



PELATIHAN SDM PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA HUTATINGGI DAN SITUNGKIR

Febriana^{1*}, Dinar Sukma Pramesti²

^{1*}Prodi Pariwisata, Universitas Persatuan Islam

²Manajemen Perhotelan, Politeknik Internasional Bali

E-mail: febrianabee@gmail.com^{1*}

Received: 01/11/2023 Revised: 16/11/2023 Accepted: 29/11/2023

ABSTRACT

Post-pandemic tourism in Indonesia represents a pivotal moment for the country's tourism industry. There has been a notable shift in travel trends and tourist interests since the pandemic. These changes encompass domestic destinations, outdoor activities, and nature-based tourism. Recognizing this opportunity, the Ministry of Tourism and Creative Economy initiated Kampanye Sadar Wisata 5.0 program. This sustainable initiative involves outreach, training, and mentoring. One specific training activity focuses on fostering innovation in tourism product development. The objective is to enhance the capabilities of tourism professionals, particularly those in tourist villages. The training method involves interviews and focus group discussions conducted during initial socialization activities. The program provided participants with four modules: sustainable tourism, exploration, packaging, and presentation. The training spanned six consecutive days and targeted ten tourism enthusiasts from each of two tourist villages—Huta Tinggi and Situngkir. These villages identified their primary tourism products and innovated them; for instance, Huta Tinggi transformed pure milk into yogurt, while Situngkir utilized agricultural land to create onion-based massage oil. These products were incorporated into tour packages and marketed through the villages' respective social media accounts. Furthermore, this initiative translated into Community Service activities, aligning with the higher education's tri dharma mission.

Keywords: tourism awareness campaign, training, tourism village

ABSTRAK

Pariwisata pasca pandemi di Indonesia merupakan moment titik balik pariwisata Indonesia. Terjadi pergeseran tren berwisata dan minat wisatawan pasca pandemi. Diantaranya adalah tujuan destinasi di dalam negeri, dan melakukan kegiatan di area terbuka (*outdoor*) dan berbasis wisata alam. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melihat ini sebagai suatu peluang bagi desa wisata dalam menarik minat wisatawan. Merespon hal tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membuat program Kampanye Sadar Wisata 5.0, berupa program yang berkesinambungan dimulai dari sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Salah satu kegiatan pelatihan yang dibuat adalah pelatihan pengembangan inovasi produk wisata. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kesiapan dan kapasitas sumber daya manusia pariwisata khususnya di desa

wisata. Metode pelatihan dilakukan dengan memberikan 4 modul materi kepada peserta diantaranya, modul *sustainable tourism*, modul *exploring*, modul *packaging* dan modul *presentation*. Kemudian dilengkapi dengan test evaluasi dan tugas praktek. Pelatihan dilakukan dalam 6 hari secara berturut-turut dengan masyarakat sasaran yang terdiri dari 10 penggiat wisata masing-masing dari dua desa wisata yaitu dari desa wisata Huta tinggi dan Situngkir. Kedua desa sudah menemukan produk wisata utama dari masing-masing desa kemudian membuat inovasi produk yang awalnya susu murni menjadi yoghurt dari desa wisata Huta Tinggi dan lahan pertanian berupa minyak pijat berbahan dasar bawang merah dari kebun bawang masyarakat Desa Situngkir. Produk tersebut kemudian dikemas dalam paket wisata dan dipasarkan di akun sosial media masing-masing desa wisata. Kegiatan ini kemudian dituangkan ke dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sebagai wujud pemenuhan tri dharma perguruan tinggi.

Kata Kunci: kampanye sadar wisata, pelatihan, desa wisata

PENDAHULUAN

Pada Pedoman Desa Wisata (2021), Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya. Desa wisata memiliki unsur-unsur yang terintegrasi dengan baik, termasuk atraksi wisata, akomodasi, dan fasilitas pendukung, yang diselaraskan dengan gaya hidup dan tradisi masyarakat setempat.

Pariwisata pasca pandemi di Indonesia merupakan moment titik balik pariwisata Indonesia. Semua daya tarik wisata bebenah diri menyesuaikan kondisi pasca pandemi. Salah satu perubahan yang terjadi adalah, tren pariwisata berbasis *experience* dan *alternative tourism*. Hal ini pun dibuktikan oleh Sudjana, et.al (2021) bahwa minat wisatawan pasca pandemi lebih didominasi destinasi dalam negeri dan jenis wisata yang diminati adalah daya tarik wisata berbasis alam. Menurut Salimah, et. al (2023) terjadi perubahan perilaku wisatawan dan aktivitas wisata pasca pandemi COVID-19 Banyak orang beralih ke perjalanan yang lebih aman dan terbatas, seperti dalam kelompok kecil. Keterbatasan ruang aktivitas juga mendorong pergeseran minat wisatawan menuju daya tarik wisata alam. Selain itu, kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan meningkat karena adanya protokol keamanan dan kesehatan yang diterapkan selama pandemi COVID-19. Penggunaan teknologi juga menjadi faktor penting dalam perubahan ini.

Salah satu program Kementerian Pariwisata dan E konomi Kreatif untuk menjawab pergeseran yang terjadi adalah dengan diadakan kegiatan Kampanye Sadar Wisata. Kegiatan ini bertujuan memaksimalkan sumber daya manusia di desa wisata dengan mengadakan program pelatihan pengembangan inovasi produk wisata yang terdiri dari beberapa pelatihan antara lain, *sustainable tourism*, *Exploring*, *Packaging* dan *Presentation* yang berlangsung selama 1 tahun dari September 2022 - Agustus 2023. Pelatihan ini merupakan sebuah rangkaian

kegiatan Kampanye Sadar Wisata yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Pariwisata. etelah pelatihan tersebut, masyarakat desa pun diberikan pendampingan dalam pengembangan produk wisata tersebut.

Desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir merupakan dua desa yang berada di destinasi super prioritas lingkup Toba yang terpilih mengikuti pelatihan pengembangan inovasi produk wisata. Kedua desa ini berada di Kecamatan Pangurururan Kabupaten Samosir. Desa wisata Huta Tinggi berada pada tahap berkembang, sedangkan desa wisata Situngkir di tahap rintisan. Pada saat ini, atraksi wisata yang ditawarkan desa wisata Huta Tinggi antara lain, paket wisata membuat Dali Ni Horbo. Pada paket wisata ini wisatwan akan belajar membuat sajian keju khas Batak Toba, dimulai dari pemerah susu Kerbau dan mengolah dari awal hingga menjadi Dali Ni Horbo. Kemudian atraksi lainnya berupa aktivitas memetik kopi dan sayuran di ladang masyarakat dan melihat tari-tarian dari suku Batak Toba. Potensi yang kemudian ingin dikembangkan oleh masyarakat Desa Wisata Huta Tinggi adalah olahan dari Susu Kerbau. Pada Desa Situngkir, atraksi yang ditawarkan berupa daya tarik wisata berbasis alam. Pantai pasir putih indah menjadi daya tarik utama Desa Wisata Situngkir. Potensi yang dimiliki berupa kerajinan anyaman Bambu yang sudah lama digeluti oleh masyarakat Desa Wisata Situngkir. Diharapkan setelah mendapatkan semua materi selama pelatihan kedua desa wisata ini dapat membuat gebrakan dalam inovasi produk wisata. Hal ini dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan tentunya memaksimalkan potensi SDM yang ada di Desa Wisata. Kegiatan pelatihan melibatkan masing-masing 10 penggiat pariwisata dari Desa Wisata Huta Tinggi dan Situngkir. Kesepuluh orang tersebut terdiri dari anggota pokdarwis, kelompok kuliner dan UMKM desa.

Dengan adanya program pelatihan pengembangan inovasi produk wisata di desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir, maka kegiatan tersebut pun menjadi salah satu sarana Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dapat dilakukan secara kontinyu.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Pandemi Covid 19 menjadi titik balik kepariwisataan Indonesia. Pada saat Pandemi, semua kegiatan pariwisata terhenti. Pasca pandemi COVID-19, diketahui terjadi pergeseran tren wisata berbasis *experience* dan *alternative tourism*. Dalam hal ini, desa wisata dianggap memiliki potensi yang sangat baik guna menjawab kebutuhan tersebut. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kemudian menyiapkan desa-desa wisata untuk menyambut geliat wisatawan pasca pandemi dengan salah satu program yaitu Kampanye Sadar Wisata 5.0 (KSW) dimana pada salah satu program ini memberikan pelatihan kepada SDM Pariwisata di desa-desa wisata. Salah satu tujuan dari kegiatan ini adalah penyiapan SDM yang memiliki standar kualitas pelayanan dan kapasitas bidang pariwisata dan

ekonomi kreatif. Program KSW ini diberikan pada desa-desa wisata yang berada di kawasan destinasi super prioritas di Indonesia.

Desa Wisata Huta Tinggi dan Desa Situngkir termasuk kedalam desa wisata yang berada pada destinasi superprioritas kawasan Toba. Kondisi kedua desa wisata yang ikut dalam pelatihan pengembangan inovasi produk wisata ini sangat berbeda. Desa wisata Huta tinggi merupakan salah satu desa yang masuk ke dalam 50 besar desa wisata terbaik penghargaan anugerah desa wisata Indonesia (ADWI) tahun 2021. Dengan masuknya ke dalam nominasi ini, harapan kepada kemajuan desa wisata Huta Tinggi pun cukup besar. Desa Wisata Huta Tinggi memiliki potensi diantaranya pemandangan Danau Toba dari ketinggian Desa Wisata Huta Tinggi, kearifan lokal, kuliner khas dan budaya. Kebanyakan wisatawan yang datang ke desa wisata Huta Tinggi adalah wisatawan mancanegara. Pasca pandemi, di tahun 2021 wisatawan belum banyak datang kembali. Kondisi ini memberikan waktu bagi penggiat desa wisata untuk melakukan evaluasi dan perbaikan untuk kemudian dapat menarik kembali minat wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Huta Tinggi. Di sisi lain, Desa Wisata Situngkir merupakan desa wisata yang masih berada di tahap rintisan. Potensi yang dimiliki berupa alam Danau Toba, kearifan lokal, dan budaya berupa peninggalan rumah adat Batak. Kondisi awal, Desa Wisata Situngkir belum memiliki paket wisata, wisatawan yang datang pun hanya karena mengunjungi Danau Toba di Pulau Samosir yang mana salah satu spot pantainya ada di Desa Situngkir. Hal tersebut menjadi tantangan yang dihadapi oleh Desa Wisata Huta Tinggi dan Situngkir. Dengan adanya program KSW ini, diharapkan kedua desa tersebut dapat melakukan inovasi pada produk wisata yang dimiliki, untuk kemudian menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Kegiatan pelatihan dilakukan selama 6 hari dan dibagi menjadi 4 Modul, yaitu modul *sustainable tourism, exploring, packaging* dan *presentation*. Kegiatan pelatihan ini sekaligus merupakan bentuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang wajib dilaksanakan oleh dosen untuk memenuhi Tri Dharma Perguruan Tinggi.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Kegiatan pelatihan ini menyasar penggiat pariwisata desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir. Adapun target dari kegiatan pelatihan ini adalah:

- 1) Dikembangkannya inovasi produk wisata di desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir
- 2) Meningkatnya kapasitas dan kemampuan SDM pariwisata desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir
- 3) Meningkatkan kesiapan SDM pariwisata desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir dalam menyambut wisatawan
- 4) Meningkatnya jumlah wisatawan yang datang
- 5) Meningkatkan pendapatan masyarakat desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir

KETERKAITAN

Kegiatan PkM ini juga sesuai dengan amanat Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pada Pasal 20 ayat 2 menyatakan bahwa Perguruan Tinggi berkewajiban menyelenggarakan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat. Berdasarkan hal tersebut maka, kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam memaksimalkan sumber daya manusia di desa wisata ini dijadikan kesempatan untuk sekaligus melakukan kegiatan pengabdian masyarakat. Adapun materi pelatihan menyesuaikan dengan modul yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dibagi menjadi empat modul kegiatan yaitu modul *sustainable tourism*, modul *exploring*, modul *packaging* dan modul *presentation*. Kegiatan dilakukan beruntun dalam lima hari dengan mengundang perwakilan desa wisata di Kabupaten Samosir, Sumatera Utara. Dua dari beberapa desa tersebut adalah desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir.

METODE KEGIATAN

Program pelatihan desa wisata yang dilaksanakan dibagi menjadi empat pelatihan antara lain; 1) Modul *sustainable tourism* yang berupa pemberian materi mengenai pengembangan daya tarik dengan konsep berkelanjutan, 2) Modul *exploring*, dimana pada modul ini anggota pelatihan diberikan materi mengenai teknik *exploring* inovasi produk pariwisata, 3) Modul *packaging* berupa pelatihan penyusunan paket wisata berbasis digital, 4) Modul *Presentation* yang berupa pelatihan digital *marketing & promotion*. Pelatihan diawali dengan pemberian materi, dilanjutkan dengan sesi diskusi dan praktek di kelas. Lama pelatihan dilakukan dalam 5 hari.

PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

Kegiatan pelatihan diawali dengan acara pembukaan dan perkenalan pada tanggal 28 September 2022 di Hotel JTS Samosir. Desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir, masing-masing mengirim 10 peserta yang terdiri dari pokdarwis, kelompok kuliner dan UMKM. Kegiatan ini diawali dengan sambutan dari Kemenparekraf dan Dinas Pariwisata Samosir, kemudian dilanjutkan dengan acara perkenalan dan pemberitahuan mengenai peraturan selama pelatihan berlangsung.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan
Desa Wisata Huta Tinggi
(Sumber : Dokumentasi, 2022)



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan
Desa Wisata Situngkir
(Sumber : Dokumentasi, 2022)

Modul Sustainable Tourism

Setelah acara pembukaan, masuk ke dalam materi pertama dari yaitu *sustainable tourism*. Materi ini diberikan kurang lebih 4 jam dan disampaikan dengan pemberian materi berupa presentasi, video dan contoh2 kasus. Akhir kelas dilakukan diskusi dan evaluasi berupa lembar kerja. Hal ini ditujukan untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta pada materi yang telah diberikan. Adapun materi yang diberikan yaitu:

- 1) Pengertian, konsep, pendekatan pariwisata berkelanjutan. Melalui materi ini diharapkan peserta dapat memiliki pemahaman yang tepat dan mendalam mengenai pariwisata berkelanjutan.
- 2) Aplikasi pariwisata berkelanjutan pada destinasi dan industri pariwisata. Melalui materi ini peserta diharapkan memiliki wawasan mengenai palikasi pariwisata berkelanjutan pada destinasi dan insutri pariwisata lainnya seperti, hotel, penyedia layanan makanan dan minuman, perjalanan wisata dan MICE.

Hasil yang didapatkan oleh peserta pada Modul ini adalah, pengetahuan mengenai pentingnya *suistainable tourism* dan bagaimana penerapannya di desa wisata. Selain itu, peserta pun mengidentifikasi sejauh mana penerapan suistainable tourism di desa wisatanya masing-masing.

Modul Exploring

Setelah hari pertama dilanjutkan dengan modul 2 berupa teknik exploring. Materi ini berisi antara lain;

1. Pengertian, konsep dan definisi mengenai daya tarik wisata, produk wisata, potensi wisata dan inovasi. Dimateri pertama ini diharapkan peserta pelatihan dapat memahami prinsip dasar saya tarik wisata, menemukenali potensi di desanya masing-masing.
2. Materi kedua berupa indetifikasi atraksi, akomodasi, aksesibilitas, amenitas

dan anciany (5A). Pada tahap ini, peserta duduk secara berkelompok dan berdiskusi juga menganalisis 5A yang sudah dimiliki ataupun belum dimiliki oleh desanya.

3. Setelah melakukan identifikasi 5A, peserta kemudian menganalisis dan menentukan bagian dari desa wisata yang berupa produk inti, produk aktual dan produk tambahan. Pada materi ini, peserta berdiskusi dan menganalisis atraksi mana yang akan mereka pilih menjadi produk utama dan dilakukan inovasi.
4. Materi terakhir adalah tahap dimana peserta sudah mendapatkan produk inti, aktual dan tambahan serta memberikan ide inovasi yang akan dilakukan pada produk tersebut.



Gambar 3. Kegiatan Diskusi Modul Exploring
(Sumber : Dokumentasi, 2022)

Kegiatan tersebut dimulai pada pukul 08.00-15.00. Peserta berada dalam satu kelas, dan berada dalam formasi diskusi. Disela-sela diskusi, diberikan pula kesempatan bagi peserta untuk mengerjakan identifikasi dan analisis di depan kelas, untuk kemudian dapat dikoreksi bersama dengan narasumber. Hasil akhir yang diharapkan pada pelatihan modul dua ini adalah, peserta yang terdiri dari penggiat pariwisata di desanya dapat menemukan sebuah produk wisata baik produk baru yang lahir pada saat melakukan analisis atau produk lama yang kemudian dianggap masih menjadi produk utama tetapi membutuhkan inovasi. Untuk kemudian kesimpulan tersebut dapat dibawa terus sampai dengan modul akhir kegiatan pelatihan.

Diakhir sesi, hasil yang didapatkan oleh desa wisata Huta Tinggi adalah berupa produk inti yaitu susu sapi yang pada saat ini hanya diolah menjadi susu segar sebagai *welcome drink* wisatawan untuk kemudian akan dibuat dengan inovasi menjadi yoghurt. Sedangkan pada desa Situngkir memilih hasil kebun bawang merah yang banyak dimiliki oleh masyarakat local untuk kemudian

olahan bawang tersebut dijadikan oleh-oleh bagi wisatawan.

Hasil dari pelatihan ini adalah, kemampuan dari para penggiat wisata di desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir melakukan identifikasi potensi juga analisis produk wisata menggunakan teknik exploring.

Modul Packaging

Pada Modul ketiga, peserta diberikan materi mengenai packaging. Modul ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan dan kemampuan peserta dalam mengidentifikasi dan menggali potensi produk wisata guna memaksimalkan penciptaan dan pengembangan produk cenderamata yang memiliki ciri khas/keunikan daerahnya.

1. Produk dan Komponen Produk Pariwisata, materi ini berisi pengertian dan konsep produk wisata, karakteristik dan komponen produk pariwisata. Peserta berada di ruang kelas dan menerima materi dari narasumber.
2. Memahami minat dan Motif Calon Wisatawan, materi kedua ini diharapkan agar peserta dapat paham dan mengenali motif calon wisatawan yang ditargetkan dalam pengemasan produk wisata. Peserta masih menerima materi dalam kelas dan mulai melakukan tanya jawab dengan narasumber.
3. Packaging Produk Pariwisata, materi dimana peserta mempelajari bagaimana mengemas produk pariwisata dengan mengenali definisi dari packaging produk itu sendiri. Dan mulai berlatih membuat sebuah paket wisata sederhana. Pada materi ini peserta melakukan beberapa langkah untuk dapat membuat paket wisata, diawali dengan menemukan ide paket produk pariwisata, menentukan tujuan dan sasaran, mengidentifikasi kekuatan dan peluang, latihan identifikasi komponen atraksi, mengidentifikasi pasar sasaran, durasi paket, menghitung harga paket dan administrasi paket. Semua langkah ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada peserta pelatihan pada saat akan membuat sendiri paket wisata di desanya.
4. Memasarkan Produk Pariwisata secara Digital, peserta pada materi ini akan mendapatkan materi mengenai betapa pentingnya marketing digital pada saat ini. Materi ini akan memberikan peserta ilmu mengenai strategi pemasaran produk pariwisata melalui media digital.



Gambar 4. Paket Wisata Desa Situngkir
(Sumber : Dokumentasi, 2022)

Hasil pelatihan modul *packaging* ini adalah, para penggiat pariwisata di desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir, memiliki kemampuan membuat sebuah paket wisata yang menarik bagi wisatawan. Kemudian memahamni akan pentingnya marketing digital melalui media sosial.

Modul Presentation

Pada modul presentation diharapkan peserta dapat memahami dan. Melakukan presentasi produk wisata secara verbal, visual dan tekstual. Peserta akan melakukan presentasi secara lisan, termasuk story telling. Dapat memilih diksi, ilustrasi dan menulis caption pada foto/ gambar produk wisatanya dan menulis narasi melalui blog, feature aupun berita di linimasa. Pelatihan ini disampaikan dalam 360 menit yanterdiri dari 120 menit teori dan 240 menit praktek. Berikut materi yang diberikan kepada peserta pada saat pelatihan modul presentation:

1. Presentasi Produk Pariwisata menjadi materi pertama pada pelatihan modul presenting. Peserta akan diberikan materi mengenai pengertian dan tujuan presentasi, jenis-jenis presentasi, elemen utama presentasi dan pentingnya ketrampilan presentasi.
2. Bauran Presentation (*presentation mix*), pada materi ini peserta mendapatkan pemahaman mengenai definisi bauran presentasi, *hard capacity*, *soft capacity* dan penjelasan definisi juga faktor-faktor yang mempengaruhi secara detail.
3. Presentasi Verbal Produk Pariwisata berisi materi mengenai pemahaman presentasi secara verbal, bentuk-bentuk presentasi verbal, juga tips dan

- teknik pada saat presentasi. Pada materi ini, peserta diminta untuk berlatih didepan kelas.
4. Presentasi Visual salah satu materi yang didapatkan oleh peserta. Materi diawali dengan memahami pengertian presentasi visual, manfaat, jenis-jenis dan penyiapan presentasi visual. Pada materi ini, peserta diharapkan dapat langsung praktik membuat presentasi visual dari laptop atau handphone yang mereka punya.
 5. Presentasi Tekstual adalah materi terakhir yang didapatkan pada pelatihan batch 1 ini. Peserta akan mendapatkan metri mengenai pengertian presentasi tekstual juga membuat simulasi dan mengerjakan tes evaluasi untuk keseluruhan materi.



Gambar 5. Pembuatan Konten Instagram Desa Wisata Huta Tinggi
(Sumber : Dokumentasi, 2022)

Hasil dari pelatihan Modul Presentation adalah, para penggiat pariwisata di desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir mengenal beberapa tools untuk mempresentasikan paket wisata yang akan mereka pasarkan. Peserta pun mengenal jenis-jenis presentasi yang dapat mereka buat untuk mengenalkan paket/produk wisata yang mereka miliki. Pada modul ini, peserta pun membuat tugas berupa membuat video singkat yang mempresentasikan produk/paket wisata yang telah mereka rancang di modul sebelumnya, juga membuat akun sosial media sederhana, seperti instagram, facebook dan twitter.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan ini merupakan program Kementrian Pariwisata dan ekonomi Kreatif yang dituangkan ke dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Pelatihan yang diberikan terdiri dari 4 modul yaitu modul sustainable tourism,

modul exploring, modul packaging dan modul presentation. Tujuan dari pelatihan yang dilakukan adalah untuk pengembangan kapasitas SDM di desa wisata sebagai penggiat pariwisata di desa Huta Tinggi dan Situngkir agar mampu mengembangkan desa wisata dengan konsep *sustainable tourism*, mampu menggunakan teknik *exploring* dalam menemukan potensi desa wisata, mampu menemukan produk inti yang kemudian dikembangkan inovasinya sebagai produk wisata baru, mampu mengemas paket wisata dan memasarkan produk wisata baik secara langsung ataupun menggunakan media sosial. Setelah melihat di akhir penyampaian modul, semua tujuan yang diharapkan tersebut sudah tercapai, ini terlihat dari hasil akhir modul berupa paket wisata yang dihasilkan oleh peserta dari kedua desa wisata selama pelatihan. Kedua desa sudah menemukan produk wisata utama dari masing-masing desa kemudian membuat inovasi produk yang awalnya susu murni menjadi yoghurt dari desa wisata Huta Tinggi dan lahan pertanian berupa minyak pijat berbahan dasar bawang merah dari kebun bawang masyarakat Desa Situngkir. Produk tersebut kemudian dikemas dalam paket wisata dan diposting di akun sosial media masing-masing desa wisata. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat terlaksana dengan baik dan bersambung sehingga membawa Desa Wisata Situngkir dan Huta Tinggi mampu menjadi desa wisata yang penuh inovasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih dan penghargaan dihaturkan kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia khususnya Deputy Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan yang telah membuat Program Pelatihan dan Pengembangan Inovasi Produk Wisata Serta semua pihak yang terlibat di Pulau Samosir dan semua peserta dari desa wisata Huta Tinggi dan Situngkir yang menyambut baik juga berpartisipasi dalam kegiatan pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Handoko. (2022). Modul Inovasi Produk Pariwisata. Jakarta: Direktorat Pengembangan SDM Pariwisata Kemenparekraf.
- Pedoman Desa Wisata (2021). Jakarta. Kementrian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Revida, et.al (2021). Inovasi Desa Wisata: Potensi, startegi dan dampak kunjungan wisatawan. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Damanik,J & Weber, Helmut F. 2006. Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Salimah, et.al (2023). Perubahan Perilaku Wisatawan dan Aktivistis Wisata Pasca Terjadinya Pandemi COVID 19 di Kota Yogyakarta. Surabaya. Jurnal Penataan Ruang. Vol. 18
- Sudjana, et.al (2021). *Revenge Tourism: Analisis Minat Wisatawan Pasca PAndemi Covid-19*. Yogyakarta. Pringgitan. Vol. 2 No.1

Octaviany, V. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Pariwisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Bale Seni Barli - Kota Baru Parahyangan. *Tourism Scientific Journal*.Vol.1 No.2 .

Jadesta Kemenparekraf. Diakses tanggal 25 Juli 2023. Dari <https://jadesta.kemenparekraf.go>