

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA TONGGING DALAM MENGGALI DAYA TARIK WISATA, INOVASI PRODUK UMKM BAWANG MERAH, SERTA DIGITALISASI PROMOSI HOMESTAY

Mega Williandani¹, Lyandru Togu Tambunan², *Dameria Girsang*³, *Rajin Sitompul*⁴
Indra Wirawan⁵, Susanna Silvia Sembiring⁶, Lantania Siringo-ringo⁷, Bambang Famuji⁸,

Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung Medan

E-mail : ridanmega6@gmail.com, lyandru.tambunan@gmail.com,
indra.wirawanhamdy@gmail.com, bambangfamuji56@gmail.com,

Abstrak

Pengembangan desa wisata berbasis potensi lokal merupakan strategi penting dalam mendorong kemandirian ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Desa Tongging memiliki potensi daya tarik wisata alam dan budaya yang signifikan, namun belum dikelola secara optimal dan terintegrasi dengan penguatan sektor ekonomi kreatif lokal. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Tongging melalui tiga pendekatan utama, yaitu eksplorasi dan pengemasan daya tarik wisata, inovasi produk UMKM berbasis bawang merah sebagai komoditas unggulan desa, serta digitalisasi promosi homestay untuk memperluas jangkauan pasar. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas melalui tahapan pemetaan potensi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi berkelanjutan. Kegiatan eksplorasi wisata difokuskan pada identifikasi atraksi unggulan, penyusunan narasi destinasi, serta peningkatan kapasitas pelayanan wisata. Inovasi UMKM dilakukan melalui diversifikasi produk olahan bawang merah, perbaikan kemasan, dan strategi branding. Digitalisasi promosi homestay dilaksanakan melalui optimalisasi media sosial, pembuatan konten digital, dan pemanfaatan platform pemasaran daring. Hasil yang diharapkan adalah meningkatnya kapasitas masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata, bertambahnya nilai tambah produk UMKM bawang merah, serta meningkatnya visibilitas dan okupansi homestay. Program ini diharapkan mampu membentuk ekosistem desa wisata yang berkelanjutan, terintegrasi, dan berdaya saing dalam mendukung pengembangan pariwisata kawasan Danau Toba.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Daya Tarik Wisata, Inovasi Produk, Digitalisasi Promosi.

I. PENDAHULUAN

Desa Tongging memiliki potensi daya tarik wisata alam dan budaya yang signifikan, namun pengelolaannya belum terintegrasi dan berbasis pada pemberdayaan masyarakat secara optimal. Masyarakat setempat masih menghadapi keterbatasan dalam mengidentifikasi, mengemas, dan memasarkan atraksi wisata secara profesional sehingga daya saing destinasi belum berkembang secara maksimal. Di sisi lain, UMKM bawang merah sebagai komoditas unggulan desa masih terbatas pada penjualan produk mentah tanpa inovasi diversifikasi, pengemasan modern, maupun strategi branding yang mampu meningkatkan nilai tambah produk. Permasalahan lainnya adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi homestay dan destinasi wisata, sehingga jangkauan pasar masih bersifat konvensional dan belum mampu menarik wisatawan secara luas. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi program yang sistematis dan partisipatif untuk memperkuat kapasitas masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata dan ekonomi kreatif desa.

Berdasarkan permasalahan tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Tongging dalam menggali, mengelola, dan mengembangkan daya tarik wisata secara berkelanjutan; mendorong inovasi produk UMKM bawang merah melalui diversifikasi olahan, peningkatan kualitas kemasan, serta strategi branding; serta mengoptimalkan digitalisasi promosi homestay melalui pemanfaatan media sosial dan platform pemasaran daring. Dengan pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas, program ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem desa wisata yang terintegrasi, berdaya saing, dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Pemilihan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini didasarkan pada urgensi penguatan kapasitas masyarakat Desa Tongging dalam mengelola potensi pariwisata dan ekonomi

lokal secara terintegrasi dan berkelanjutan. Desa Tongging memiliki kekayaan daya tarik wisata alam yang strategis di kawasan Danau Toba, namun pemanfaatannya belum sepenuhnya memberikan dampak ekonomi yang optimal bagi masyarakat. Selain itu, keberadaan UMKM bawang merah sebagai komoditas unggulan desa belum dikembangkan melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing. Tantangan lain yang dihadapi adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam promosi homestay dan destinasi wisata, sehingga akses pasar masih terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya yang dimiliki dengan kapasitas pengelolaan dan pemasaran yang tersedia. Oleh karena itu, PKM ini dipilih sebagai bentuk intervensi akademik yang aplikatif untuk mendorong pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal, memperkuat ekosistem desa wisata, serta mendukung pengembangan ekonomi kreatif yang selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan dan transformasi digital. Program ini juga relevan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penguatan peran perguruan tinggi dalam mendukung pembangunan daerah melalui tridarma perguruan tinggi.



II. TUJUAN KEGIATAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas masyarakat Desa Tongging dalam mengidentifikasi dan mengelola potensi daya tarik wisata secara partisipatif dan berkelanjutan. Pemberdayaan berbasis potensi lokal merupakan strategi efektif dalam memberdayakan komunitas desa wisata, di mana masyarakat difasilitasi untuk berperan sebagai subjek utama dalam pengembangan destinasi, bukan sekadar objek pasif (model pemberdayaan kreatif ekonomi berbasis desa wisata) yang telah terbukti meningkatkan keterlibatan komunitas dalam pengelolaan homestay dan atraksi wisata lainnya

Tujuan berikutnya adalah untuk mengoptimalkan koordinasi antar departemen dalam proses penanganan complain, meningkatkan kemampuan staf dalam mengelola dan memanfaatkan feedback dari komplain untuk perbaikan layanan, mengembangkan keterampilan dalam menangani komplain melalui berbagai platform (tatap muka, telepon, email, media sosial).



Selain itu, kegiatan ini ditujukan untuk mendorong *inovasi produk UMKM bawang merah* sebagai usaha mikro kreatif yang dapat memperkuat sumber ekonomi lokal Desa Tongging. Inovasi produk melalui diversifikasi olahan, perbaikan kemasan dan branding memberikan nilai tambah bagi pelaku UMKM serta memperluas peluang akses pasar suatu pendekatan strategi pemberdayaan UMKM yang terbukti mendorong kapasitas ekonomi komunitas desa wisata.

Program selanjutnya bertujuan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital sebagai alat promosi homestay dan pemasaran destinasi wisata, mengingat digital marketing menjadi komponen penting dalam pengembangan pariwisata desa dan peningkatan visibilitas UMKM di era transformasi digital. Kajian pemberdayaan digital menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta pendampingan platform pemasaran daring meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memasarkan produk dan layanan desa secara efektif.

Terakhir, kegiatan ini diarahkan untuk menciptakan ekosistem desa wisata yang terintegrasi antara sektor pariwisata, UMKM dan layanan homestay, memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat desa melalui sinergi antara sumber daya lokal, inovasi, dan kemampuan digital. Pendekatan holistik seperti ini telah dinyatakan mampu meningkatkan kemandirian masyarakat serta keberlanjutan ekonomi desa dalam konteks pariwisata pedesaan modern.

III. MANFAAT KEGIATAN

Program ini memberikan manfaat strategis bagi Desa Tongging dalam meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengelola potensi wisata secara lebih terstruktur dan berkelanjutan. Melalui kegiatan eksplorasi dan pengemasan daya tarik wisata, masyarakat memperoleh pemahaman mengenai identifikasi atraksi unggulan, peningkatan kualitas pelayanan, serta penguatan narasi destinasi yang dapat meningkatkan daya saing desa sebagai tujuan wisata. Selain

itu, inovasi produk UMKM bawang merah memberikan nilai tambah ekonomi melalui diversifikasi olahan, perbaikan kemasan, dan strategi branding, sehingga mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha lokal. Digitalisasi promosi homestay juga memperluas jangkauan pasar wisatawan melalui pemanfaatan media sosial dan platform pemasaran daring, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan okupansi dan pertumbuhan ekonomi desa. Secara keseluruhan, program ini mendorong terbentuknya ekosistem desa wisata yang terintegrasi antara sektor pariwisata, UMKM, dan layanan homestay.

Bagi peneliti dan perguruan tinggi, kegiatan PKM ini menjadi sarana implementasi tridarma perguruan tinggi melalui penerapan keilmuan secara langsung di masyarakat. Program ini memberikan ruang untuk menguji dan mengembangkan model pemberdayaan berbasis komunitas, inovasi UMKM, serta strategi digital marketing dalam konteks desa wisata. Selain itu, kegiatan ini membuka peluang kolaborasi dengan pemerintah desa dan pelaku usaha lokal yang dapat berlanjut dalam bentuk penelitian terapan, publikasi ilmiah, serta pengembangan model pendampingan berkelanjutan. PKM ini juga memperkuat relevansi akademik dengan kebutuhan nyata masyarakat, sehingga meningkatkan kontribusi institusi dalam pembangunan daerah dan penguatan ekonomi berbasis potensi lokal.

IV. METODE KEGIATAN

Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas (community-based approach) dengan model pendampingan berkelanjutan. Metode ini menempatkan masyarakat Desa Tongging sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi program. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas lima tahap utama sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Pemetaan Potensi

Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pemerintah desa, pelaku UMKM bawang merah, dan pengelola homestay untuk menyamakan persepsi mengenai tujuan program. Selanjutnya dilakukan **observasi lapangan dan Focus Group Discussion (FGD)** untuk mengidentifikasi potensi daya tarik wisata, kondisi eksisting UMKM, serta tingkat pemanfaatan media digital dalam promosi homestay. Tahap ini menghasilkan peta potensi dan permasalahan yang menjadi dasar perancangan program intervensi.

2. Tahap Peningkatan Kapasitas (Capacity Building)

Pada tahap ini dilakukan kegiatan pelatihan dan workshop yang meliputi:

1. Pelatihan pengemasan daya tarik wisata dan penyusunan narasi destinasi.
2. Pelatihan inovasi produk UMKM bawang merah (diversifikasi olahan, desain kemasan, dan branding).
3. Pelatihan digital marketing untuk promosi homestay dan produk UMKM melalui media sosial dan platform daring.

Metode yang digunakan berupa ceramah interaktif, simulasi, praktik langsung, serta studi kasus agar peserta memperoleh keterampilan aplikatif.

3. Tahap Pendampingan dan Implementasi

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif kepada masyarakat dalam:

1. Pengembangan paket wisata desa.
2. Produksi dan pengemasan produk inovatif UMKM.
3. Pembuatan akun media sosial, konten promosi, dan optimalisasi platform digital untuk homestay.

Pendampingan dilakukan secara berkala guna memastikan transfer pengetahuan berjalan efektif dan berkelanjutan.

4. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan melalui indikator seperti peningkatan keterampilan peserta, jumlah produk inovatif yang dihasilkan, serta peningkatan aktivitas promosi digital. Evaluasi dilakukan secara partisipatif bersama masyarakat untuk mengetahui dampak program dan merumuskan tindak lanjut.

5. Tahap Keberlanjutan Program

Sebagai upaya keberlanjutan, dibentuk kelompok kerja atau tim pengelola desa wisata yang bertugas melanjutkan pengembangan promosi, inovasi produk, serta pengelolaan homestay. Selain itu, disusun rencana tindak lanjut agar program tetap berjalan setelah kegiatan PKM selesai.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Tongging menunjukkan adanya peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata, inovasi produk UMKM bawang merah, serta pemanfaatan media digital untuk promosi homestay. Hasil kegiatan diperoleh melalui tahapan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi partisipatif yang melibatkan pemerintah desa, pelaku UMKM, dan pengelola homestay.

1. Penguatan Daya Tarik Wisata Desa

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat mulai mampu mengidentifikasi dan mengemas daya tarik wisata secara lebih sistematis. Melalui kegiatan Focus Group Discussion (FGD) dan workshop, diperoleh pemetaan potensi wisata unggulan yang meliputi panorama alam, aktivitas wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), serta potensi budaya lokal. Masyarakat juga berhasil menyusun narasi destinasi dan rancangan paket wisata sederhana yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

Pembahasan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mendorong rasa kepemilikan (*sense of ownership*) masyarakat terhadap destinasi wisata. Hal ini penting dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan karena keberhasilan pengelolaan destinasi sangat ditentukan oleh keterlibatan aktif masyarakat lokal.

2. Inovasi Produk UMKM Bawang Merah

Kegiatan pelatihan inovasi produk menghasilkan diversifikasi olahan bawang merah, seperti bawang goreng kemasan premium dan produk turunan berbasis olahan siap konsumsi. Selain itu, dilakukan perbaikan desain kemasan dan pencantuman label produk untuk

meningkatkan daya tarik pasar. Pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya branding, kualitas kemasan, serta strategi pemasaran.

Pembahasan menunjukkan bahwa inovasi produk memberikan nilai tambah (value added) terhadap komoditas lokal yang sebelumnya dijual dalam bentuk mentah. Diversifikasi produk tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM, tetapi juga memperluas peluang pasar dan meningkatkan potensi pendapatan masyarakat desa.



3. Digitalisasi Promosi Homestay

Pada aspek digitalisasi, pelaku homestay telah mampu membuat dan mengelola akun media sosial sebagai sarana promosi. Konten promosi berupa foto, video singkat, dan deskripsi fasilitas homestay mulai dipublikasikan secara berkala. Selain itu, masyarakat diperkenalkan pada

teknik dasar pemasaran digital, seperti penggunaan hashtag, caption persuasif, dan interaksi dengan calon wisatawan.



Pembahasan menunjukkan bahwa digitalisasi promosi merupakan langkah strategis dalam meningkatkan visibilitas desa wisata. Transformasi dari promosi konvensional menuju promosi berbasis digital memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan peluang peningkatan okupansi homestay.

4. Dampak dan Implikasi Program

Secara umum, program ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan wisata dan usaha ekonomi kreatif. Terjadi perubahan pola pikir masyarakat dari sekadar penyedia layanan menjadi pengelola destinasi yang lebih profesional dan

berorientasi pasar. Integrasi antara sektor wisata, UMKM bawang merah, dan homestay mulai terbentuk sebagai ekosistem ekonomi lokal yang saling mendukung.

Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa model pemberdayaan berbasis potensi lokal dan digitalisasi dapat menjadi strategi efektif dalam mengembangkan desa wisata secara berkelanjutan. Namun demikian, keberlanjutan program memerlukan komitmen bersama, pendampingan lanjutan, serta dukungan kelembagaan desa agar capaian yang telah diperoleh dapat terus berkembang.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Tongging telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata, inovasi produk UMKM bawang merah, serta digitalisasi promosi homestay. Melalui pendekatan partisipatif berbasis komunitas, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif sebagai pelaku utama dalam proses perencanaan dan implementasi kegiatan.

Pada aspek pengembangan daya tarik wisata, masyarakat telah mampu mengidentifikasi potensi unggulan desa dan menyusun paket wisata sederhana yang dapat dipasarkan kepada wisatawan. Pada aspek UMKM, diversifikasi produk bawang merah dan perbaikan kemasan memberikan nilai tambah ekonomi serta meningkatkan daya saing produk lokal. Sementara itu, pada aspek digitalisasi, pelaku homestay dan UMKM mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang lebih luas dan efektif.

Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa integrasi antara sektor pariwisata, UMKM, dan pemanfaatan teknologi digital dapat membentuk ekosistem desa wisata yang lebih

adaptif dan berkelanjutan. Peningkatan kapasitas masyarakat yang terjadi menjadi fondasi penting bagi pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Tongging.

Berdasarkan hasil pelaksanaan program, terdapat beberapa rekomendasi atau saran yang dapat dipertimbangkan untuk keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut, yaitu:

1. **Penguatan kelembagaan desa wisata**, melalui pembentukan atau optimalisasi kelompok pengelola desa wisata yang bertugas mengoordinasikan promosi, pengelolaan paket wisata, dan pengembangan UMKM secara terintegrasi.
2. **Pendampingan lanjutan dan berkelanjutan**, khususnya dalam pengembangan branding destinasi dan optimalisasi platform digital agar promosi homestay dan produk UMKM semakin profesional dan konsisten.
3. **Pengembangan jejaring kemitraan**, baik dengan pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, maupun platform pemasaran digital, untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing desa wisata.

VII. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kepala Desa Tongging beserta seluruh perangkat desa atas dukungan, kerja sama, dan fasilitasi yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada masyarakat Desa Tongging, pelaku UMKM bawang merah, dan pengelola homestay yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan dan komitmen yang tinggi dari seluruh pihak menjadi faktor utama keberhasilan program ini. Semoga kolaborasi yang telah terjalin dapat terus berlanjut dalam bentuk program-program pengembangan desa wisata dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa mendatang.

VIII. TINJAUAN PUSTAKA

Ashley, C., & Roe, D. (2002). Making tourism work for the poor: Strategies and challenges in Southern Africa. *Development Southern Africa*, 19(1), 61–82.

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik pariwisata Indonesia 2023. BPS RI.

Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Pedoman pengembangan desa wisata berkelanjutan*. Kemenparekraf RI.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249.

UNWTO. (2022). *Tourism and rural development: A policy perspective*. World Tourism Organization.

UNWTO. (2023). *Global tourism barometer*. World Tourism Organization.

Yoo, B., & Gretzel, U. (2016). Use and creation of social media by travellers. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 189–201.

Zhou, L. (2014). Online rural tourism promotion: Evaluating website performance. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(1), 1–15.



AKADEMI PARIWISATA DAN PERHOTELAN DARMA AGUNG

TERAKREDITASI BAN-PT NO. 532/SK/BAN-PT/Ak.PP.J/PT/VIII/2022 : INSTITUSI
TERAKREDITASI BAN-PT NO. 1807/SK/BAN-PT/Ak.PP.J/Dipl-III/III/2022 : UPW
TERAKREDITASI BAN-PT NO. 2076/SK/BAN-PT/Ak.PP.J/Dipl-III/2022 : PERHOTELAN
JL. DR. TD. PARDEDE/BANTAM No. 21 Medan - 20153
Telp. : (061) 452514 - 4535631 - Ext. 356. Fax (061) 4529514
Email. darmaagungapp@gmail.com

No : 143/IV/APP-DA/X/2025
Hal : Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Kepada Yth,
Bapak Robensius Munthe
Kepala Desa Tongging
Desa Tongging, Kec. Merek, Kab. Karo

Dengan hormat,
Sehubungan Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung Medan akan menyelenggarakan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Tongging pada:

Hari/tgl : Jumat, 10 Oktober 2025
Waktu : 10.00 Wib s/d Selesai
Tempat : Desa Tongging, Kecamatan Merek, Kabupaten Karo

Dengan ini kami melaporkan kepada Bapak agar kiranya berkenan untuk membantu penyelenggaraan kegiatan dimaksud (Terlampir narna-nama Peserta Kegiatan tersebut).
Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan banyak terima kasih.

Medan, 09 Oktober 2025

Direktur


Ivan Benedict Tambunan, SE, MM



Lampiran

No	Nama	Keterangan
1	Ivan Benedict Tambunan, SE, MM	APP-DA
2	Mega Williandani, SS, M.Li	APP-DA
4	Dameria Girsang, S.Sos, MM, M.Si	APP-DA
5	Lyandru Togu Mulia Tambunan, S.ST.Par, M.Si	APP-DA
6	Indra Wirawan, A.MdPar., SH., MM	APP-DA
7	Bambang Famuji, SE., MM	APP-DA
8	Rajin Sitompul, SS, MM	APP-DA
9	Susanna Silvia Sembiring S.Pd., M.Hum	APP-DA
10	Angelina Pardede, SE	APP-DA
11	Lanta Siringo Ringo, SM, MM	APP-DA
12	Syaiful Nasri Matondang, S.Pt	APP-DA

Medan, 09 Oktober 2025

Direktur

A blue circular official stamp from the 'KANTOR WISATA & PERHUBUNGAN MEDAN' is visible. The stamp contains the text 'KANTOR WISATA & PERHUBUNGAN' around the top, 'APP-DA' in the center, and 'MEDAN' at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Ivan Benedict Tambunan, SE, MM



**PEMERINTAH KABUPATEN KARO
KECAMATAN MEREK
KANTOR KEPALA DESA TONGGING**

Alamat : Jalan Tongging Silalahi Kec.Merek Kab.Karo Sumut 22173
Website : [Www.tongging.desa.id](http://www.tongging.desa.id) Email: desatongging@mail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: 410/24/166/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Robensius Munthe

Jabatan : Kepala Desa Tongging

Dengan ini menerangkan bahwa nama-nama yang terlampir di bawah ini telah melaksanakan kegiatan Sosialisasi Sadar Wisata pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 10 Oktober 2025

Waktu : 10.00 s/d Selesai

Lokasi : Kantor Desa Tongging

Dengan Tim Pelaksana sebagai berikut:

No	Nama	Keterangan
1	Ivan Benedict Tambunan, SE, MM	APP-DA
2	Mega Williardani, SS, M.Li	APP-DA
4	Dameria Girsang, S.Sos, MM, M.Si	APP-DA
5	Lyandru Togu Mulia Tambunan, S.ST.Par, M.Si	APP-DA
6	Rajin Sitompul, SS, MM	APP-DA
7	Susanna Silvia Sembiring S.Pd., M.Hum	APP-DA
8	Angelina Pardede, SE	APP-DA
9	Lantania Siringo Ringo, SM, MM	APP-DA
10	Syaiful Nasri Matondang, S.Pt	APP-DA
11	Indra Wirawan, A.MdPar..SH.MM	APP-DA
12	Bambang Famuji SE, MM	APP-DA

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tongging, 10 Oktober 2025
Kepala Desa Tongging

Robensius Munthe