***The iProduct iAnalysis iof iToba iCaldera iGeopark iin iRealizing iToba iRegency iTourism iBranding***

***Muhammad iDaud iSiregar*1**

**1Politeknik iPariwisata iMedan**

**Correspondence i: iMuhammad iDaud iSiregar, iPoliteknik iPariwisata iMedan**

**Email i:** [**imdaudsir@gmail.com**](imdaudsir@gmail.com)

**DOI :** <https://doi.org/10.36983/thcij.v2i1.341>

***ABSTRACT***

*This istudy iaims ito ianalyze iexisting itourism iproducts iin iToba iRegency iin irealizing iToba iRegency itourism ibranding. iThe iresearch imethod iused iin ithis istudy iis ia iqualitative imethod iwith idescriptive ianalysis itechniques. iResearch ifindings: i(1). iNature iis ithe imain iattraction iin iToba iRegency. i(2). iExisting itourist ifacilities iin iToba idistrict iare iadequate iand imeet ithe ineeds iand idesires iof itourists. i(3). iAccessibility iin iToba iRegency ihas imet ithe iquality iaspect, iso iit ican iprovide isecurity iand icomfort ifor itourists. iRecommendations: i(1) iToba iRegency itourism ibranding, inamely iThe iKaldera iToba iNomadic iEscape iPesona iAlam i(2) iIt iis inecessary ito ido ia ibetter iplanning iand idevelopment iof ithe inatural itourist iattraction iof iToba iRegency. i(3) iThere ineeds ito ibe ian iincrease iin imaintaining ithe ibeauty ior ipreservation iof inature iwhich iis iquite ibeautiful iin iToba idistrict.*

***Keywords: iCaldera, itourism iproducts, ibranding***

**Analisis iProduk iGeopark iKaldera iToba idalam iMewujudkan i*Branding* iPariwisata iKabupaten iToba**

**ABSTRAK**

Penelitian iini ibertujuan iuntuk imenganalisis iproduk ipariwisata iyang iada idi iKabupaten iToba idalam imewujudkan ibranding ipariwisata iKabupaten iToba. iMetode ipenelitian iyang idigunakan idalam ipenelitian iini iyaitu imetode ikualitatif idengan iteknik ideskriptif ianalisis. iTemuan ipenelitian i: i(1). iAlam i iyang imenjadi idaya itarik i iutama idi iKabupaten iToba. i(2). iFasilitas iwisata iyang iada idi ikabupaten iToba isudah imemadai idan imemenuhi idari ipada ikebutuhan idan ikeinginan iwisatawan. i(3). iAksesibilitas idi iKabupaten iToba isudah imemenuhi idari iaspek ikualitas, isehingga i idapat imemberikan ikeamanan idan ikenyamanan ibagi iwisatawan. iRekomendasi i: i(1) iBranding ipariwisata ikabupaten iToba iyaitu iKaldera iToba iPesona iAlam i i(2) iPerlu idilakukannya isuatu iperencanaan idan ipengembangan iyang ilebih ibaik iterhadap idaya itarik iwisata i ialam ikabupaten iToba. i(3) iPerlu iadanya ipeningkatan imenjaga ikeindahan iatau ikelestarian ialam iyang icukup iindah idi ikabupaten iToba.

**Kata ikunci**, **i:** i**Kaldera, iproduk ipariwisata, i*branding***

**PENDAHULUAN**

Kabupaten iToba imerupakan idestinasi ipariwisata iyang iada idi iprovinsi iSumatera iUtara. iDimana ikabupaten iini imemiliki idaya itarik iwisata ialam idan ibudaya iyang iindah isehingga ibanyak idikunjungi ioleh i iwisatawan imancanegara imaupun idomestik, imaka iitu ikabupaten itersebut imenjadi isuatu idestinasi ipariwisata iunggulan iyang iada idi iprovinsi iSumatera iUtara. iAkan itetapi iKabupaten iToba iakan imemiliki ibranding ipariwisata iyang iberdaya isaing.

Danau iToba iadalah iDanau iterluas idi iAsia iTenggara iyang iterbentuk idari iledakan isupervolcano iGunung iToba isekitar i74.000 itahun iyang ilalu, ikawasan iini imerupakan iwisata iyang idikenal idengan ilegenda, isejarah idan ikekayaan ialam idan ibudaya iyang imelimpah imenjadikan ikawasan iini isebagai ikawasan ipariwisata i(Gottardello i& iKarabag, i2020). iPemanfaatan ikekayaan igeologi iuntuk ikegiatan iwisata idan iekonomi iyang iberwawasan ilingkungan idi iIndonesia idapat idilakukan idengan ikonsep igeowisata.

Dalam iPeraturan iPresiden iRepublik iIndonesia iNo. i09 iTahun i2019 itentang iPengambangan iTaman iBumi i(Geopark), iunsur iutama idi idalam iGeopark iterbagi imenjadi i3 iyaitu iGeodiversity, iBiodiversity idan iCultural idiversity. iGeopark iKaldera iToba imemiliki iketiga iunsur itersebut. iGeodiversity iatau ikeanekaragaman ibatu-batuan idan ihayati idapat idilihat idari ibatuan ilama iyang iterbentuk isemenjak iletusan isupervulcano iGunung iToba i(Got, i2014). i

Keragaman icultural idiversity iatau ikeragaman ibudaya, idapat idilihat idari ibudaya isuku iBangsa iBatak iyang imemiliki iciri ikhas itersendiri idan isudah iberlaku iturun itemurun, ibaik idari iagama, itradisi, ikultur, inorma isosial, idan imenjadi isatu ikesatuan iyang itidak iterpisahkan iseperti iyang iada idi iperkampungan isi iRaja iBatak i(Revida, i2006). iGeopark iKaldera iToba ijuga imemiliki ibiodiversity iatau ikeragaman ihayati ietnobotani iBatak, idilakukan idi ipusat ipelestarian itanaman ikhas iBatak, idan iIhan iBatak iyang isudah ihampir ipunah i(Trivedi iet ial., i2009). i

Dalam imewujudkan iGeopark iKaldera iToba imenjadi ibagian iUGG, iterdapat ibeberapa isyarat iatau irekomendasi iyang iharus idipenuhi, iseperti iaksesibilitas, ifasilitas, ipemberdayaan imasyarakat idan ifaktor ipendukung ipariwisata ilainnya iseperti iyang idiamanatkan idalam iDossier iGeopark iKaldera iToba. iMeskipun iGeopark iKaldera iToba itelah idiakui isebagai ibagian idari iUNESCO iGlobal iGeopark ipada i09 iJuli i2020 idan isampai isaat iini ipembangunan idi ikawasan iDanau iToba imasih idilakukan. iSetiap irencana ipengembangan iyang iterlaksana iakan idilakukan ipeninjauan itentang iprogram iyang itelah, isedang, imaupun iyang iakan idilakukan iuntuk imelihat irealisasi idari isetiap iprogram. iDimana iproduk ipariwisata imerupakan iaspek ipenting idalam iperumusan isuatu ibranding iterhadap idestinasi ipariwisata, ikarena i iproduk iwisata iyang imenjadi iunsur ipenawaran iterhadap ipermintaan ipasar iwisatawan. i

Branding isekarang isecara iluas idiakui isebagai ialat iampuh ibagi iperusahaan iuntuk idigunakan iuntuk ikeuntungan imereka idalam imencapai idaya isaing idengan imemperkuat ipasar, ikarena imenghasilkan inilai ibaik ibagi iprodusen idan ikonsumen i(Keller, i2013). iCitra iunik isuatu idestinasi iperlu idianggap isebagai iasosiasi imerek iyang ipenting iuntuk imempengaruhi ibrand idestination. iMenciptakan idestination iimage imenjadi idasar iuntuk ibertahan idalam ipasar iyang ibersaing isecara iglobal idi imana iberbagai itujuan ibersaing isecara iintens i(Hanzaee i& iSaeedi, i2011). iDestination ibranding iadalah isebuah iproses ipenyeleksian ibauran ielemen iuntuk imengidentifikasi idan imembedakan itempat imelalui ipembangunan icitra ipositif.

Destination ibranding imenawarkan ijanji ipengalaman iyang idikenang itentang isebuah itempat. iBicara itentang isebuah itempat, itak ibisa iterlepas idari ipariwisata. iSebagai isalah isatu ipenggerak iroda iperekonomian iterbesar, ipariwisata imenghasilkan ipendapatan inegara iyang ibesar. iMelihat ipentingnya idestination ibranding, inegara-negara idi idunia ibersaing imenunjukkan ikarakter iuniknya idi imata idunia. iPersaingan idalam idestination ibranding isemakin iketat. iApalagi ijika imelihat ipariwisata iIndonesia iyang imasih ikalah idari inegara ilain, iterutama inegara itetangga iseperti iSingapura, iMalaysia, idan iThailand.

Danau iToba ibaru-baru iini iditahbiskan isebagai isalah isatu idari i10 ikawasan iEkonomi iKhusus iPariwisata i(KEKP) ioleh ipemerintah, ibersamaan idengan iBorobudur idi iJawa iTengah, iMandalika idi iNTB, idan i7 ikawasan ipariwisata istrategis ilainnya. iOleh isebab iitu, iBadan iOtorita iPengelola iKawasan iPariwisata iDanau iToba i(BOPKPDT) idibentuk ipada itanggal i1 iJuni i2016 iyang isecara ikhusus ibertugas iuntuk imendukung ipercepatan idan ipembangunan ipariwisata idi ikawasan iDanau iToba i(Yunita, i2016). iSalah isatu iusaha iyang idilakukan iuntuk imenimbulkan ikeunikan ipada iKawasan iDanau iToba iini itentunya idengan imemenuhi ikonsep imodel idestination ibranding iyang imemiliki itiga idimensi iyang icognitive iimage, iunique iimage idan iaffective iimage i(Hanzaee i& iSaeedi, i2011) idan i(Qu iet ial., i2011).

Bebarapa ihasil ipenelitian imenunjukkan ibahwa icitra idestinasi imerupakan itotal ikesan ievaluasi ikognitif idan iafektif i(Ekinci i& iHosany, i2006), idisarankan ibahwa iasosiasi imerek iharus imencakup ikomponen icitra ikognitif idan icitra iafektif i(Wu iet ial., i2002). iKedua ikomponen iini imerupakan iindikator iyang iberpengaruh iterhadap icitra idestinasi i(destination iimage) i(Hosany iet ial., i2006) idan i(Code iet ial., i2020).

**TINJAUAN iPUSTAKA**

**Kajian iTeori**

Menurut i(Septianto, i2012) i“Pengembangan iadalah isuatu iproses iatau icara imenjadikan isesuatu imenjadi imaju, ibaik isempurna idan iberguna”. iYoeti imenegaskan ibahwa ipengembangan isuatu iproduk ipada idasarnya iadalah iusaha iyang idilakukan isecara isadar idan iberencana iuntuk imemperbaiki iproduk iyang isedang iberjalan idan imenambah ijenis iproduk iyang idihasilkan iatau ipun iyang iakan idipasarkan i(Yoeti, i1996).

***Branding***

Dalam ipemasaran isebuah idaerah iatau inegara i iSimon i iAnholt i imenyatakan i ibahwa ination i ibranding i itermasuk i idalam i ibrand. i iNation ibranding i i i imerupakan isebuah irealitas i iyang ikomplek idari isuatu inegara idengan icara imerangkum i ibudaya, i isejarah, i imasyarakat, ipemerintah i idalam i isuatu i igambar i idan i ilogo iyang inantinya iakan imemberikan i ipositioning idan i idifferentiation i idari i ibrand i itersebut. i iNation i ibranding i ibertujuan i iuntuk i imenciptakan ireputasi itentang isuatu inegara idi i imata i iaudiens i iinternasional, i ireputasi i iinilah i iyang i imemberikan i iimage i inegara, i ijika i isuatu inegara i imemiliki i iimage i iyang ipositif idi i imata i iinternasional, iwisatawan iakan itertarik iuntuk i iberkunjung ike inegara itersebut.

Menurut i i(Anholt, i2005) i ielemen-elemen idari ination ibranding isaling iberkaitan iuntuk i imenciptakan i igambaran i idan i ipersepsi i itentang isuatu inegara, idiantaranya iadalah i(1) i iTourism i iyang i imenangkap i itingkat iketertarikan i ituris i iuntuk i imengunjungi i isuatu inegara i idilihat i idari i itempat i iwisata i ialam imaupun i ibuatannya, i i(2) i iCulture, i ikarena iperkembangan i ipariwisata i isangat i iterkait idengan i iperkembangan i ibudaya, i isumber ibudaya i iyang i iunik i iakan i imenjadi i idaya i itarik iwisata, i i(3) i iPeople, i iPenduduk i iatau imasyarakat i iyang i iberada i idi i isuatu i inegara imemberikan i ipenilaian i iakan i inegara i itersebut ibegitu i ipula i ireputasi i ipenduduk, i iketerbukaan idan itingkat ikeramahan ipenduduk.

**METODOLOGI i**

Metode ipenelitian iyang idigunakan idalam ipenelitian iini iyaitu imetode ikualitatif idengan iteknik ideskriptif ianalisis. iDimana ipenelitian ikualitatif ipada ihakekatnya iadalah imengamati iorang idalam ilingkungan ihidupnya, iberinteraksi, iberusaha imemahami itafsiran imereka itentang idunia idisekitarnya iDalam ipenelitian iini iyang iakan idiamati iadalah iwisatawan idan iproduk ipariwisata iyang iada idi ikabupaten iToba. i

**HASIL iDAN iPEMBAHASAN**

**Hasil iPenelitian idan iAnalisis iMotivasi iBerkunjung iKe iKabupaten iToba**

**Tabel i**

**Motivasi iWisatawan iBerkunjung iKebupaten iToba**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **JAWABAN iRESPONDEN** | **JUMLAH iRESPONDEN** | **PERSENTASE**  **i(%)** |
| 1. | Atraksi iBudaya | 0 | 0 |
| 2. | Atraksi iAlam | 30 | 100 |
| 3. | Atraksi iBuatan | 0 | 0 |
| 4. | Atraksi iKuliner | 0 | 0 |
| Total | | 30 | 100 |

**i i i i i i i i i i**Sumber: iHasil iOlahan iData i2022

Dari itabel ijawaban iresponden idi iatas idapat idiketahui ibahwa i idari i30 iwisatawan iyang idijadikan isebagai iresponden idalam ipenelitian iini iuntuk imemberikan ipendapat iatau ipandangan iterhadap imotivasi iberkunjung ike iToba. iDari i30 iresponden imenjawab imotivasi iberkunjung ike iToba i i idikarenakan idaya itarik iAlam iKaldera. iArtinya ibahwa imayoritas iwisatawan iberkunjung ike iToba iuntuk imelihat idaya itarik ialam iyang iada idi iKaldera iKabupaten iToba. i i i

Berdasarkan idari ipendapat idi iatas imaka idapat idikatakan ibahwa ialam iyang imenjadi idaya itarik iwisata iutama idi iKabupaten iToba isementara idaya itarik ibudaya ihanya ipendukung. i

**Daya iTarik iWisata**

**Objek iWisata i****Geosite iSilalahi-Sabungan**

Geosite iSilalahi iSabungan iberlokasi idi iKabupaten iDairi iatau iberada ipada isisi ibarat ilaut idari iKaldera iToba iyang imana imerupakan ijalan ipenghubung iantara iTongging idengan iSumbul idan iSidikalang. iArea iini iberwujud ilembah iyang isangat ibesar idan iterdapat ireruntuhan iformasi iKaldera iToba. iHal itersebut idibuktikan idengan iditemukannya ibongkahan-bongkahan iyang iberukuran ibervariasi idari iberbagai imacam ibatuan ipenyusun idinding ikaldera.



**Gambar Objek Wisata Geosite Silalahi-Sabungan**

Sumber: Hasil Survei 2022

**Objek iWisata iGeosite iSibaganding**

Geosite iSibaganding iberlokasi idi iKabupaten iSimalungun. iMerupakan ibagian idari iformasi ibatuan iSibaganding iyang itersusun ioleh ibatugamping ipackstone, igrainstone, isilt-sandstone, idan ikonglomerat. iFormasi itersebut imemiliki irentang iumur iMesozoikum-Eosen.

****

**Gambar Objek Wisata Geosite Sibaganding**

Sumber: Hasil Survei 2022

**Tabel iPendapat iWisatawan iTerhadap iDaya iTarik iWisata iAlam**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **JAWABAN iRESPONDEN** | **JUMLAH iRESPONDEN** | **PERSENTASE**  **i(%)** |
| 1. | Menarik | 30 | 100 |
| 2. | Sangat iMenarik | 0 | 0 |
| 3. | Tidak iMenarik | 0 | 0 |
| 4. | Sangat iTidak iMenarik | 0 | 0 |
| Total | | 30 | 100 |

i Sumber: iHasil iOlahan iData i2022

` Dari itabel i ijawaban iresponden idi iatas idapat idiketahui ibahwa i isecara ikeseluruhan i(100 ipersen) i idari i30 iwisatawan iyang idijadikan isebagai iresponden idalam ipenelitian iini imemberikan ijawaban i iterhadap ipandangan imengenai idaya itarik iwisata ialam iyang iada idi iKabupaten iToba imenarik. i iArtinya ibahwa idaya itarik iwisata ialam iyang iada idi iToba imemiliki inilai idaya itarik iterhadap iwisatawan iyang iberkunjung ike iToba.

**Daya iTarik iWisata iBudaya**

**Objek iWisata ibudaya iMuseum ipribadi iT.B iSilalahi iCenter**

Museum iTB. iSilalahi iadalah iyayasan inirlaba iyang ididirikan ioleh iLetjen iTNI i(Purn) iDr. iTiopan iBernhard iSilalahi. iYayasan iini ididirikan idengan itujuan iuntuk imelestarikan ibudaya iBatak idan imembentuk ikarakter imasyarakat iBatak. iYayasan iini idirikan iberdasarkan iakta inomor i10 itanggal i7 iAgustus i2006 idan iakta inomor i7 itanggal i8 iJanuari i2007, idan iTB. iSilalahi ipernah imenjadi iMenteri iPAN i1993-1998.

**Pendapat iWisatawan iTerhadap iDaya iTarik iWisata iBudaya**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **JAWABAN iRESPONDEN** | **JUMLAH iRESPONDEN** | **PERSENTASE**  **i(%)** |
| 1. | Menarik | 30 | 100 |
| 2. | Sangat iMenarik | 0 | 0 |
| 3. | Tidak iMenarik | 0 | 0 |
| 4. | Sangat iTidak iMenarik | 0 | 0 |
| Total | | 30 | 100 |

i i i i i i i i i iSumber: iHasil iOlahan iData i2022

Dari itabel i ijawaban iresponden idi iatas idapat idiketahui ibahwa i isecara ikeseluruhan i(100 ipersen) i idari i30 iwisatawan iyang idijadikan isebagai iresponden idalam ipenelitian iini imemberikan ijawaban i iterhadap ipandangan imengenai idaya itarik iwisata ibudaya iyang iada idi iSamosir imenarik. i iArtinya ibahwa idaya itarik iwisata ibudaya iyang iada idi iSamosir imemiliki inilai idaya itarik iterhadap iwisatawan iyang iberkunjung ike iSamosir isehingga idapat imendatangkan iwisatawan iuntuk iberkunjung ike iSamosir. i

Daya itarik iwisata iadalah isegala isesuatu iyang imemiliki ikeunikan, ikeindahan, idan inilai iyang iberupa ikeanekaragaman ikekayaan ialam, ibudaya, idan ihasil ibuatan imanusia iyang imenjadi isasaran iatau itujuan ikunjungan iwisatawan.

Objek idan idaya itarik iwista imerupakan isalah isatu ifaktor imotivasi iorang iuntuk imelakukan iperjalanan iwisata ike isuatu itempat. iSelain idari ipada iitu ibahwa iorang imelakukan iperjalanan ikarena iingin imelihat idan imengetahui isesuatu iyang itidak iada idi itempatnya iakan itetapi iberada iditempat iyang ilain.

Secara iteori ibahwa imotivasi iorang iuntuk imelakukan iperjalanan iwisata ikarena ifaktor-faktor iyang imempengaruhi idan ipendorong imeningkatnya ipermintaan iwisata iyaitu iadanya iobjek idan idaya itarik iwisata i(ODTW), iadanya iwaktu ilibur, i iadanya iuang, imeningkatnya ipendapatan iatau ipenghasilan, iadanya iteknologi itransportasi iyang imenawarkan ikenyaman idan iaman idengan ibiaya iyang imurah, ipendidikan isemakin imeningkat, idan itersedianya isarana idan iprasarana ipendukung.

**Aksesibilitas**

**Tabel iPandangan i iWisatawan iTerhadap iAksesibilitas idi iKabupaten iToba**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **JAWABAN iRESPONDEN** | **JUMLAH iRESPONDEN** | **PERSENTASE i**  **(%)** |
| 1 | Baik | 30 | 100 |
| 2 | Sangat ibaik | 0 | 0 |
| 3 | Tidak ibaik | 0 | 0 |
| 4 | Sangat itidak ibaik | 0 | 0 |
| Total | | 30 | 100 |

iSumber: iHasil iOlahan iData i2022

Dari itabel i ijawaban iresponden idi iatas idapat idiketahui ibahwa i idari i30 iwisatawan iyang idijadikan isebagai iresponden idalam ipenelitian iini imemberikan ijawaban i iterhadap ipandangan imengenai iaksesibilitas i idi iToba i i30 iatau i100 ipersen iresponden imenjawab ibaik. i iArtinya ibahwa iaksesibilitas idi ikabupaten iToba irelatif ibaik.

Aksesibilitas imerupakan isalah isatu iunsur ipenting idalam ikegiatan ipariwisata, ikarena iaksesibilitas isesuatu iyang imemberikan ikemudahan iterhadap iwisatawan iuntuk idatang ike inegara iatau idaerah itujuan iwisata idan ijuga ike iobjek idan idaya itarik iwisata iyang iingin idikunjungi iyang iberada idi idestinasi ipariwisata itersebut. iAksesibilitas iini ijuga isangat imempengaruhi ikunjungan iwisatawan ike isuatu idestinasi ipariwisata, idimana iapabila idestinasi itersebut imemiliki iobjek idan idaya itarik iwisata iyang isangat imenarik, itetapi iaksesibilitas imenuju iobjek idan idaya itarik iwisata itersebut itidak iada, imaka idestinasi ipariwisata itersebut itidak iakan idukunjungi ioleh iwisatawan. i i iDalam ihal iaksesibilitas iyang iperlu idiperhatikan itidak ihanya imenyangkut ikuantitas itetapi ikualitasnya, iseperti ikeselamatan, ikenyamanan, ikeamanan, ikeindahan idan iketepatan iwaktu. i

Dalam ihal iaksesibilitas imengenai ikuantitas idan ikualitas itentunya ipada idasarnya imenyangkut iinfrastruktur idan itransportasi. iTentunya ike idua iunsur iini iyaitu iinfrastruktur idan itransportasi idapat imemberikan ikeselamatan, ikenyamanan, ikeamanan, idan ikeindahan, iketepatan iwaktu iyang itelah iditentukan.

**Amenitas/Fasilitas iWisata**

Pada iumumnya ifasilitas iwisata imaupun iumum iyang iada idi iKabupaten iToba iuntuk imendukung ikegiatan ipariwisata i isudah icukup imemadai i idari isegi ikuantitas. i iFasilitas iwisata iyang iada idi ikabupaten iToba iyaitu ifasilitas iakomodasi, irestoran, irumah imakan, itokoh isouvenir, irumah isakit, ikantor ipolisi, ibank, iinternet, idan isebagainya. i

****

**Gambar Hotel Labersa Balige Kabupaten Toba**

Sumber: Hasil Survei 2022

**Tabel iJawaban iResponden itentang iHotel**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO.** | **JAWABAN iRESPONDEN** | **JUMLAH iRESPONDEN** | **PERSENTASE i**  **(%)** |
| 1 | Baik | 30 | 100 |
| 2 | Sangat ibaik | 0 | 0 |
| 3 | Tidak ibaik | 0 | 0 |
| 4 | Sangat itidak ibaik | 0 | 0 |
| Total | | 30 | 100 |

i i i i i i i i i i i i i i i i i i i i i i i iSumber: iHasil iOlahan iData i2022

Dari itabel i ijawaban iresponden idi iatas idapat idiketahui ibahwa i idari i30 iwisatawan iyang idijadikan isebagai iresponden idalam ipenelitian iini iuntuk imemberikan ipendapat iatau ipandangan iterhadap iamenitas iatau ifasilitas iwisata, i24 iresponden imenjawab ibaik idan i6 iresponden imenjawab itidak ibaik. i Artinya ibahwa imayoritas iwisatawan iyang iberkunjung ike iToba imengatakan ibahwa ifasilitas iyang iada idi iToba imasih ibaik idan imemadai iuntuk ikebutuhan idan ikeinginan iwisatawan. i i i

Amenitas iatau ifasilitas iwisata imerupakan ipenunjang idari ipada ikegiatan ipariwisata idi isuatu idestinasi ipariwisata, ikarena ifasilitas iwisata iini iuntuk imemenuhi ikebutuhan idan ikeinginan iwisatawan iselama iberada idi idaerah itujuan iwisata itersebut. iOleh ikarena iitu ifasilitas iwisata iyang iada idi isuatu idaerah itujuan iwisata itentunya iharus idapat imemenuhi ikebutuhan idan ikeinginan iwisatawan, ikarena ihal iini ijuga idapat imempengaruhi itingkat ikunjungan iwisatawan.

**PENUTUP**

**Simpulan**

1. Dari ihasil ianalisis ibahwa imotivasi iatau iketertarikan iwisatawan iberkunjung ike iToba iyaitu iuntuk imelihat idan imenikmati idaya iTarik iwisata ialam. iArtinya ibahwa iyang imenjadi idaya itarik i iutama idi iKabupaten iToba iyaitu idaya iTarik iwisata ialam. i
2. Dari ihasil ianalisis ibahwa iFasilitas iwisata iyang iada idi ikabupaten iToba isudah imemadai idan imemenuhi idari ipada ikebutuhan idan ikeinginan iwisatawan.
3. Dari ihasil ianalisis ibahwa iAksesibilitas imenuju ike iKabupaten iToba isudah imemenuhi idari iaspek ikualitas, isehingga idapat imemberikan ikeamanan idan ikenyamanan ibagi iwisatawan iuntuk imelewatin ijalan itersebut.

**Saran**

1. Dari ihasil ikesimpulan idi iatas ipada ipoin i1, ibahwa iBranding ipariwisata ikabupaten iToba iyang itepat iyaitu iToba iPesona iAlam iSumatera iUtara, ikarena ialam iyang imenjadi idaya itarik iwisata iutama ibagi iwisatawan iuntuk iberkunjung ike iToba iseperti ikeindahan ialam idi iKawasan iwisata iKaldera.
2. Perlu imenjaga ikebersihan idan ikelestarian iKawasan iwisata ialam iKaldera iuntuk imempertahankan ikeindahan idaya itarik iwisata ialam ikaldera iyang iada idi iKabupaten iToba. i
3. Perlu iadanya idaya itarik iwisata ipendukung iselain i idaya iTarik iwisata ialam isupaya itidak imemberikan ikejenuhan iatau ikebosanan ibagi iwisatawan. i
4. Perlu iadanya iperencanaan idan ipengembangan iwisata ibudaya idan ikuliner isebagai idaya itarik iwisata ipendukung ikarena idari ihasil ianalisis ibahwa imenurut iwisatawan idaya iTarik iwisata ibudaya iyang iada idi iToba icukup imenarik iakan itetapi ibelum idi ikemas idengan ibaik.

**DAFTAR iPUSTAKA**

Anholt, iS. i(2005). iSome iimportant idistinctions iin iplace ibranding. iIn i*Place ibranding* i(Vol. i1, iIssue i2, ipp. i116–121). iPalgrave iMacmillan iUK.

Barus, iS. iI. iP., iPatana, iP., i& iAfifuddin, iY. i(2013). iAnalisis ipotensi iobyek iwisata idan ikesiapan imasyarakat idalam ipengembangan idesa iwisata iberbasis imasyarakat idi iKawasan iDanau iLinting iKabupaten iDeli iSerdang. i*Peronema iForestry iScience iJournal*, i*2*(2), i143–151.

Bates, iT. iS., iSugiono, iM., iJames, iE. iD., iStott, iM. iA., i& iPocock, iR. iD. i(2003). iIs ithe iconservative imanagement iof ichronic iretention iin imen iever ijustified? i*BJU iInternational*, i*92*(6), i581–583.

Code, iJ., iRalph, iR., i& iForde, iK. i(2020). iPandemic idesigns ifor ithe ifuture: iperspectives iof itechnology ieducation iteachers iduring iCOVID-19. i*Information iand iLearning iSciences*. ihttps://doi.org/https://doi.org/10.1108/ILS-04-2020-0112

Ekinci, iY., i& iHosany, iS. i(2006). iDestination ipersonality: iAn iapplication iof ibrand ipersonality ito itourism idestinations. i*Journal iof iTravel iResearch*, i*45*(2), i127–139.

Farsani, iN. iT., iCoelho, iC., i& iCosta, iC. i(2011). iGeotourism iand igeoparks ias inovel istrategies ifor isocio‐economic idevelopment iin irural iareas. i*International iJournal iof iTourism iResearch*, i*13*(1), i68–81.

Gottardello, iD., i& iKarabag, iS. iF. i(2020). iIdeal iand iactual iroles iof iuniversity iprofessors iin iacademic iintegrity imanagement: ia icomparative istudy. i*Studies iin iHigher iEducation*, i1–19. ihttps://doi.org/https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1767051

Hanzaee, iK. iH., i& iSaeedi, iH. i(2011). iA imodel iof idestination ibranding ifor iIsfahan icity: iIntegrating ithe iconcepts iof ithe ibranding iand idestination iimage. i*Interdisciplinary iJournal iof iResearch iin iBusiness*, i*1*(4), i12–28.

Hosany, iS., iEkinci, iY., i& iUysal, iM. i(2006). iDestination iimage iand idestination ipersonality: iAn iapplication iof ibranding itheories ito itourism iplaces. i*Journal iof iBusiness iResearch*, i*59*(5), i638–642.

Keller, iM. i(2013). iAffairs iof iState. iIn i*Affairs iof iState*. iHarvard iUniversity iPress.

Mulyani, iS., iSetyabudi, iF., iPranoto, iY., i& iSantoso, iU. i(2017). iThe ieffect iof ipretreatment iusing ihydrochloric iacid ion ithe icharacteristics iof ibuffalo ihide igelatin. i*Journal iof iIndonesian iTropical iAnimal iAgriculture*, i*42*(1), i14–22.

Pitana, iIg. i(2005). i*Sosiologi ipariwisata*.

Qu, iH., iKim, iL. iH., i& iIm, iH. iH. i(2011). iA imodel iof idestination ibranding: iIntegrating ithe iconcepts iof ithe ibranding iand idestination iimage. i*Tourism iManagement*, i*32*(3), i465–476.

Repapi, iE., iSayers, iI., iWain, iL. iV, iBurton, iP. iR., iJohnson, iT., iObeidat, iM., iZhao, iJ. iH., iRamasamy, iA., iZhai, iG., i& iVitart, iV. i(2010). iGenome-wide iassociation istudy iidentifies ifive iloci iassociated iwith ilung ifunction. i*Nature iGenetics*, i*42*(1), i36–44.

Revida, iE. i(2006). iInteraksi iSosial iMasyarakat iEtnik iCina idengan iPribumi idi iKota iMedan iSumatera iUtara. i*Jurnal iHarmoni iSosial*, i*1*(1), i23–27.

Septianto, iA. iH. i(2012). i*Pengaruh iPenilaian iPrestasi iKerja iDan iLoyalitas iKaryawan iTerhadap iPromosi iJabatan iPada iPT. iSanbe iFarma iCimareme*. iSkripsi.

Suwantoro, iA., i& iSaring iMarsudi, iS. iH. iM. i(2013). i*Peningkatan iKeaktifan iBelajar iMatematika iMelalui iMetode iPembelajaran iBerbasis iJoyful iLearning iPada iSiswa iKelas iV iSD iNegeri iSidokerto iTahun iPelajaran i2012/2013*. iUniversitas iMuhammadiyah iSurakarta.

Trivedi, iM. iV, iLaurence, iJ. iS., i& iSiahaan, iT. iJ. i(2009). iThe irole iof ithiols iand idisulfides ion iprotein istability. i*Current iProtein iand iPeptide iScience*, i*10*(6), i614–625.

Wu, iA. iH., iWan, iP., iHankin, iJ., iTseng, iC.-C., iYu, iM. iC., i& iPike, iM. iC. i(2002). iAdolescent iand iadult isoy iintake iand irisk iof ibreast icancer iin iAsian-Americans. i*Carcinogenesis*, i*23*(9), i1491–1496.

Yoeti, iO. iA. i(1996). i*Pemasaran ipariwisata*.

Yoeti, iO. iA. i(2005). iCara iEfektif iMemuaskan iPelanggan. i*Bandung: iPradnya iParamita*.