengelolaan objek wisata, serta kondisi lingkungan di desa wisata. Observasi memberikan data yang berhubungan dengan realitas yang terjadi di lapangan.

Dengan menggabungkan metode wawancara, dokumentasi, dan pengumpulan data, penelitian kualitatif dalam jurnal tersebut dapat menggali pemahaman yang mendalam tentang pengembangan desa wisata, melibatkan partisipasi langsung masyarakat lokal, dan memberikan konteks yang kaya mengenai keunikan dan daya tarik desa wisata tersebut. Metode penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna dan pengalaman subjek penelitian serta memperoleh wawasan yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tupoksi dan Struktur Perangkat Desa Tarabunga

Berikut adalah tupoksi (Tugas dan Tanggung Jawab) dari struktur organisasi di Desa Wisata Tarabunga:

- Kepala Desa:

1. Memimpin dan mengelola pemerintahan desa.
2. Mengambil keputusan dalam rapat pemerintahan desa.
3. Mengkoordinasikan kegiatan pemerintahan desa.
4. Mengawasi pelaksanaan program dan kegiatan desa.
5. Membuat laporan pertanggungjawaban kepada Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dan instansi terkait.
6. Mewakili desa dalam berbagai kegiatan dan pertemuan di tingkat atas.
 - Badan Permusyawaratan Desa:
 1. Membahas dan menetapkan peraturan desa.
 2. Mengawasi pelaksanaan program dan kegiatan desa.
 3. Memberikan pertimbangan kepada kepala desa dalam pengambilan keputusan.
 4. Menyelenggarakan musyawarah desa.
 5. Menerima laporan pertanggungjawaban kepala desa.
 6. Mewakili masyarakat dalam berbagai kegiatan dan pertemuan di tingkat desa.
 - Sekretaris Desa:
 1. Menyelenggarakan administrasi pemerintahan desa.
 2. Membantu kepala desa dalam mengkoordinasikan kegiatan pemerintahan desa.
 3. Menyusun dan menyimpan arsip dokumen desa.
 4. Mengelola keuangan desa.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang diperintahkan oleh kepala desa.
 - Kasi Pemerintahan:
 1. Mengelola dan mengkoordinasikan urusan administrasi pemerintahan desa.
 2. Membantu kepala desa dalam penyusunan peraturan desa.
 3. Mengelola data kependudukan dan administrasi kependudukan.
 4. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan pemerintahan desa.
 - Kasi Pelayanan:
 1. Mengelola dan mengkoordinasikan urusan pelayanan kepada masyarakat.
 2. Melayani permohonan administrasi masyarakat.
 3. Mengelola surat menyurat desa.
 4. Menyelenggarakan layanan publik yang dibutuhkan masyarakat.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat.
 - Kasi Kesejahteraan:

1. Mengelola dan mengkoordinasikan urusan kesejahteraan masyarakat desa.
 2. Melaksanakan program-program kesejahteraan masyarakat.
 3. Mengawasi dan membantu penyaluran bantuan sosial.
 4. Mengelola data dan informasi kesejahteraan masyarakat.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat.
- Kaur Tata Usaha dan Umum:
 1. Melaksanakan tugas administrasi tata usaha dan umum di desa.
 2. Mengelola inventaris barang milik desa.
 3. Membantu dalam pengadaan barang dan jasa desa.
 4. Mengelola administrasi keuangan desa.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan tata usaha dan umum.
 - Kaur Keuangan:
 1. Melaksanakan tugas administrasi keuangan desa.
 2. Mencatat dan mengelola penerimaan dan pengeluaran keuangan desa.
 3. Menyusun laporan keuangan desa.
 4. Mengelola dan mengawasi aset dan kekayaan desa.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan keuangan desa.
 - Kaur Perencanaan:
 1. Melaksanakan tugas administrasi perencanaan desa.
 2. Mengkoordinasikan penyusunan rencana pembangunan desa.
 3. Memonitor dan mengawasi pelaksanaan program pembangunan desa.
 4. Melakukan evaluasi dan pelaporan program pembangunan desa.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan perencanaan desa.
 - Kepala Dusun :
 1. Memimpin dan mengelola pemerintahan di tingkat dusun.
 2. Mengawasi pelaksanaan program dan kegiatan di dusun.
 3. Mengkoordinasikan kegiatan masyarakat di dusun.
 4. Menerima dan menindaklanjuti aspirasi masyarakat di dusun.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan pemerintahan dusun.
 - Kaur Pemerintahan:
 1. Mengelola dan mengkoordinasikan urusan administrasi pemerintahan di tingkat dusun.
 2. Membantu kepala dusun dalam penyusunan peraturan dusun.

3. Mengelola data kependudukan dan administrasi kependudukan di dusun.
 4. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan pemerintahan dusun.
- Kaur Pemberdayaan Masyarakat:
 1. Mengelola dan mengkoordinasikan program-program pemberdayaan masyarakat di dusun.
 2. Mengawasi pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat di dusun.
 3. Melibatkan masyarakat dalam pembangunan dan pengembangan dusun.
 4. Mengelola data dan informasi mengenai potensi dan kebutuhan masyarakat di dusun.



5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat.
- Kaur Kesejahteraan Rakyat:
 1. Mengelola dan mengkoordinasikan program-program kesejahteraan rakyat di dusun.
 2. Melaksanakan program bantuan sosial dan kesejahteraan di dusun.
 3. Mengawasi dan memfasilitasi penyaluran bantuan kepada masyarakat di dusun.
 4. Mengelola data dan informasi mengenai kesejahteraan masyarakat di dusun.
 5. Melaksanakan tugas administrasi lainnya yang berkaitan dengan kesejahteraan rakyat di dusun.

Struktur Pemerintahan Desa Wisata Tarabunga

Kepala Desa	: Robert Fidelis H Siahaan
Sekretaris	: Piter Dominikus Siahaan
Kaur Urusan Tata Usaha dan Umum	: Lastiar Tobing
Kaur Urusan Keuangan	: Frain Siahaan
Kaur Urusan Perencanaan	: Hikmah Fajar Ningsih
Kepala Seksi Pemerintahan	: Christopher Sianipar

Kepala Seksi Kesejahteraan	: Daniel Siahaan
Kepala Seksi Pelayanan	: Christopher Sianipar
Kepala Dusun I	: Bungkulan Sianipar
Kepala Dusun II	: Salmon Sianipar
Kepala Dusun III	: Hetty Sitohang
Kepala Dusun IV	: Salmon Siahaan
Kepala Dusun V	: Florentina Sinaga

Program Pemerintahan Desa Wisata Tarabunga

Program Tahunan Desa Wisata Tarabunga:

Tahun 2023:

Pengembangan Infrastruktur:

- Peningkatan akses jalan menuju desa wisata.
- Pembangunan sarana parkir.
- Peningkatan fasilitas sanitasi dan kebersihan.
- Pembangunan sarana pendukung pariwisata (toilet, gazebo, tempat istirahat, dll.).
- Pengembangan Potensi Alam dan Budaya:
- Penyelenggaraan festival budaya lokal.
- Pelatihan seni dan kesenian tradisional.
- Pemetaan dan dokumentasi potensi alam dan budaya.
- Penyediaan informasi dan panduan wisata tentang atraksi alam dan budaya.

Pengembangan Homestay:

- Peningkatan kualitas dan kapasitas homestay yang ada.
- Pengajakan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengadaan homestay.
- Pelatihan pemandu homestay dan pelayanan tamu.
- Promosi homestay melalui pameran dan media sosial.
- Program Pemberdayaan Masyarakat:
- Pelatihan kewirausahaan bagi masyarakat lokal.
- Pengembangan kerjasama antara desa wisata dengan pelaku usaha lokal.
- Penyelenggaraan pasar produk lokal dan kerajinan.
- Pengembangan program pelatihan keterampilan bagi masyarakat.

Program Kebersihan dan Keindahan Desa Wisata:

- Penyelenggaraan kegiatan kebersihan desa secara rutin.
- Penghijauan dan penanaman pohon di sekitar desa wisata.
- Kampanye kesadaran lingkungan kepada pengunjung.
- Pemasangan tempat sampah dan tanda pengenal kebersihan.

Program Jangka Panjang Desa Wisata Tarabunga:

Peningkatan Aksesibilitas:

- Pengembangan jalan, jembatan, dan transportasi menuju desa wisata.
- Penyediaan peta dan rambu penunjuk arah.
- Peningkatan fasilitas transportasi umum di sekitar desa wisata.
- Kerjasama dengan instansi terkait untuk peningkatan infrastruktur.

Pengembangan Produk Pariwisata:

- Diversifikasi produk wisata dengan menggali potensi lain yang ada.
- Pengembangan paket wisata yang menarik dan beragam.
- Peningkatan kualitas dan keunikan kuliner lokal.
- Pengembangan atraksi dan kegiatan wisata berkelanjutan.

Peningkatan Kualitas Layanan:

- Pelatihan pemandu wisata tentang pelayanan prima.
- Penyediaan informasi wisata yang lengkap dan akurat.
- Pengembangan sistem pemesanan dan pengelolaan wisata yang efisien.
- Meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait untuk pelatihan dan sertifikasi pelayanan.

Pelestarian Alam dan Budaya:

- Penyelenggaraan program pelestarian lingkungan dan budaya.
- Penanaman pohon dan rehabilitasi ekosistem alam.
- Kampanye kesadaran budaya dan lingkungan kepada masyarakat dan pengunjung.
- Kerjasama dengan lembaga perlindungan alam dan pelestarian budaya.

Promosi dan Pemasaran:

- Pengembangan strategi promosi melalui media sosial, website, dan brosur.
- Partisipasi dalam pameran pariwisata dan event nasional.
- Kerjasama dengan pihak swasta dan media untuk promosi desa wisata.
- Peningkatan branding dan citra desa wisata melalui kegiatan promosi yang kreatif.

Bantuan Desa Tarabunga

Desa Wisata Tarabunga mengandalkan beberapa sumber dana untuk mendukung kegiatan dan pengembangan pariwisata. Berikut adalah penjelasan mengenai sumber dana yang berasal dari:

1. Dana Desa: Dana Desa merupakan alokasi anggaran yang diberikan oleh pemerintah kepada desa setiap tahun. Dana ini dapat digunakan oleh Desa Wisata Tarabunga untuk membiayai berbagai kegiatan pengembangan infrastruktur, promosi pariwisata, pelatihan masyarakat, dan pemeliharaan fasilitas desa wisata.
2. Bagi Hasil Pajak: Desa Wisata Tarabunga juga mendapatkan pendapatan dari bagi hasil pajak. Bagi hasil pajak adalah bagian dari pendapatan pajak yang diberikan kepada desa oleh pemerintah daerah. Pendapatan ini dapat digunakan untuk membiayai pengembangan pariwisata, perbaikan infrastruktur, peningkatan kualitas layanan, dan pengembangan potensi wisata desa.
3. Alokasi Dana Desa: Selain Dana Desa, Desa Wisata Tarabunga juga menerima alokasi dana dari pemerintah pusat atau pemerintah daerah dalam bentuk program atau proyek tertentu. Dana tersebut dapat digunakan untuk pengembangan pariwisata, pembangunan sarana dan prasarana, peningkatan kualitas layanan, atau pengembangan produk wisata desa.
4. Pendapatan Lain-lain/Bunga Bank: Desa Wisata Tarabunga dapat memperoleh pendapatan dari sumber lain, seperti hasil investasi atau simpanan dalam bentuk bunga bank. Pendapatan ini dapat digunakan untuk mendukung kegiatan pariwisata, pengembangan produk wisata, peningkatan kualitas pelayanan, atau pemeliharaan fasilitas desa wisata.
5. BLT Desa: BLT Desa atau Bantuan Langsung Tunai merupakan program bantuan sosial yang diberikan kepada masyarakat desa yang membutuhkan. Jika Desa Wisata Tarabunga memiliki program BLT Desa, maka dana yang diterima oleh masyarakat juga dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata desa tersebut. Dana tersebut dapat digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh kebutuhan sehari-hari, sehingga dapat meningkatkan daya beli dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata desa.

Dengan adanya sumber-sumber dana tersebut, Desa Wisata Tarabunga dapat menjalankan berbagai program pengembangan pariwisata, pemeliharaan fasilitas, promosi, pelatihan masyarakat, dan meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan potensi dan daya tarik wisata desa tersebut.

Desa Tarabunga dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPAR) Kabupaten Toba

Desa Wisata Tarabunga merupakan bagian dari masterplan Dinas Pariwisata Kabupaten Toba yang sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPAR) Kabupaten Toba. Rencana ini bertujuan untuk mengarahkan pembangunan di Kabupaten Toba dengan memanfaatkan ruang wilayah secara berdaya guna, berhasil guna, serasi, selaras, seimbang, dan berkelanjutan, dengan fokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertahanan keamanan, berdasarkan Pancasila dan UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Dalam menentukan Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) di Kabupaten Toba, beberapa kriteria digunakan, antara lain:

1. Memiliki fungsi utama pariwisata atau potensi pengembangan pariwisata.
2. Memiliki sumber daya pariwisata potensial yang dapat menjadi Destinasi Tujuan Wisata (DTW) unggulan yang sudah dikenal secara luas.
3. Berpotensi memiliki pasar yang baik, baik dalam skala nasional maupun internasional.
4. Memiliki posisi dan peran yang potensial sebagai penggerak investasi.
5. Memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup.
6. Memiliki kesiapan dan dukungan dari masyarakat.
7. Memiliki keunikan dari segi wilayah.
8. Berada di wilayah yang merupakan tujuan kunjungan wisatawan utama dan memiliki potensi pasar wisatawan nasional maupun regional.
9. Memiliki potensi untuk menjadi produk wisata masa depan.

Desa Wisata Tarabunga termasuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata 1 yang mencakup beberapa daya tarik wisata, antara lain:

1. Desa Meat
2. Gurgur Aek Raja
3. Lintong Ni Huta
4. Tarabunga
5. Lumban Silintong
6. Lumban Bulbul
7. Sibolahotang

8. Tambunan
9. Lumban Gaol
10. Sunset Beach

Daya tarik wisata tersebut merupakan unsur-unsur KSP yang telah dipetakan dan diidentifikasi dalam masterplan. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Tarabunga memiliki potensi yang signifikan dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Toba, serta memiliki peran strategis dalam menarik wisatawan dan memajukan sektor pariwisata di wilayah tersebut.

Kendala dalam Pengembangan Pariwisata

Desa Tarabunga mengalami kendala dalam bidang promosi wisata dan aksesibilitas yang mempengaruhi pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurangnya efektivitas dalam promosi wisata. Promosi wisata yang kurang efektif dapat menyebabkan minimnya informasi yang tersampaikan kepada calon wisatawan, sehingga potensi wisata yang ada di Desa Tarabunga tidak dikenal secara luas. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan kunjungan wisatawan ke desa tersebut.

Selain itu, aksesibilitas menuju objek wisata di Desa Tarabunga juga menjadi kendala. Jalan yang menuju objek wisata masih kurang baik, ditandai dengan keberadaan jalanan yang berlubang. Kondisi jalan yang buruk dapat menghambat mobilitas dan akses wisatawan ke desa tersebut. Wisatawan mungkin enggan mengunjungi atau kesulitan mencapai objek wisata karena kualitas jalan yang tidak memadai. Hal ini dapat mengurangi minat dan kunjungan wisatawan, serta memberikan dampak negatif terhadap pengembangan pariwisata di Desa Tarabunga.

Untuk mengatasi kendala ini, diperlukan upaya yang sistematis dan terpadu. Berikut beberapa langkah yang dapat dilakukan:

1. Peningkatan promosi wisata: Desa Tarabunga perlu meningkatkan upaya promosi wisata dengan menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi yang efektif. Dapat dilakukan melalui pemasaran online, media sosial, pameran pariwisata, kerjasama dengan agen perjalanan, serta mengoptimalkan peran humas dalam mempromosikan potensi wisata desa.
2. Perbaikan aksesibilitas: Pemerintah desa dan instansi terkait perlu melakukan perbaikan dan pemeliharaan jalan menuju objek wisata. Perbaikan jalan yang rusak atau berlubang harus dilakukan secara berkala guna memastikan akses yang lancar dan aman bagi

wisatawan. Selain itu, pemasangan tanda arah yang jelas dan informatif juga dapat membantu wisatawan dalam mencapai objek wisata.

3. Kerjasama dengan pihak terkait: Desa Tarabunga dapat menjalin kerjasama dengan pemerintah daerah, Dinas Pariwisata, dan lembaga terkait lainnya untuk mendapatkan dukungan dalam pengembangan pariwisata. Dukungan tersebut dapat berupa pembiayaan, pelatihan, bantuan teknis, dan pengawasan terhadap perbaikan infrastruktur.
4. Partisipasi masyarakat: Melibatkan masyarakat dalam pengelolaan dan promosi wisata Desa Tarabunga sangat penting. Masyarakat dapat menjadi agen promosi pariwisata lokal, serta berperan dalam menjaga kebersihan, keamanan, dan keramahan terhadap wisatawan. Dengan melibatkan masyarakat, akan tercipta kesadaran kolektif dan tanggung jawab bersama dalam memajukan sektor pariwisata.

Dengan upaya yang komprehensif dan berkesinambungan, diharapkan kendala dalam promosi wisata yang kurang efektif dan aksesibilitas yang buruk di Desa Tarabunga dapat diatasi. Hal ini akan berdampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, pertumbuhan ekonomi lokal, serta pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di Desa Tarabunga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari Strategi Promosi Wisata Desa Wisata Tarabunga di Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba yang berfokus pada pengembangan potensi wisata alam dan budaya adalah sebagai berikut:

1. Desa Wisata Tarabunga memiliki potensi wisata alam dan budaya yang kaya, seperti pantai, danau, air terjun, serta keberagaman budaya Batak Toba.
2. Strategi promosi wisata harus difokuskan pada pemasaran potensi wisata alam dan budaya Desa Tarabunga sebagai daya tarik unik yang membedakannya dari destinasi wisata lainnya.
3. Diperlukan promosi yang efektif dan terarah untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan terhadap Desa Wisata Tarabunga. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, website, pameran pariwisata, dan kerjasama dengan agen perjalanan.
4. Peningkatan aksesibilitas menuju Desa Tarabunga perlu menjadi prioritas, termasuk perbaikan dan pengembangan infrastruktur jalan serta transportasi publik yang memadai.

5. Dalam mempromosikan potensi wisata alam, penting untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dan konservasi alam. Desa Wisata Tarabunga dapat mengadopsi prinsip pariwisata berkelanjutan dan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pemeliharaan lingkungan.
 6. Pengembangan kerjasama dengan pihak swasta, seperti perusahaan pariwisata dan hotel, dapat mendukung promosi wisata Desa Tarabunga dan meningkatkan fasilitas pendukung wisata.
 7. Perlu dilakukan pengembangan program wisata yang berfokus pada pengalaman budaya, seperti festival budaya, workshop tradisional, dan pertunjukan seni lokal, guna menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman budaya autentik.
 8. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan dan promosi wisata dapat meningkatkan partisipasi mereka serta memberikan manfaat ekonomi yang lebih merata.
 9. Evaluasi secara berkala terhadap strategi promosi wisata yang dilakukan penting untuk mengetahui efektivitasnya dan melakukan perubahan yang diperlukan.
- Dengan mengimplementasikan strategi promosi wisata yang tepat, Desa Wisata Tarabunga di Kecamatan Tampahan, Kabupaten Toba dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat, dan mempromosikan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Pasuraman, 2001. *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. *Jurnal of Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toba*, 2023.
- Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. 2014. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa Wisata di DIY*.
- Hadiwijoyo, Suryo S. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)* 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip dan Amstrong Gary. (2008). *Principles of Marketing*. First Impression, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Marketing, Vol 60.
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset. Yogyakarta
- Wearing, S.L. and Donald, Mc. 2001. "The Development of Community Based Tourism: Re-Thinking The Relationsgip between Tour Operators and Development Agents

as intermediaries in rural and isolated area Communities,” Journal of Sustainable Tourism.

<http://www.berdesa.com/apa-beda-desa-wisata-dan-wisata-desa/>.