

TOBA-TOBA.COM: Smart Solutions in Increasing the Economic Growth of the North Sumatran Community in the Revolutionary Era 4.0

TOBA-TOBA.COM: Solusi Cerdas Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Sumatera Utara Di Era Revolusi 4.0



Muhammad Khoir Al Alim Manurung, Muhammad Wahyu Hidayah*, Muhammad Dedi Irawan

Program Studi Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 20353; Indonesia;

*Correspondence: mwhhidayah99@gmail.com;

<https://journal.aira.or.id/J-IbM> | <https://doi.org/10.55537/jibm.v1i3.142>

Submission Received : 15-04-2022; Revised : 29-04-2022; Accepted : 14-05-2022;

Abstract: *TobaToba.com is a startup-based application that aims to effectively solve the problems that exist in Sumatera Utara. In particular, the economic growth of the community is still low, increasing the potential for local wisdom in the community through optimization of the tourism sector and small businesses. SMEs (MSME) of the people of Sumatera Utara in the revolutionary 4.0 era. The writing of this scientific study is descriptive qualitative. In addition, the author uses various references relating to existing problems through the library research data collection method. So that through the collected data the author initiated a problem-solving solution through a static-based application called Toba-Toba.com. Toba-Toba.com is a millennial container that can connect tourism businesses and MSMEs to the people of Sumatera Utara globally. In the Toba-Toba.com application all tourism business people can use it as a place to promote tourist destination tour services in their area with various holiday packages. Then, the Toba-Toba.com application can also become an MSME marketplace for the people of Sumatera Utara to market productive works typical of the people of Sumatera Utara. So that by integrating the potential of the tourism sector and the MSME community of Sumatera Utara into technological developments in the form of startup-based applications with the name Toba-Toba.com can increase the interest of local.*

Keywords: *Toba-Toba.com, Economic Growth, Society of Sumatera Utara, Revolutionary Era 4.0*

Abstrak: *TobaToba.com adalah aplikasi berbasis startup yang bertujuan untuk secara efektif menyelesaikan permasalahan yang ada di Sumatera Utara. Secara khusus, pertumbuhan ekonomi masyarakat masih rendah sehingga meningkatkan potensi kearifan lokal di masyarakat melalui optimalisasi sektor pariwisata dan usaha kecil. UKM (UMKM) masyarakat Sumatera Utara di era revolusi 4.0. Penulisan penelitian ilmiah ini bersifat deskriptif kualitatif. Selain itu, penulis menggunakan berbagai referensi yang berkaitan dengan permasalahan yang ada melalui metode pengumpulan data studi pustaka. Sehingga melalui data yang terkumpul penulis menggagas solusi pemecahan masalah melalui aplikasi berbasis statis bernama Toba-Toba.com. Toba-Toba.com merupakan wadah milenial yang dapat menghubungkan pelaku usaha pariwisata dan UMKM dengan masyarakat Sumatera Utara secara global. Dalam aplikasi Toba-Toba.com, seluruh pelaku usaha pariwisata dapat memanfaatkannya sebagai tempat untuk mempromosikan jasa*

wisata destinasi wisata di daerahnya dengan berbagai paket liburan. Kemudian, aplikasi Toba-Toba.com juga dapat menjadi marketplace UMKM bagi masyarakat Sumatera Utara untuk memasarkan karya-karya produktif khas masyarakat Sumatera Utara. Sehingga dengan mengintegrasikan potensi sektor pariwisata dan komunitas UMKM Sumatera Utara ke dalam pengembangan teknologi berupa aplikasi berbasis startup dengan nama Toba-Toba.com dapat meningkatkan minat masyarakat lokal.

Kata Kunci: *Toba-Toba.com, Pertumbuhan Ekonomi, Masyarakat Sumatera Utara, Era Revolusi 4.0*

Pendahuluan

Sumatera Utara merupakan sebuah provinsi yang berada di bagian barat Indonesia, terletak pada garis 1^o - 4^o Lintang Utara dan 98^o - 100^o Bujur Timur. Luas daratan provinsi Sumatera Utara adalah 71.680,68 Km² yang terdiri atas wilayah pantai dan dataran rendah di sebelah Timur dan Barat, serta dataran tinggi yang terdapat di kabupaten Karo, Toba dan Humbang. Kemudian sepanjang lintas geografis, wilayah Sumatera Utara terdapat beberapa gunung-gunung berapi yang diantaranya gunung Sibayak, Sinabung, Martimbang dan lain sebagainya. Kekayaan alam Sumatera Utara sangatlah menarik hal ini dapat dilihat dari letak geografisnya yang eksotis. Kekayaan alam yang dihasilkannya diantaranya adalah minyak bumi, batu bara, belerang, emas dan sebagainya yang merupakan hasil tambang dari tanah Sumatera Utara. Kekayaan alam yang masih lekat ini kemudian dihiasi dengan hutan yang di dalamnya dihuni oleh beragam-ragam spesies flora dan fauna yang unik dan langka yang tersebar di wilayah bumi Sumatera Utara yang terdiri dari 6008 desa/kelurahan, 440 kecamatan dan 33 kabupaten/kota dengan jumlah penduduk mencapai 14.415.400 jiwa diantaranya berprofesi sebagai pedagang, pegawai, tukang dan sebagainya besar lainnya bekerja sebagai petani sawah/perkebunan[1]. Mayoritas masyarakat Sumut bekerja sebagai petani padi/perkebunan, menghasilkan karet, kelapa, kayu manis, tembakau dan kelapa sawit. Hasil perkebunan tersebut kemudian diekspor ke berbagai negara sehingga memberikan kontribusi devisa yang sangat besar bagi Indonesia khususnya Sumatera Utara. Oleh karena itu, tidak heran jika potensi kekayaan alam di Sumut menjadi salah satu primadona utama dalam mendongkrak perekonomian negara dan nasional. Sementara itu, pertumbuhan ekonomi Sumut pada triwulan IV-2018 melambat 0,30% triwulan-ke-kuartal di industri manufaktur akibat penurunan di sektor pertanian, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Sumut. Kehutanan dan perikanan di 1,68 persen dari wilayah usaha. Dari sisi belanja, hal ini disebabkan oleh penurunan sebesar 0,21 persen pada komponen ekspor barang dan jasa.. Padahal sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang paling vital dalam pertumbuhan perekonomian masyarakat Sumatera Utara[2]. Selain terjadinya perlambatan ekonomi Sumatera Utara juga masih memiliki banyak pengangguran. Menurut data ketenagakerjaan Sumatera Utara pada tahun 2018 memaparkan bahwa tingkat pengangguran terbuka (TPT) Sumatera Utara sebesar 5,59 persen, naik dari tahun yang sebelumnya yaitu sebanyak 26 ribu orang dengan total 403 ribu orang yang tidak memiliki pekerjaan[3]. Untuk membendung perlambatan pertumbuhan perekonomian Sumatera Utara dan tingkat pengangguran terbuka yang meningkat maka sejatinya ada beberapa lapangan usaha yang seharusnya bisa menjadi peluang besar bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat Sumatera Utara yang kemudian dapat mendongkrak pertumbuhan ekonomi dan mengentaskan angka pengangguran yang semakin bertambah dengan memberdayakan masyarakat lokal Sumatera Utara. Adapun sektor lapangan usaha tersebut terdapat pada sektor

pariwisata daerah, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan memanfaatkan potensi sumberdaya kearifan lokal Sumatera Utara dengan basis integrasi teknologi di era revolusi keempat.

Sektor pariwisata Sumatera Utara, sejatinya berpeluang dalam mendapatkan pemasukan devisa karena Sumatera utara merupakan provinsi yang memiliki daya tarik wisata yang baik dan dikelompokkan menjadi lima kategori yang terdiri dari alam (nature), budaya (culture), 3 kerajinan, kuliner, dan rekreasi. Salah satu yang menjadi icon wisata di Sumatera Utara yaitu Danau Toba yang menyimpan begitu banyak surga dunia yang telah diciptakan Tuhan di tanahnya. Tidaklah salah ketika kemudian Geopark Kaladera Toba pada tahun 2013 mendapatkan pengakuan sebagai National Geopark dan UNESCO Global Geopark. Tidak hanya Danau Toba saja, Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sumatera Utara, Difi A. Johansyah mengatakan bahwa Sumut optimis dapat mencapai pertumbuhan ekonomi sesuai target. Dan saat ini sumber ekonomi yang baik untuk dikembangkan adalah sektor kepariwisataan. Selanjutnya Difi A. Johansyah menyampaikan di dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS), Sumut memiliki tujuh kawasan pengembangan pariwisata nasional, satu destinasi pariwisata nasional dan tiga kawasan strategis pariwisata nasional. Jumlah objek wisata yang ada di Sumut sendiri sekitar 339 objek namun yang sudah beroperasi secara komersial baru sekitar 120 objek. Melimpahnya kekayaan pariwisata di Sumut mengundang wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi Sumatera Utara. Hal inilah yang kemudian berpeluang besar untuk menggerakkan perekonomian masyarakat Sumatera Utara khususnya pada sektor UMKM. Jumlah UMKM di sektor pariwisata mencapai 2,5 juta usaha dimana 62 persen termasuk kategori mikro dan 30 persen termasuk kategori kecil dan sisanya kategori menengah. Namun, menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara mengenai pariwisata dan transportasi Sumatera Utara pada tahun 2018 menjelaskan bahwa jumlah wisatawan mancanegara (wisman) yang berkunjung ke Sumatera Utara pada bulan Desember 2018 mencapai 21.769 kunjungan, mengalami penurunan 4,26 persen dibanding yang datang pada bulan November 2018 mencapai 22.737 kunjungan. Demikian pula jika dibandingkan dengan bulan yang sama tahun 2017, jumlah wisman pada bulan Desember 2018 mengalami penurunan 24,00 persen, dari 28.642 kunjungan pada bulan Desember 2017 menjadi 21.769 kunjungan. Penurunan kunjungan wisman dan tidak beroperasinya 219 objek wisata dari 339 objek wisata yang terdata mengakibatkan pendapatan ekonomi masyarakat Sumatera Utara pada sektor UMKM akan menurun drastis[4]. Hal ini salah satu penyebabnya ialah karena kurangnya wadah promosi destinasi yang ada di Sumatera Utara. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Kepala Advisory Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Daerah BI Prov Sumut, Budi Tristanto, yang mengatakan bahwa untuk membendung penurunan dan tidak teraksesnya 219 objek wisata yang ada di Sumatera Utara harus dilakukan langkah yang kongkrit untuk menunjang perbaikan pariwisata Sumut. Diantaranya seperti, pemerintah daerah harus meningkatkan dukungan anggaran, perbaikan infrastruktur sebagai akses ke daerah wisata, membangun pusat promosi dan dagang serta pengembangan kerjasama galeri-galeri produk unggulan di Sumut baik yang dikelola pemerintah atau UMKM. Dewasa ini perkembangan dunia maupun Sumatera Utara telah berada pada era revolusi keempat, semua bidang sektor kehidupan termasuk pada sektor ekonomi di Sumatera Utara mau tidak mau harus mengikuti perkembangan zaman dengan akses digitalisasi usaha masyarakat sebagai alat transaksi, media promosi, hingga sebagai lapangan usaha informasi dan komunikasi. Usaha ini dapat disinergikan dengan mempromosikan destinasi pariwisata dan UMKM masyarakat yang berciri khas Sumatera Utara pada

masing-masing daerah, ketika peluang usaha ini dapat disinergikan dan dikolaborasikan maka secara tidak langsung akan berpengaruh kepada tingkat pertumbuhan perekonomian masyarakat Sumatera Utara ke arah yang lebih baik. Untuk itulah diperlukan sebuah solusi cerdas dalam mensinergikan ketiga sektor lapangan usaha ini ke dalam sebuah sistem media infomasi dan komunikasi pada era revolusi keempat. Solusi inilah yang nantinya menjadi peluang besar masyarakat Sumatera Utara, sehingga tercetuslah sebuah ide yang berjudul Toba-toba.com: solusi cerdas dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Sumatera Utara di era revolusi 4.0.

Menurut publikasi data Badan Pusat Statistik mengenai pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara pada triwulan IV-2018 bila dibandingkan dengan triwulan sebelumnya mengalami perlambatan, hal tersebut disebabkan oleh penurunan lapangan usaha masyarakat dan penurunan komponen ekspor barang dan jasa selain itu dipicu oleh meningkatnya jumlah tingkat pengangguran terbuka (TPT) masyarakat Sumatera Utara. Untuk membendung perlambatan pertumbuhan ekonomi dan ketimpangan tersebut maka diperlukan suatu terobosan dalam upaya memberdayakan masyarakat daerah dengan membuka lapangan kerja baru. Sejatinya ada beberapa lapangan usaha yang seharusnya bisa menjadi peluang besar dalam mengatasi masalah tersebut yaitu dengan mendorong masyarakat setempat untuk berwirausaha dengan memberdayakan serta mengoptimalkan potensi kekayaan sumberdaya alam dan kearifan lokal daerah Sumatera Utara khususnya pada sektor pariwisata dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) masyarakat kedalam perkembangan tantangan era revolusi keempat ini. Melihat potensi pariwisata Sumatera Utara yang masih kurang dimaksimalkan sehingga mengakibatkan turunnya minat kunjungan wisata padahal sektor pariwisata dapat menyumbangkan devisa yang cukup besar bagi perekonomian masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik tentang pariwisata dan transportasi Sumatera Utara mengungkapkan bahwa jumlah wisata mancanegara dan lokal yang berkunjung ke Sumatera Utara mengalami kemerosotan jumlah kunjungan sehingga mempengaruhi pada tidak beropreasinya sebanyak 219 objek wisata dari 339 objek wisata yang terdata karena kurangnya promosi yang dapat mengakibatkan pendapatan ekonomi masyarakat Sumatera Utara akan turun secara drastis. Maka strategi mengembalikan kejayaan pariwisata Sumatera Utara yang kaya ini dengan mengoptimalkan sumberdaya alam dan kearifan lokal daerahnya yang diperankan oleh masyarakat setempat dan pemerintah daerah yang diintegrasikan kedalam suatu solusi yaitu melakukan promosi dan pemasaran secara online dan global melalui platform Tobatoba.com untuk mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar yang mandiri.

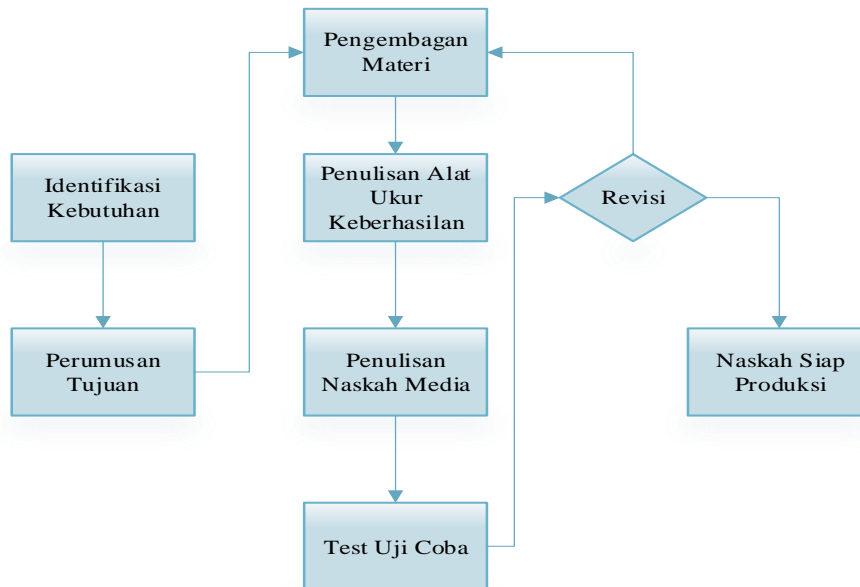
Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan permasalahan ekonomi masyarakat Sumatera Utara dan potensi sumberdaya kearifan lokal masyarakat Sumatera Utara, memperkenalkan Toba-toba.com sebagai solusi cerdas dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Sumatera Utara. Serta memberikan pemahaman Tobatoba.com kepada masyarakat dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dengan mengoptimalkan potensi sumberdaya kearifan lokal daerah Sumatera Utara.

Metode

Rancangan Kegiatan

Rancangan kegiatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif

kualitatif yang bersifat menggambarkan, memaparkan, dan menguraikan objek yang diteliti[6]. Penelitian kualitatif antara lain bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan lebih banyak berupa kata-kata atau gambar daripada angka-angka. Rancangan kegiatan yang dilakukan biasanya dijelaskan dengan petunjuk langkah demi langkah dalam diagram alur dari awal hingga akhir. Menurut Borg dan Gale, model yang menguraikan langkah-langkah umum penelitian dan pengembangan adalah[7]:



Gambar 1. *Flowchart Rancangan Kegiatan*

Skema langkah R&D menurut Borg and Gale [7] dijelaskan di bawah ini:

- 1 Survei dan Pengumpulan Informasi Awal Survei dan pengumpulan informasi, termasuk tinjauan pustaka, observasi kelas, atau observasi dan penyusunan laporan awal. Penelitian pendahuluan dan analisis kebutuhan sangat penting untuk mendapatkan informasi awal untuk pengembangan. Hal ini dapat dilakukan misalnya dengan mengamati pelajaran untuk melihat keadaan sebenarnya di lapangan.
- 2 Perencanaan meliputi keterampilan perumusan, perumusan tujuan khusus untuk menentukan pemesanan bahan, dan pengujian skala kecil. Pada fase ini, sangat urgen untuk menetapkan tujuan spesifik yang ingin dicapai dengan produk yang Anda kembangkan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi yang sesuai untuk mengembangkan program atau produk sehingga program atau produk yang diuji sesuai dengan tujuan spesifik yang ingin dicapai.

Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah berfokus meneliti mengenai dampak potensi sektor pariwisata, UMKM dan lapangan usaha informasi dan komunikasi yang dapat disinergikan sehingga mampu mendongkrak perekonomian Sumatera Utara dari pendapatan Masyarakat Sumatera Utara.

Bahan dan Alat Utama

Adapun Bahan dan alat utama dengan menggunakan software pembuat aplikasi yang disebut *sublime text* serta aplikasi internet *browser*.

Tempat

Adapun cakupan tempat penelitian ini berfokus pada masyarakat dan kearifan lokal seluruh kabupaten/ kota di Sumatera Utara yang memiliki potensi wisata dan potensi UMKM masyarakat setempat. Penelitian ini juga di kuatkan dengan penelitian yang dilakukan di perpustakaan dan laboratorium komputer Universitas Islam Negeri Sumatetra Utara.

Teknik Pengumpulan Data

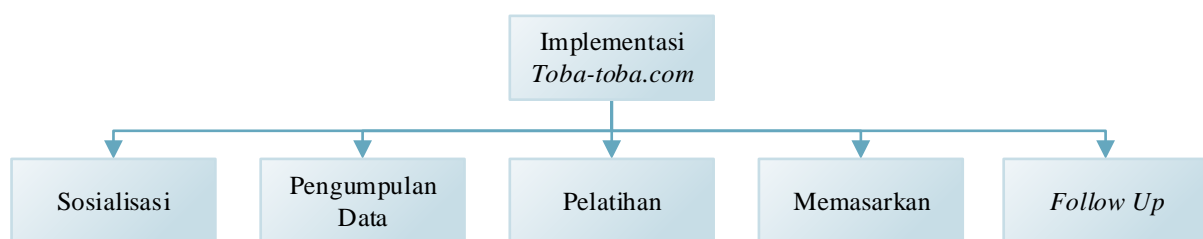
Adapun teknik pengumpulan data penelitian yang penulis gunakan dalam pembuatan artikel ilmiah ini adalah dengan metode fusi-komperatif dari studi kepustakaan (*library research*). Melalui metode ini penulis dapat membandingkan beberapa kajian dari berbagai sumber, sehingga memperoleh inovasi yang validatif sebagai penggabungan beberapa analisis data. Setelah data dianalisis, maka penulis melakakukan eksperimen di laoratorium komputer untuk menciptakan sebuah solusi inovatif dalam menjawab permasalahan yang ada. Dari kajian dari sumber terpercaya dan kemudian dilakukan eksperimen langsung, maka dapat diketahui konsepsi ini mampu diterapkan pada saat percobaan langsung.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan ide yang disarankan oleh data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah bersifat kualitatif. Data yang sudah terkumpul lalu diolah dengan metode kualitatif sehingga di rumuskan beberapa rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian. Dan Kemudian diselesaikan melalui eksperimen laboratorium komputer.

Hasil

Tahapan-tahapan dalam implementasi *Toba-toba.com* diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Sumatera Utara dengan mengembangkan potensi kepariwisataan daerah dan UMKM masyarakat sekitar, berikut tahapan-tahapan implementasi *Toba-toba.com*:



Gambar 2. Implementasi *Toba-toba.com*

1. Melakukan sosialisasi, kegiatan ini merupakan bagian dasar dalam implementasi *Toba-toba.com* dengan mensosialisasikan kesadaran potensi kekayaan sumberdaya kearifan lokal daerah di Sumatera Utara dengan menjadikannya sebagai sumber penghasilan bagi masyarakat setempat.
2. Pengumpulan data. Kegiatan ini merupakan bagian kedua dalam implementasi *Toba-toba.com* dengan melakukan pendataan pelaku usaha masyarakat melalui pendaftaran akun di *Toba-toba.com*
3. Melakukan pelatihan secara *online* melalui *platform Toba-toba.com* kepada pelaku usaha bisnis masyarakat sesuai dengan kategori yang telah ditentukan sehingga

- diharapkan masyarakat dapat memaksimalkan pendapatan dari potensi bisnis yang digelutinya.
4. Memasarkan dan mempromosikan kegiatan usaha bisnis masyarakat setempat kedalam *platform Toba-toba.com*.
 5. Melakukan *follow up* terhadap bagian- bagian pelatihan dan konsolidasi bagi pelaku bisnis masyarakat setempat.



Gambar 3. Tampilan Potensi Alam



Gambar 4. Tampilan Budaya Khas Masyarakat



Gambar 5. Tampilan Kerajinan Tangan Masyarakat



Gambar 6. Tampilan Wisata Rekreasi Daerah



Wisata 7. Tampilan Wisata Kuliner Khas

Diskusi

Potensi pariwisata daerah dan UMKM masyarakat Sumatera Utara

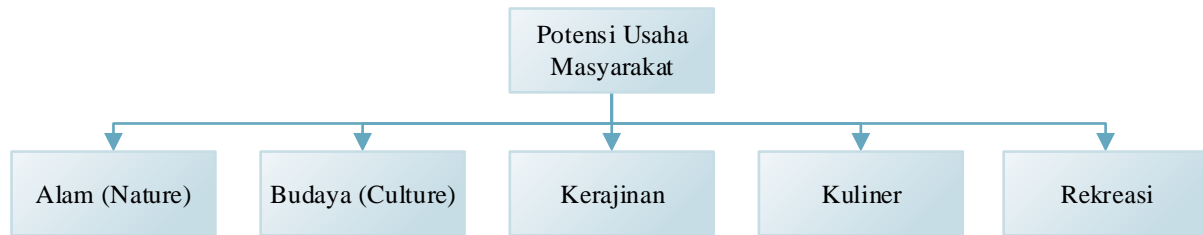
Sumatera Utara merupakan sebuah provinsi di Indonesia yang memiliki sejumlah obyek wisata yang unik dan menarik, mulai dari wisata alam, budaya, rekreasi, kerajinan tangan hingga kuliner yang berciri khas Sumatera Utara. Tidaklah heran apabila sektor pariwisata merupakan salah satu primadona pemasukan bagi pendapatan asli daerah (PAD) pada setiap daerah, di mana dunia kepariwisataan dapat dikembangkan sesuai dengan konsep yang terpadu. Lebih dari itu dunia kepariwisataan juga sangat penting dalam pembangunan karena terkait dengan kepentingan dunia. Bahkan negara maju telah menghabiskan dana jutaan dollar demi memajukan dunia kepariwisataan[8]. Seiring dengan itu pula maka Sumatera Utara juga harus berupaya maksimal dalam mengoptimalkan potensi sumberdaya pariwisata dan kearifan lokal masyarakatnya guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di setiap daerah

Sumatera Utara yaitu melalui *Toba-toba.com*. Sejalan dengan itu, beberapa potensi pariwisata daerah di Sumatera Utara yang terkenal luas hingga ke mancanegara ialah seperti Danau Toba dengan panorama alamnya yang indah dan memiliki predikat sebagai danau terbesar di Indonesia bahkan Asia Tenggara. Bahkan aliran air Danau Toba juga telah menyentuh daerah-daerah di Sumatera Utara. Tidak hanya wisata Danau Toba saja yang lebih dikenal sebagai *icon* Sumatera Utara, akan tetapi potensi obyek pariwisata yang tidak kalah mempesona juga tersebar di seluruh bagian wilayah Sumatera Utara yang terdiri sebanyak 33 kabupaten/kota yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Potensi obyek wisata kabupaten/kota Sumatera Utara[8].

No	Kabupaten Kota	No	Kabupaten Kota
1	Asahan	18	Padang Lawas Utara
2	Batubara	19	Pakpak Barat
3	Dairi	20	Samosir
4	Deli Serdang	21	Serdang Bedagai
5	Humbang	22	Simalungun
6	Hasundutan	23	Tapanuli Selatan
7	Karo	24	Tapanuli Tengah
8	Labuhan Batu	25	Tapanuli Utara
9	Labuhan Batu Selatan	26	Toba Samosir
10	Labuhan Utara	27	Binjai, Gunung Sitoli
11	Langkat	28	Medan
12	Mandailing Natal	29	Padang Sidempuan
13	Nias	30	Pematangsiantar
14	Nias Barat	31	Sibolga
15	Nias Selatan	32	Tanjungbalai
16	Nias Utara	33	Tebing Tinggi
17	Padang Lawas		

Berdasarkan potensi obyek wisata di kabupaten/kota Sumatera Utara memiliki banyak peluang potensi wisata khasnya masing-masing yang terdiri atas wisata alam seperti air terjun, danau, gua, hutan, mata air, pantai, pegunungan, pulau, sungai, wisata budaya dan sejarah seperti museum, wisata rekreasi masyarakat, kuliner dan lain sebagainya[9]. Kemudian potensi pariwisata setiap daerah juga harus didukung dengan produk UMKM masyarakat setempat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pertumbuhan produksi industri manufaktur usaha mikro dan kecil menengah (UMKM) pada kuartal II 2017 mencapai 2,5 persen dengan total jumlah UMKM mencapai 60 juta unit. Potensi kekayaan sumberdaya alam dan kearifan lokal masyarakat setempat merupakan sebuah daya tarik yang memiliki prospek yang sangat menjanjikan bagi perekonomian Sumatera Utara apabila seluruh masyarakat dan pemerintah setempat dapat saling bahu membahu mengelola sumber daya alam dan kearifan lokal tersebut secara optimal dan sinergis melalui potensi pariwisata daerah dan UMKM masyarakatnya yang diintegrasikan kedalam perkembangan dunia teknologi sekarang ini sehingga akan dapat memberikan nilai ekonomis yang tinggi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. Sektor pariwisata Sumatera Utara, sejatinya berpeluang dalam mendapatkan pemasukan devisa karena Sumatera Utara merupakan provinsi yang memiliki daya tarik wisata yang baik. sehingga potensi usaha masyarakat sekitar dapat dikategorikan kedalam beberapa bagian yakni sebagai berikut :



Gambar 8. Potensi Usaha Masyarakat Daerah Sumatera Utara

Potensi usaha masyarakat dapat dikategorikan kedalam lima kategori yaitu segala usaha masyarakat yang pertama usaha masyarakat yang berkaitan dengan alam (*nature*) yakni seperti informasi tempat wisata alam, membuat paket wisata liburan hingga *Tour guide*, yang kedua yang berkaitan dengan budaya (*culture*) masyarakat seperti pertunjukan seni dan budaya masyarakat. Yang ketiga yang berkaitan dengan kerajinan tangan produktif masyarakat seperti batik, aksesoris dari limbah alam dan kerajinan lainnya yang berciri khas pada daerah tersebut, yang keempat usaha masyarakat yang berkaitan dengan kuliner khas daerah yang dihasilkan dari sumberdaya perkebunan, kehutanan, hingga kelautan dan perairan daerah, dan yang kelima yang berkaitan dengan rekreasi seperti informasi tempat rekreasi, wisata sejarah, adat, budaya, agama dan hiburan dan paket liburan hingga penyediaan penginapan dan transportasi bagi turis lokal maupun mancanegara.

***Toba-Toba.com* dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara**

Dewasa ini sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia pada abad ke-21 dan menjadi salah satu industri yang mengglobal[10]. Pariwisata merupakan industri non migas yang dijadikan sebagai sektor andalan (*leading sector*) dalam menghasilkan devisa di beberapa Negara di dunia seperti: Amerika, Australia, Thailand, Singapura, Malaysia dan Indonesia. Dalam kegiatannya, industri pariwisata melibatkan beberapa sektor seperti: sektor ekonomi, sosial, ekonomi, budaya, psikologi dan geografi[11]. Indonesia kaya akan sumberdaya kearifan lokalnya yang unik, tidak terkecuali provinsi Sumatera Utara yang lebih dikenal dengan Danau Tobanya, hal ini karena provinsi Sumatera Utara dialiri oleh aliran Danau Toba. Akan tetapi rendahnya tingkat kesadaran masyarakat untuk berwirausaha dengan memanfaatkan sumberdaya kearifan lokal daerahnya. Maka dalam hal ini, upaya agar meningkatkan pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara yaitu dengan cara menciptakan suatu wadah milenial bagi masyarakat dalam mengoptimalkan potensi sumberdaya kearifan lokal daerahnya masing-masing khususnya pada sektor pariwisata dan UMKM masyarakat yang harus dilakukan secara berkelanjutan dan berkesinambungan. *Toba-toba.com* merupakan sebuah aplikasi berbasis *start up* yang berfokus pada sektor pariwisata daerah Sumatera Utara dan UMKM masyarakat setempat dengan cara menghubungkan para pelaku bisnis pariwisata dan UMKM masyarakat Sumatera Utara secara global guna mewujudkan masyarakat Sumatera Utara yang berdaya dan mandiri pada sektor ekonomi dengan cara mengoptimalkan sekaligus memperkenalkan potensi kekayaan sumberdaya kearifal lokal yang dimiliki oleh provinsi Sumatera Utara khususnya pada setiap-setiap daerah dan masyarakatnya. Didalam aplikasi *Toba-Toba.com* semua pelaku bisnis pariwisata dan UMKM masyarakat dapat memanfaatkannya sebagai wadah untuk mempromosikan usaha mereka. Masyarakat daerah mempunyai peran utama dalam memajukan ekonomi Sumatera Utara karena dalam *Toba-toba.com* masyarakat Sumatera Utara mengambil peran sebagai pelaku bisnis utama dengan para konsumen pasar secara langsung dan global. Sehingga *Toba-toba.com* menjadi wadahnya masyarakat daerah untuk berkontribusi dalam memajukan Sumatera Utara khususnya pada sektor ekonomi dengan cara mendirikan UMKM masyarakat dengan mendukung sektor pariwisata daerah Sumatera Utara mulai dari menyediakan paket wisata, jasa *tour guide*, kuliner hingga dengan memproduksi sebuah karya seni sesuai dengan khas daerahnya secara produktif melalui *Toba-toba.com* yang bersifat *open for everyone* yang artinya terbuka bagi semua lapisan masyarakat setempat dengan menjadikannya sebuah *center of marketplace* pariwisata daerah dan UMKM masyarakat sehingga

dengan *Toba-toba.com* dapat dijadikan sebagai wadahnya sumber penghasilan masyarakat yang berada di Sumatera Utara. Sehingga dengan mengintegrasikan potensi pada sektor pariwisata dan UMKM masyarakat Sumatera Utara ke dalam perkembangan teknologi yang berbentuk aplikasi berbasis startup dengan nama Toba-Toba.com dapat meningkatkan minat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung dan membeli hasil karya produktif khas masyarakat yang ada di Sumatera Utara, yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Sumatera Utara di era revolusi keempat sekarang ini.

Konsep dan Impelementasi *Toba-toba.com* dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat Sumatera Utara

Impelementasi konsep pasar pada *Toba-toba.com* dalam usulan sistem ini ialah dengan menggunakan model proses yaitu *Consumer to Consumer (C2C)*. *Consumer-to consumer (C2C)* merupakan sebuah aktivitas bisnis (penjualan) yang dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya dalam sebuah *platform* dan atau *website* yang mana para individu dapat memasang dan mempromosikan informasi katalog atau barang jualan mereka secara *online* dan gratis. [12] dalam model jenis *consumer to consumer* artinya ialah menghubungkan secara langsung masyarakat daerah sebagai penjual dengan pengunjung calon pembeli secara global dengan perantara *platform Toba-toba.com*. Berikut model jenis proses pada *platform Toba-toba.com*:

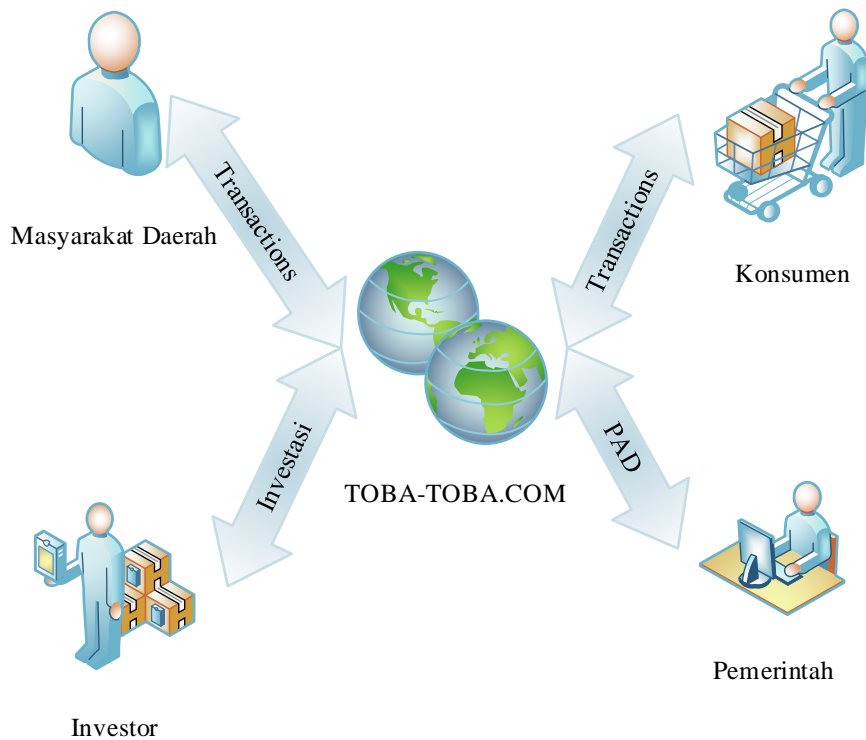


Gambar 9. Model Proses pada *Platform Toba- toba.com*

Toba-toba.com menggunakan model jenis proses *Consumer to Consumer (C2C)* yakni sebuah aktivitas bisnis yang mempertemukan masyarakat daerah sebagai pelaku bisnis kepada konsumen sebagai pembeli. Pada *platform* ini masyarakat sebagai pelaku bisnis dapat mempromosikan profil bisnis mereka secara *online* dan gratis tanpa batas. Pada jenis model proses *Consumer to Consumer* ini yang menjual produk adalah pelanggan yang kemudian di jual ke pelanggan lainnya[13]. Dengan model jenis proses *Consumer to consumer* ini didasarkan pada satu konsep layanan yang bisa dikatakan tidak terbatas bagi pengunjung ataupun konsumen yang akan berwisata karena dengan ramainya kontribusi usaha bisnis masyarakat daerah melalui *platform Toba-toba.com* ini, selain itu seorang konsumen akan mendapatkan informasi yang lebih solid, akurat dan cepat sehingga dia secara langsung dapat memutuskan pilihan paket wisata yang diinginkannya sehingga dalam proses wisata bagi turis lokal maupun mancanegara akan semakin mudah dengan adanya peran dari masyarakat mulai dari paket wisata, penginapan, kuliner hingga kerajinan tangan yang unik dan khas pada setiap daerah dapat meningkatkan pangsa pasar yang baik sehingga akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di daerah Sumatera Utara.

Toba-toba.com merupakan wadah perantara antara masyarakat daerah sebagai pelaku bisnis utama dengan konsumen atau pelanggan, baik yang bersifat pribadi maupun perusahaan. Dengan menawarkan dan mempromosikan bisnisnya yang berupa jasa pariwisata daerah maupun UMKM masyarakat suatu daerah di Sumatera Utara. Pada *platform* ini masyarakat daerah dengan konsumen dapat saling berinteraksi hingga bertransaksi jual beli tanpa harus bertemu langsung dan tanpa perantara. Kegiatan transaksi jual beli ini dapat dilakukan oleh pembeli dan penjual secara pribadi melalui *Toba-toba.com* dengan informasi pemesanan *contact number*. Kemudian dengan adanya *Toba-toba.com* dapat menjadi media bagi para investor dalam

mencari bisnis pariwisata masyarakat setempat maupun UMKM masyarakat untuk menanamkan modalnya agar dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak tanpa bertemu secara langsung. Dengan ramainya transaksi jual beli dan peranan investor secara tidak langsung maka akan berpengaruh kepada PAD (Pendapatan Anggaran Daerah) bagi pemerintahan daerah setempat. berikut para *stakeholder* yang berperan dalam konsep pasar *Toba-toba.com*:



Gambar 10. Stakeholder Konsep Pasar *Toba-toba.com*

1. Masyarakat Daerah berperan sebagai pelaku bisnis utama dengan mempromosikan usaha yang diembannya dengan memanfaatkan sumberdaya kearifan lokal yang dimiliki oleh Sumatera Utara khususnya di daerah domisilinya masing-masing. Usaha tersebut diklasifikasikan kedalam beberapa kelompok yaitu sebagai berikut:
 - a. Pariwisata seperti paket wisata daerah, jasa tour guide, edukasi dan menyediakan tempat wisata baru, *Homestay* atau Penginapan dan transportasi,
 - b. UMKM seperti kuliner daerah, kerajinan tangan khas daerah,
 - c. Pertunjukan karya seni dan budaya khas daerah, dan lain sebagainya sesuai dengan kategori potensi usaha masyarakat daerah Sumatera Utara yang telah dijelaskan sebelumnya.
2. Konsumen yaitu pengunjung kalangan umum atau calon pembeli jasa pariwisata maupun produk yang ditawarkan pada katalog *Toba-toba.com*. Cakupan konsumen bersifat global baik penduduk lokal maupun mancanegara.
3. Investor, dengan *toba-toba.com* masyarakat dapat dengan mudah mengundang para investor untuk menanamkan modal untuk usahanya selain itu juga memudahkan para investor dalam mencari profil bisnis masyarakat yang sesuai dengan kriterianya untuk diajak bekerja sama dan untuk menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak yaitu antara investor dengan para pelaku bisnis masyarakat Sumatera Utara.
4. Pemerintah, dengan adanya *Toba-toba.com* maka transaksi ekonomi bagi masyarakat Sumatera Utara dapat meningkat dengan memperkenalkan potensi

sumberdaya kearifan lokal daerah. Maka secara tidak langsung dapat memperkenalkan sektor pariwisata daerah tersebut kepada dunia serta meningkatkan pertumbuhan perekonomian Sumatera Utara dan menghasilkan pendapatan anggaran daerah (PAD) di Sumatera Utara.

Kesimpulan

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi yang terletak di bagian sebelah barat Indonesia dan memiliki kekayaan alam yang sangat indah dan menarik, hal ini dapat dilihat dari letak geografisnya yang sangat eksotis, apalagi dengan panorama keindahan yang dimiliki oleh Danau Toba yang merupakan danau terbesar di Indonesia dan Asia Tenggara. Bahkan aliran air Danau Toba juga telah menyentuh daerah-daerah di Sumatera Utara. Maka tidak heran Sumatera Utara dikenal kalangan masyarakat lokal hingga mancanegara dengan Danau Toba. Daya tarik inilah yang memiliki prospek yang sangat menjanjikan untuk mengatasi berbagai masalah di Sumatera Utara. Bukan hanya Danau Toba saja, Sumatera Utara juga dilengkapi oleh bermacam-macam gunung, pulau, pantai, sungai, laut, perkebunan, hutan hingga beragam-ragam jenis spesies flora dan fauna yang unik yang tidak pernah ditemukan di tempat lain. Kekayaan inilah yang seharusnya bisa dioptimalkan oleh kalangan masyarakat sekitar yakni dengan memanfaatkan potensi sumberdaya pariwisata dan kearifan lokal masyarakat pada setiap daerah di Sumatera Utara yaitu dengan mendirikan dan memberdayakan kegiatan usaha masyarakat berbasis teknologi yaitu *Toba-toba.com*. Dengan adanya *Toba-toba.com* sebagai wadah milenial dengan model proses bisnis *consumer to consumer* yang dapat mempertemukan kegiatan usaha masyarakat secara *realtime* dengan para konsumen dan pelanggannya tanpa perantara siapapun secara global. Diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran masyarakat Sumatera Utara dengan mendorong masyarakat untuk melaksanakan kegiatan usaha yang berkaitan dengan potensi sumberdaya pariwisata daerahnya yang kemudian mempromosikan dan memasarkannya kedalam *platform Toba-toba.com*, selain dapat meluaskan pangsa pasar yang tepat di era revolusi keempat ini juga dapat menarik para investor untuk melakukan kerjasama dalam mendukung usaha masyarakat tersebut sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak. Maka dengan ramainya transaksi yang akan berlangsung sehingga dapat meningkatkan (PAD) pendapatan daerah dengan mendukung peningkatan pariwisata di setiap daerah yang secara tidak langsung akan memberikan dampak positif bagi sektor ekonomi masyarakat Sumatera Utara yang berdaya dan mandiri di era revolusi keempat sekarang ini.

Daftar Referensi

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis*, Jakarta: Bina Aksara.
- Berita Resmi Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2018. *Profil jumlah penduduk Sumatera Utara*. <https://sumut.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2019
- Berita Resmi Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. 2018. *Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Triwulan IV 2018*. <https://sumut.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2019.
- Berita Resmi Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 2018. *Profil Tingkat Pengangguran Terbuka Sumatera Utara 2018*. <https://sumut.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2019.
- Berita Resmi Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 2018. *Perkembangan Pariwisata dan Transportasi* <https://sumut.bps.go.id>. Diakses pada tanggal 05 Februari 2019.
- Pasaribu, Sjawal. 2014. *Budaya dan Pariwisata pesisir tapanuli tengah sibolga*. USU: Medan.

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara. 2017.
- Gall, M. D., Gall, J. P., & Borg, W. R. 2003. Educational research: an introduction (7 ed.). New York: Pearson Education Inc.
- <https://arianandalas.com/ekonomi/potensi-umkm-di-sumut-cukup-prospektif>
- Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisataaan*. PT.Gramedia : Jakarta.
- Nasution, M. Irwan Padli. 2015. *Masalah Dan Solusi Dalam Bisnis Online*. Researchgate.
- Pradana, Mahir. 2015. "Klasifikasi Jenis- Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia". *Neo-Bis*, Volume 9, No. 2.
- Soebagyo. 2012. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal liquidity* Vol.1, No.2. Pp. 153-158.