

## ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGAN KAMPUNG ULOS HUTARAJA SEBAGAI PRODUK WISATA BUDAYA DI PANGURURAN, SAMOSIR

Estevani Tumanggor\*; Aprilliani Lase; Septiana Handayani Sagala

Program Study Sarjana Pariwisata - Fakultas Sains dan Humaniora  
Universitas Imelda Medan, Kota Medan, Indonesia  
<https://uimedan.ac.id/>  
vanitumanggor21@gmail.com  
(\* ) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

**Abstract**—This study aims to analyze internal and external factors in the product development of Ulos Hutaraja Village as a cultural tourism village in Samosir Regency using a SWOT analysis approach. Ulos Hutaraja Village was selected as the research location due to its unique cultural potential, including the tradition of ulos weaving, traditional Batak Toba houses, and the ulos gallery as a center for promoting local products. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including semi-structured interviews, observation, and documentation. Informants involved in this study consist of representatives from the Tourism Office, management leaders, ulos gallery managers, local weavers, and domestic tourists. The data were analyzed by identifying Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT). The findings indicate that the main weaknesses include limited capital, lack of regeneration among young weavers, inadequate facilities, and limited market access. Meanwhile, opportunities include the use of social media, cultural festivals, academic involvement, and training programs. The threats faced involve competition from modern textile products, declining interest among younger generations, and limited support from local government. These findings imply that the development strategy for ulos products should be implemented in an integrated manner by leveraging strengths and opportunities while minimizing weaknesses and threats. Therefore, the development of Ulos Hutaraja Village as a cultural tourism village not only supports the economic sustainability of the local community but also preserves Batak Toba culture.

**Keywords:** Batak Toba, cultural tourism, Kampung Ulos Hutaraja, SWOT analysis, tourism village.

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dalam pengembangan produk Kampung Ulos Hutaraja sebagai desa wisata budaya di Kabupaten Samosir dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Kampung Ulos Hutaraja dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi budaya yang khas melalui tradisi menenun ulos, keberadaan rumah adat Batak Toba, serta galeri ulos sebagai pusat promosi produk lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi Dinas Pariwisata, ketua pengelola, pengelola galeri ulos, penenun masyarakat lokal, serta wisatawan domestik. Data dianalisis dengan mengidentifikasi faktor *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan utama meliputi keterbatasan modal, kurangnya regenerasi penenun muda, keterbatasan fasilitas, serta akses pasar yang masih terbatas. Sementara itu, peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain penggunaan media sosial, festival budaya, keterlibatan akademisi serta program pelatihan. Adapun ancaman yang dihadapi meliputi persaingan dengan produk tekstil modern, menurunnya minat generasi muda, serta keterbatasan dukungan dari pemerintah daerah. Implikasi temuan ini menegaskan bahwa strategi pengembangan produk ulos harus dilakukan secara terpadu dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Dengan demikian, pengembangan Kampung Ulos Hutaraja sebagai desa wisata budaya tidak hanya mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal, tetapi juga menjaga kelestarian budaya Batak Toba.

**Kata Kunci:** Batak Toba, pariwisata budaya, Kampung Ulos Hutaraja, analisis SWOT, desa wisata.

## PENDAHULUAN

Danau Toba merupakan salah satu dari 88 lokasi yang termasuk dalam kawasan strategis pariwisata nasional (KSPN) sesuai dengan peraturan pemerintah No. 50 Tahun 2011 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 ini menjadikannya fokus utama dalam pengembangan pariwisata (Meliala et al., 2023). Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 2009, terdapat juga peraturan yang mendukung pengembangan kawasan wisata Danau Toba Samosir. Salah satunya adalah Peraturan Presiden No. 81 Tahun 2014 yang membahas Rencana Tata Ruang untuk Danau Toba dan area sekitarnya. Peraturan ini mencakup berbagai aspek mengenai pembangunan dan pengembangan sektor pariwisata di Danau Toba.

Salah satu kekayaan yang dimiliki Sumatera Utara adalah warisan budaya yang terlihat dalam kain ulos tradisional, simbol dari budaya suku Batak di Samosir (Pratama et al., 2025). Terdapat destinasi wisata yang menjaga tradisi ini, yaitu Kampung Ulos Hutaraja yang terletak di Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir. Kampung Ulos Hutaraja dikenal sebagai salah satu tujuan wisata penting di Kabupaten Samosir. Desa Wisata Kampung Ulos Hutaraja telah melalui proses penataan yang berlangsung dari tahun 2020 hingga 2021. Proses penataan ini mencakup revitalisasi atap rumah bolon yang ada di sekitar kawasan tersebut, pembangunan rumah bolon baru, pembuatan pusat informasi budaya, galeri, dan tempat jual souvenir, penataan pagar untuk makam, amfiteater atau plaza, pembangunan kafe di tepi Danau Toba, serta penyediaan toilet umum (TIMES Indonesia, 2022). Penelitian ini mendukung pendapat bahwa revitalisasi rumah bolon adalah bagian dari upaya pelestarian sekaligus memperkuat daya tarik wisata (Lase et al., 2025).

Desa wisata budaya Kampung Ulos Hutaraja adalah salah satu destinasi budaya di Indonesia yang memiliki kemampuan besar dalam mengenalkan kearifan lokal masyarakat Batak kepada para pengunjung (Fitriani & Rachmawati, 2023). Kain Ulos merupakan kain tradisional suku Batak. Pada awalnya, ulos digunakan untuk memberikan kehangatan, tetapi kini berfungsi sebagai simbol yang melambangkan cinta antara orang tua dan anak atau antar individu. Ulos juga dipakai dalam berbagai acara seperti pernikahan, perayaan, serta upacara adat yang berkaitan dengan kelahiran dan kematian (Sitohang, Siregar & Nurhidayati, 2023). Selain itu, ulos memiliki

peranan krusial dalam kehidupan sosial masyarakat dan kultur suku Batak serta diakui sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia. Pemahaman mengenai ulos umumnya diturunkan dari generasi yang lebih tua, sementara pembuatan ulos memerlukan dedikasi, fokus, dan keterampilan unik dari para pengrajin. Masyarakat Batak memandang kain ulos sebagai benda yang suci, sesuai dengan pepatah mereka "Ijuk pangihot ni hodong, ulos pangihot ni holong". Ini berarti: "jika ijuk berfungsi sebagai pengikat pelepah pada batangnya, maka ulos adalah penghubung antara kasih sayang sesama". Kain ulos ini telah digunakan oleh masyarakat Batak sejak zaman dahulu. Masyarakat Batak biasanya mengenakan kain ulos sebagai selendang dalam berbagai upacara adat Batak (Desiani, 2022).

Kampung Ulos Hutaraja adalah daerah yang dikenal sebagai penghasil tenunan ulos. Produksi ulos dilakukan secara tradisional dengan teknik manual, termasuk proses pewarnaan alami. Di Kampung Ulos Hutaraja, ada 50 pengrajin, terdiri dari 30 wanita, 15 dewasa, dan 5 remaja. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengrajin ulos dengan generasi muda agar dapat melestarikan budaya daerah, khususnya Ulos, yang memiliki berbagai motif dan nilai seni tinggi. Pemasaran juga dilakukan dengan teknologi yang terhubung melalui kelompok sadar wisata atau POKDARWIS (Simanjuntak et al., 2024).

Setelah proses penenunan selesai, hasil karya mereka disimpan di Galeri Ulos Hutaraja yang berada di tengah desa. Galeri ini menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk tenunan. Para wisatawan yang mengunjungi desa tersebut dapat membeli kain ulos langsung dari para pengrajin. Rentang harganya adalah antara Rp 300.000,00 hingga Rp 500.000,00 untuk kain standar, sedangkan ulos kelas atas dapat mencapai Rp 12.000.000,00. Mereka memproduksi berbagai jenis ulos, termasuk ulos Batak Toba dan ulos Karo, dengan menggunakan alat tenun tradisional. Proses pewarnaan menggunakan bahan alami yang diambil dari tumbuhan yang tumbuh di Pulau Samosir. Ini bertujuan untuk memastikan bahwa kualitas kain ulos tetap awet dan tidak cepat pudar. Dengan demikian, ulos yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih unggul dibandingkan dengan kain yang diolah menggunakan pewarna sintetis, (Simanjuntak et al., 2024).

Dalam perkembangan zaman yang semakin modern, kebutuhan serta harapan dari konsumen dan pengunjung wisata menunjukkan kenaikan yang cukup besar. Wisatawan meminta

agar pihak pengelola galeri ulos Hutaraja dan Para penenun mengelola kain ulos menjadi produk *fashion* bisa berupa pakaian, gaun, kemeja, tas selempang, topi, tas, dan berbagai jenis produk *fashion* lainnya. Di sisi lain, *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, melainkan telah menjadi elemen penting dalam gaya hidup sosial, terus berkembang dan bertransformasi mengikuti tren serta kemajuan teknologi di lingkungan urban modern, tanpa menghilangkan makna filosofis dari Ulos itu sendiri. Dalam hal ini, mengintegrasikan ulos Batak ke dalam produk *fashion* dapat menjadi daya tarik yang efektif dalam menarik perhatian wisatawan dan menjadi jembatan antara pelestarian budaya dan aspek modernitas.

Namun, di tengah globalisasi dan transformasi sosial yang pesat, budaya setempat sering kali terpengaruh, terpinggirkan, atau bahkan terlupakan. Hal ini mencerminkan minimnya pemahaman para wisatawan mengenai arti dan nilai dari ulos Batak (Siahaan & Harris, 2025). Selanjutnya, ketidakcocokan dengan selera modern saat ini mengingatkan kita bahwa ulos Batak adalah sesuatu yang sakral dan hanya dipakai dalam acara adat Batak saja (Anjani & Maunah, 2022). Saat ini terlihat bahwa minat masyarakat terhadap produk kebudayaan semakin menurun, keadaan ini menyebabkan perlambatan dalam peningkatan pengembangan suatu desa wisata budaya (Rochman & Ridlwan, 2021).

Kampung Ulos Hutaraja adalah lokasi yang kaya akan nilai-nilai sejarah. Keberadaan Kampung Ulos Hutaraja memiliki nilai sejarah dan budaya yang sangat berharga bagi Indonesia (Simanjuntak et al., 2024). Menyadari betapa krusialnya untuk melestarikan warisan budaya ini, terdapat perbedaan signifikan ketika kain ulos yang cantik menjadi salah satu hasil kerajinan dan karya seni yang khas dari Indonesia, namun sering kali kurang dikenal oleh publik atau bahkan tidak disadari oleh generasi saat ini (Widayati et al., 2023).

Pariwisata budaya merupakan salah satu aset penting dalam pembangunan sektor pariwisata Indonesia, termasuk di Kabupaten Samosir yang dikenal dengan kekayaan budaya Batak Toba. Salah satu warisan budaya yang memiliki nilai historis, simbolis, dan ekonomis adalah kain ulos. Ulos bukan hanya sekadar kain tenun, melainkan simbol kasih sayang, ikatan sosial, dan bagian dari identitas masyarakat Batak. Di Kampung Ulos Hutaraja, Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan, kegiatan menenun ulos telah berlangsung turun-temurun dan menjadi daya tarik wisata budaya.

Namun, perkembangan modernisasi dan globalisasi menimbulkan tantangan bagi pelestarian budaya ulos. Generasi muda mulai kurang berminat melanjutkan tradisi menenun, sementara wisatawan cenderung melihat ulos hanya sebagai cenderamata tanpa memahami makna filosofisnya. Kondisi ini menimbulkan ancaman terpinggirkannya nilai budaya asli, padahal ulos memiliki potensi besar untuk mendukung pariwisata budaya berkelanjutan dan memperkuat identitas lokal (Fsitumorang & Nst, 2023). Beberapa penelitian terdahulu menyoroiti pengembangan ulos, salah satunya penelitian (Simanjuntak et al., 2024) yang mengkaji promosi ulos Batak melalui produk *fashion* dalam menarik perhatian wisatawan. Hasil penelitian tersebut menekankan pentingnya strategi promosi digital dan diversifikasi produk ulos ke dalam bentuk *fashion modern*. Meski memberikan kontribusi penting dalam memahami aspek pemasaran, penelitian tersebut belum membahas secara komprehensif faktor dalam dan luar yang juga memengaruhi pengembangan ulos sebagai daya tarik wisata budaya.

Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan produk ulos di Kampung Ulos Hutaraja. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran strategis yang lebih menyeluruh, tidak hanya dari sisi promosi, tetapi juga dalam rangka meningkatkan minat wisatawan masyarakat lokal serta generasi muda dan wisatawan untuk melestarikan adat dan budaya di tengah arus modernisasi.

Ada pun Tujuan Penelitian yaitu Menganalisis SWOT dalam pengembangan produk Kampung Ulos Hutaraja sebagai Desa wisata budaya. Hal ini pun bagaimana mengidentifikasi dan mengevaluasi elemen-elemen internal yang mencakup keunggulan dan kekurangan dalam pengembangan produk pariwisata budaya di Kampung Ulos Hutaraja, termasuk mutu produk ulos, kemampuan pengrajin, ketersediaan infrastruktur wisata, serta pengelolaan desa wisata, serta mengidentifikasi dan mengevaluasi elemen-elemen eksternal yang meliputi kesempatan dan risiko, seperti dukungan dari pemerintah, perkembangan tren pariwisata budaya, kompetisi dengan tujuan wisata lainnya, serta pergeseran perilaku para wisatawan. Oleh karena itu, studi ini tidak hanya merupakan analisis deskriptif, tetapi juga fokus pada penyelesaian masalah dan penyusunan rencana

praktis yang bisa diterapkan dalam pengembangan destinasi wisata budaya yang berkelanjutan.

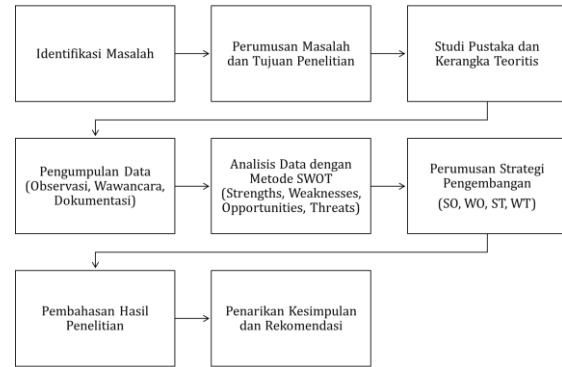
Penelitian ini memberikan inovasi dalam cara analisis yang memadukan sudut pandang pariwisata, ekonomi kreatif, dan pelestarian kebudayaan Batak. Beberapa studi sebelumnya lebih berorientasi pada pemasaran produk ulos atau pelestarian tradisi melalui pendekatan antropologis, sementara penelitian ini membahas kedua aspek itu secara bersamaan dalam konteks pengembangan strategi destinasi.

## BAHAN DAN METODE

Metode kualitatif deskriptif menjadi bagian penting pada penelitian ini. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi (Younas et al., 2025). Partisipan pada penelitian ini adalah, Dinas Pariwisata, Ketua Pengelola, Pengelola Galeri Ulos, Penenun Masyarakat Lokal dan wisatawan domestik. Penelitian ini juga menggunakan teknik *Purposive sampling* (Sumargo, 2020). Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan informan, termasuk ketua pengelola desa wisata, penenun ulos, masyarakat lokal, wisatawan, pengelola galeri, dan perwakilan Dinas Pariwisata. *Purposive Sampling* ini bertujuan dipilih karena tidak setiap anggota masyarakat memiliki pengetahuan yang beragam tentang pengembangan pariwisata dan pembuatan ulos. Pemilihan narasumber didasarkan pada pengalaman dalam menenun ulos. Kriteria tambahan yang digunakan adalah partisipasi dalam manajemen atau kegiatan pariwisata, seperti pengelola galeri ulos, pemandu lokal, atau figur masyarakat yang turut serta dalam program desa wisata.

Analisis informasi dilaksanakan menggunakan metode SWOT, untuk mengevaluasi kelebihan, kekurangan, kesempatan, dan faktor-faktor pengancam yang berpengaruh terhadap pengembangan produk ulos di Kampung Ulos Hutaraja. Studi ini dilakukan di Kampung Ulos Hutaraja, Lumban Suhi-Suhi Toruan, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara.

Tahapan penelitian dimulai dari identifikasi permasalahan yang berkaitan dengan pengembangan produk wisata budaya di Kampung Ulos Hutaraja, yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah di Kampung Ulos Huta Raja. Kampung Ulos Hutaraja dipilih karena terdapat kegiatan pariwisata yang berfokus pada ulos yang cukup dinamis dan berkelanjutan. Berbeda dengan beberapa pusat kerajinan lainnya yang hanya berfungsi sebagai tempat produksi, kampung ini telah berkembang menjadi tempat pertemuan antara wisatawan dan pengrajin. Wisatawan dapat melihat secara langsung setiap proses pembuatan ulos, memahami makna simbolis ulos, serta membeli langsung produk dari para perajin. Kegiatan pariwisata yang berlangsung secara nyata ini membuat lokasi tersebut layak untuk dianalisis dalam konteks pengembangan produk wisata yang berbasis pada budaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Desa Wisata Budaya Kampung Ulos Hutaraja.

Kampung Ulos Hutaraja merupakan salah satu kawasan budaya yang terletak di Desa Lumban Suhi-suhi Toruan, Kecamatan Pangururan, Kabupaten Samosir, Provinsi Sumatera Utara. Kawasan ini dikenal sebagai salah satu pusat pelestarian budaya Batak Toba, khususnya dalam kegiatan menenun kain ulos, yang menjadi warisan turun-temurun bagi masyarakat Batak. Secara historis, aktivitas menenun di Kampung Hutaraja telah berlangsung sejak ratusan tahun lalu. Berdasarkan keterangan narasumber dan pengamatan lapangan, kegiatan menenun ini utamanya dilakukan oleh kaum perempuan dan diwariskan secara turun-temurun dari ibu kepada anak perempuannya. Tenun ulos tidak hanya memiliki fungsi ekonomi, tetapi juga mengandung makna sosial dan spiritual yang kuat dalam berbagai prosesi adat Batak seperti upacara pernikahan (pesta unjuk), pemberian berkat (mangulosi), maupun pemakaman (pesta patay).

Nama “Hutaraja” sendiri berasal dari dua kata dalam bahasa Batak Toba, yaitu huta yang berarti kampung, dan raja yang berarti bangsawan atau tokoh adat. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari wawancara dengan tokoh adat setempat, dulunya kawasan ini merupakan tempat tinggal para raja atau tokoh adat marga tertentu yang memiliki pengaruh dalam struktur sosial masyarakat Batak. Oleh karena itu, selain sebagai permukiman, Hutaraja juga menjadi pusat kehidupan adat dan budaya, termasuk kegiatan menenun.

Proses tenun yang dilakukan oleh masyarakat Hutaraja masih mempertahankan kegiatan ataupun cara tradisional dengan menggunakan alat tenun tradisional dan bukan mesin (ATBM) yang disebut tangga-tangga. Motif yang dihasilkan pun beragam, di antaranya ulos ragidup, ulos sibolang, dan ulos bintang maratur, masing-masing memiliki simbolik tersendiri yang digunakan sesuai konteks upacara adat. Transformasi Hutaraja sebagai kampung wisata budaya mulai terlihat sejak awal tahun 2000-an, ketika pemerintah daerah dan masyarakat mulai menyadari pentingnya pelestarian budaya sekaligus pengembangan potensi pariwisata lokal. Kegiatan menenun yang sebelumnya hanya dilakukan untuk keperluan adat dan ekonomi lokal, mulai diposisikan sebagai daya tarik wisata yang edukatif dan kultural.

Puncak pengakuan terhadap keberadaan Kampung Ulos Hutaraja sebagai destinasi wisata budaya terjadi pada tahun 2019, saat presiden RI Joko Widodo melaksanakan kunjungan kerja ke Samosir dan menyempatkan diri mengunjungi kampung ini. Kunjungan tersebut menjadi titik balik dalam promosi Hutaraja di tingkat nasional, dan mempercepat pengembangan kawasan ini sebagai desa wisata berbasis budaya. Berdasarkan observasi lapangan, Kampung Ulos Hutaraja saat ini telah menjadi tujuan wisata budaya yang menawarkan pengalaman langsung kepada wisatawan untuk menyaksikan proses menenun ulos, memahami filosofi tiap motif, serta mengenal lebih dekat nilai-nilai kehidupan masyarakat Batak Toba.

### **Potensi Kampung Ulos Hutaraja sebagai Desa Wisata Budaya.**

#### **1. Keunikan Produk Budaya Ulos dan Tenun Tradisional**

Kampung Ulos Hutaraja memiliki potensi besar sebagai desa wisata budaya yang ditopang oleh keunikan produk ulos. Ulos yang dihasilkan masyarakat masih ditenun secara manual menggunakan alat tradisional, yaitu Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM). Ulos merupakan kain

tenun tradisional masyarakat Batak yang berasal dari Sumatera Utara. Bagi masyarakat Batak, ulos bukan sekadar kain, melainkan simbol budaya yang sarat dengan makna sosial, spiritual, dan filosofis. Dalam kehidupan masyarakat Batak, ulos dipandang sebagai “pemberi kehangatan”, baik secara fisik sebagai pelindung tubuh maupun secara simbolis sebagai bentuk kasih sayang dan doa.

Ulos juga memiliki berbagai fungsi dalam kehidupan masyarakat Batak. Dalam fungsi adat, ulos digunakan dalam berbagai upacara adat seperti pernikahan, kelahiran, pemberian gelar, hingga kematian. Misalnya, dalam upacara pernikahan, ulos diberikan kepada pasangan pengantin sebagai lambang restu dan doa agar rumah tangga mereka diberkati. Dalam fungsi sosial, pemberian ulos memperkuat ikatan sosial antarmasyarakat Batak. Tradisi mangulosi (memberikan ulos) menjadi simbol kasih sayang, penghormatan, dan solidaritas. Selain itu, ulos juga memiliki fungsi spiritual karena dipercaya memiliki nilai sakral sebagai media doa dan perlindungan, sehingga digunakan dalam setiap siklus kehidupan.

Secara filosofis, ulos dianggap sebagai perwujudan kasih sayang dan restu. Warna dan motif ulos memiliki makna simbolis, seperti warna merah yang melambangkan keberanian dan semangat hidup, hitam melambangkan kekuatan dan keteguhan, serta putih melambangkan kesucian dan doa. Kombinasi warna-warna tersebut menggambarkan keseimbangan dalam kehidupan masyarakat Batak.

Terdapat banyak jenis ulos dengan fungsi yang berbeda dalam adat Batak. Ulos Ragidup melambangkan kehidupan yang sejahtera dan biasanya digunakan dalam upacara adat penting. Ulos Sibolang melambangkan kewibawaan dan kekuatan serta sering digunakan oleh tokoh adat atau dalam acara pernikahan. Ulos Mangiring biasanya diberikan kepada anak atau cucu sebagai lambang kasih sayang dan doa untuk keberlangsungan hidup. Sementara itu, Ulos Sadum identik dengan perayaan dan kebahagiaan sehingga sering digunakan dalam upacara sukacita.

Teknik pewarnaan tradisional menggunakan bahan alami dan pola pewarisan keterampilan dari ibu kepada anak menjadikan produk ini autentik dan bernilai budaya tinggi. Bahan utama yang digunakan dalam produksi ulos adalah benang katun untuk proses penenunan. Selain itu, pewarna alami juga digunakan, seperti daun indigofera untuk menghasilkan warna biru alami, akar mengkudu atau akar pohon noni untuk menghasilkan warna

merah atau merah bata, kulit pohon mahoni sebagai pewarna coklat alami, serta daun pandan atau daun mahkota dewa untuk menghasilkan warna hijau alami. Seluruh proses pembuatan ulos dilakukan menggunakan alat tenun tradisional (ATBM). Air bersih juga digunakan dalam proses perendaman benang, pelarutan pewarna alami, dan pencucian ulos setelah proses pewarnaan selesai.

## 2. Keunikan Produk Budaya Rumah Adat Batak Toba

Selain ulos, keberadaan rumah adat Batak Toba di Kampung Hutaraja menjadi potensi penting. di Kampung Ulos Hutaraja, diperoleh temuan bahwa rumah adat yang berdiri di kawasan ini merupakan salah satu daya tarik utama yang memperkuat identitas kampung sebagai desa wisata budaya. Rumah adat tersebut dikenal dengan nama Rumah Adat Batak Toba, atau sering disebut Ruma Bolon, yang diwariskan secara turun-temurun oleh leluhur masyarakat Batak. Secara fisik, rumah adat di Kampung Hutaraja memiliki bentuk arsitektur yang khas dengan atap tinggi melengkung menyerupai pelana kerbau. Atapnya terbuat dari ijuk atau seng, sedangkan dinding rumah menggunakan papan kayu yang diukir dengan motif tradisional berwarna merah, hitam, dan putih. Warna-warna tersebut memiliki makna filosofis yang erat dengan kehidupan masyarakat Batak, yaitu merah melambangkan keberanian, hitam melambangkan kekuatan, dan putih melambangkan kesucian.

Rumah adat ini didirikan tanpa menggunakan paku, melainkan melalui teknik pasak kayu yang memperlihatkan keahlian tradisional masyarakat Batak. Lantai rumah dibuat dari papan kayu dan ditinggikan dengan tiang-tiang kokoh, sehingga ruangan di bawah rumah sering dimanfaatkan untuk memelihara ternak. Kondisi rumah panggung ini juga menunjukkan kearifan lokal masyarakat Batak dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan alam, baik sebagai bentuk perlindungan dari binatang buas maupun dari kelembaban tanah. Selain aspek fisik, rumah adat di Kampung Hutaraja juga memiliki fungsi sosial-budaya yang sangat penting. Rumah ini bukan hanya sebagai tempat tinggal, melainkan juga pusat kehidupan keluarga besar (partuturan). Setiap ruang di dalam rumah memiliki makna simbolis, misalnya ruang tengah digunakan untuk menerima tamu dan melaksanakan acara adat, sedangkan ruang bagian belakang digunakan untuk kegiatan domestik keluarga. Dengan demikian, rumah adat berperan sebagai ruang kolektif yang merepresentasikan nilai kebersamaan dan

kekerabatan. Temuan lain di lapangan menunjukkan bahwa rumah adat di Kampung Ulos Hutaraja kini difungsikan pula sebagai bagian dari atraksi wisata budaya. Wisatawan yang berkunjung dapat melihat langsung bentuk arsitektur tradisional Batak sekaligus mempelajari filosofi di balik pembagiannya. Beberapa rumah adat bahkan dijadikan galeri kecil tempat dipamerkannya ulos hasil tenunan masyarakat, sehingga rumah adat tidak hanya berfungsi sebagai simbol identitas, tetapi juga sebagai sarana edukasi budaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan tokoh masyarakat, diperoleh informasi bahwa keberadaan rumah adat di Kampung Hutaraja sangat penting dalam menjaga kontinuitas budaya Batak Toba. Keaslian rumah adat yang masih dipertahankan menjadi bukti komitmen masyarakat dalam melestarikan warisan leluhur di tengah arus modernisasi. Meskipun terdapat tantangan berupa biaya perawatan bangunan yang cukup besar, rumah adat tetap dijaga karena dianggap sebagai pusat identitas budaya sekaligus aset wisata yang bernilai tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Ramadhan et al., (2025) yang menyatakan bahwa rumah adat tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai simbol identitas kolektif yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata budaya. Dengan demikian, rumah adat tidak hanya memiliki fungsi kultural, tetapi juga menjadi media interpretatif dalam wisata edukasi budaya.

## 3. Tradisi dan Kegiatan Adat

Tradisi dan kegiatan adat masih dijalankan secara konsisten oleh masyarakat setempat sebagai wujud pelestarian budaya Batak Toba. Tradisi ini tidak hanya berfungsi untuk mempererat ikatan sosial, tetapi juga menjadi bagian penting dari identitas kampung yang kini diangkat sebagai desa wisata budaya.

Salah satu tradisi yang paling menonjol adalah tradisi mangulosi, yaitu pemberian ulos dalam upacara adat. Pemberian ulos mengandung makna kasih sayang, doa, serta restu, yang biasanya diberikan oleh orang tua, keluarga besar, atau kerabat dekat kepada anak, cucu, maupun pasangan pengantin. Dalam tradisi ini, ulos bukan hanya berfungsi sebagai kain tenun, melainkan simbol ikatan emosional dan spiritual yang memperkuat nilai kekerabatan masyarakat Batak. Selain mangulosi, terdapat pula berbagai kegiatan adat yang dilakukan dalam siklus kehidupan masyarakat, antara lain: Upacara kelahiran (mangharoan boru): keluarga besar berkumpul untuk memberikan doa keselamatan dan keberkahan bagi anak yang baru lahir, Upacara pernikahan (ulaon unjuk):

masyarakat melaksanakan ritual adat lengkap dengan prosesi pemberian ulos pengantin sebagai simbol doa restu untuk rumah tangga baru, Upacara kematian (ulaon mate): ulos juga digunakan sebagai simbol penghormatan terakhir bagi orang yang meninggal, melambangkan doa untuk perjalanan arwah menuju alam baka. Di luar siklus kehidupan tersebut, masyarakat Kampung Hutaraja juga masih melaksanakan gotong royong adat dalam setiap kegiatan bersama, baik itu perbaikan rumah adat, pembangunan fasilitas umum, maupun penyelenggaraan pesta adat. Nilai kebersamaan ini memperlihatkan bahwa adat tidak hanya dijalankan dalam acara formal, tetapi juga dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Hasil wawancara dengan salah satu tokoh masyarakat mengungkapkan bahwa kegiatan adat di Hutaraja bukan sekadar ritual, melainkan sarana edukasi budaya bagi generasi penerus. Melalui keterlibatan langsung dalam setiap prosesi, anak-anak dan remaja dapat belajar tentang struktur sosial, tata krama, serta nilai-nilai filosofi Batak Toba. Hal ini dianggap penting untuk memastikan bahwa tradisi tidak terputus di tengah arus modernisasi.

Selain itu, temuan lapangan juga menunjukkan bahwa tradisi adat kini difungsikan sebagai daya tarik wisata. Wisatawan yang berkunjung dapat menyaksikan prosesi adat tertentu, seperti simulasi pemberian ulos atau pertunjukan musik gondang sabangunan yang biasanya mengiringi acara adat. Dengan demikian, kegiatan adat di Kampung Hutaraja tidak hanya bernilai sakral bagi masyarakat, tetapi juga menjadi sarana promosi budaya yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan desa wisata.

Namun demikian, masyarakat juga menghadapi tantangan dalam menjaga keberlanjutan tradisi adat. Beberapa narasumber menyebutkan bahwa biaya pelaksanaan pesta adat relatif besar sehingga terkadang menjadi beban bagi keluarga yang menyelenggarakannya. Selain itu, pengaruh modernisasi menyebabkan sebagian generasi muda mulai kurang tertarik untuk mendalami tradisi adat. Meski demikian, masyarakat tetap berupaya mempertahankan adat sebagai identitas kolektif yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan mereka.

Tradisi adat yang masih dijalankan masyarakat menunjukkan bahwa Kampung Ulos Hutaraja memiliki *living culture* yang otentik. Hal ini relevan dengan penelitian Sinaga et al., (2025) mengenai kearifan lokal Batak Toba, yang menyatakan bahwa praktik adat yang diwariskan secara turun-temurun tidak hanya mempertahankan identitas budaya, tetapi juga

berpotensi menjadi kekuatan dalam sektor pariwisata. Konsep tersebut juga sejalan dengan *living culture* menurut Sibarani et al., (2021), yang menekankan bahwa pelestarian budaya tidak hanya bersifat seremonial, tetapi juga menjadi praktik hidup dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

### **Galeri Ulos sebagai Pusat Produk dan Wisata Budaya.**

Galeri Ulos di Kampung Ulos Hutaraja menjadi salah satu elemen penting dalam mendukung pengembangan desa wisata budaya. Galeri ini berfungsi sebagai ruang pameran sekaligus pusat penjualan produk ulos hasil tenunan masyarakat setempat. Keberadaan galeri bukan hanya tempat transaksi ekonomi, melainkan juga wadah pelestarian budaya dan media edukasi bagi wisatawan yang berkunjung. Secara fisik, galeri ulos berbentuk bangunan sederhana dengan desain yang masih mempertahankan sentuhan arsitektur lokal. Rak-rak kayu tertata rapi untuk memajang berbagai jenis ulos, mulai dari ulos ragidup, ulos sibolang, ulos mangiring, hingga ulos-ulos modern yang dikreasikan menjadi syal, tas, maupun hiasan interior. Warna-warna khas ulos dengan kombinasi merah, hitam, dan putih mendominasi ruangan, menciptakan suasana etnik yang merepresentasikan identitas Batak Toba.

Galeri ulos menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Kampung Ulos Hutaraja. Keberadaannya tidak hanya menampilkan keindahan kain tenun tradisional, tetapi juga menghadirkan pengalaman interaktif yang menghubungkan pengunjung dengan warisan budaya Batak Toba. Dengan kata lain, galeri ulos tidak sekadar ruang pameran, melainkan simbol keberlanjutan budaya yang hidup (*living heritage*) di tengah masyarakat. galeri ulos juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat, terutama kaum perempuan yang mayoritas berperan sebagai penenun. Melalui galeri, hasil karya mereka mendapatkan akses pasar yang lebih luas. Wisatawan yang datang biasanya membeli ulos sebagai cenderamata, baik dalam bentuk kain asli maupun produk turunan. Hal ini memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan keluarga penenun serta mendukung perekonomian lokal.

Namun, dalam praktiknya, galeri ulos juga menghadapi beberapa kendala. Berdasarkan informasi dari pengelola, tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan promosi, belum adanya manajemen pemasaran digital yang optimal, serta harga ulos yang dianggap cukup tinggi oleh sebagian wisatawan. Selain itu,

masih terdapat keterbatasan dalam diversifikasi produk sehingga galeri perlu berinovasi lebih lanjut agar tetap kompetitif di tengah perkembangan industri kreatif.

### Analisis SWOT Pengembangan Wisata Budaya Kampung Ulos Hutaraja

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diperoleh hasil analisis SWOT sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis SWOT

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Strengths (Kekuatan): Keaslian budaya ulos, tradisi adat yang masih hidup, rumah adat tradisional, keterlibatan masyarakat	Opportunities (Peluang): Dukungan pemerintah, promosi media sosial, tren wisata budaya, festival budaya
Weaknesses (Kelemahan): Promosi digital terbatas, regenerasi penenun rendah, fasilitas wisata belum optimal	Threats (Ancaman): Produk tekstil modern, menurunnya minat generasi muda, persaingan destinasi wisata

Sumber: (Hasil Penelitian, 2026)

### Strategi Pengembangan Produk Wisata Budaya

Berdasarkan analisis SWOT, maka dirumuskan poin-poin strategi pengembangan:

1. Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)
  - a. Mengembangkan produk turunan ulos (*fashion*, souvenir, dekorasi) berbasis kekuatan budaya.
  - b. Memanfaatkan media sosial untuk memperluas promosi.
2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)
  - a. Mengadakan pelatihan bagi generasi muda dalam menenun ulos.
  - b. Meningkatkan kerja sama dengan pemerintah dan akademisi untuk memperkuat promosi dan fasilitas.
3. Strategi ST (*Strengths-Threats*)
  - a. Menekankan nilai filosofis ulos sebagai keunggulan budaya yang tidak bisa digantikan produk pabrikan.
  - b. Menjadikan ulos sebagai bagian dari festival budaya yang rutin diadakan
4. Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)
  - a. Memperbaiki infrastruktur pendukung wisata agar wisatawan lebih nyaman.
  - b. Membentuk komunitas kreatif penenun muda untuk mengurangi ancaman hilangnya regenerasi

### Pembahasan

Hasil temuan menunjukkan bahwa keberhasilan Kampung Ulos Hutaraja sebagai desa wisata budaya sangat bergantung pada keseimbangan antara faktor internal dan

eksternal. Kekuatan internal seperti kualitas produk, pelestarian budaya, dan keterlibatan masyarakat menjadi modal utama. Namun, kelemahan internal seperti keterbatasan modal, regenerasi, dan fasilitas produksi perlu mendapat perhatian serius.

Peluang eksternal seperti media sosial, festival budaya, dan program pemerintah dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan internal dan memperkuat posisi kampung. Sebaliknya, ancaman seperti kurangnya minat generasi muda, persaingan produk modern, dan keterbatasan dukungan pemerintah perlu dijadikan pertimbangan dalam strategi pengembangan.

Secara keseluruhan, temuan SWOT mengindikasikan bahwa keberlanjutan produk ulos dan pariwisata Kampung Ulos Hutaraja memerlukan pendekatan terpadu. Strategi yang disarankan antara lain:

1. Memperkuat modal dan fasilitas produksi, misalnya melalui bantuan pemerintah, LSM, atau kerjasama dengan pihak swasta.
2. Mendorong regenerasi penenun muda, melalui pelatihan, pendidikan informal, dan program magang di galeri ulos.
3. Optimalisasi promosi dan pemasaran, memanfaatkan media sosial, festival budaya, dan kolaborasi dengan desainer kreatif.
4. Mengantisipasi ancaman eksternal, seperti persaingan produk modern, dengan inovasi motif dan penguatan nilai filosofis ulos sebagai produk budaya autentik.

Dengan penerapan strategi tersebut, Kampung Ulos Hutaraja berpotensi mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan produksi ulos sekaligus memperkuat posisinya sebagai desa wisata budaya yang menarik dan berdaya saing.

### KESIMPULAN

Hasil evaluasi SWOT tentang pengembangan produk pariwisata budaya di Kampung Ulos Hutaraja menunjukkan bahwa desa ini memiliki kekuatan utama pada keaslian tradisi menenun ulos, keterampilan pengrajin yang diwariskan dari generasi ke generasi, serta dukungan infrastruktur yang diperoleh dari revitalisasi kawasan. Walaupun demikian, ada kelemahan yang mencakup kurangnya inovasi produk, kapasitas manajemen pariwisata yang belum maksimal, serta ketergantungan pada kunjungan wisatawan yang bersifat musiman. Di sisi eksternal, peluang yang ada antara lain meningkatnya minat terhadap pariwisata budaya

dan lokasi strategis kawasan Danau Toba sebagai destinasi yang diutamakan secara nasional. Sementara itu, ancaman yang dihadapi mencakup persaingan dengan destinasi sejenis, perubahan preferensi pasar, serta risiko terhadap komersialisasi yang berlebihan yang bisa mengurangi nilai keaslian budaya. Temuan dari studi ini mengindikasikan bahwa untuk pengembangan desa wisata di daerah ini, perlu ada penekanan pada strategi yang menggabungkan pelestarian budaya dan peningkatan kualitas pengalaman wisata. Potensi yang ada harus dimanfaatkan untuk menguatkan perbedaan destinasi, sedangkan masalah yang ada harus ditangani dengan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, mendiversifikasi produk ulos, dan mengelola destinasi secara lebih profesional. Dengan memanfaatkan peluang yang ada di luar, desa wisata dapat memperluas jaringan promosi, meningkatkan nilai tambah produk, dan mengokohkan posisi sebagai pusat wisata budaya Batak. Strategi yang tepat akan membantu dalam mendukung keberlanjutan ekonomi lokal sekaligus melestarikan warisan budaya. Berdasarkan analisis yang dilakukan, disarankan kepada pihak pemerintah daerah dan pengelola desa wisata untuk menyusun kebijakan yang menekankan pada penguatan ekonomi kreatif yang berfokus pada ulos, peningkatan pelatihan bagi pengrajin serta pelaku di sektor pariwisata, serta pengembangan sistem pemasaran digital yang lebih terintegrasi. Selain itu, diperlukan adanya regulasi yang menetapkan standar kualitas produk dan penafsiran budaya agar proses komersialisasi tidak mengurangi makna simbolis dari ulos. Kerja sama antara pemerintah, komunitas setempat, dan sektor swasta juga harus ditingkatkan untuk memastikan keberlanjutan program pengembangan desa wisata dalam jangka panjang. Pelaksanaan saran-saran ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing destinasi sekaligus memperkuat kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian dilakukan dalam waktu yang relatif singkat sehingga perkembangan pariwisata dan dinamika pengelolaan Kampung Ulos Hutaraja belum dapat diamati secara jangka panjang. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada kondisi saat ini, sehingga perubahan kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi digital, dan tren pariwisata belum sepenuhnya dianalisis. Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat dan pengrajin ulos diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas serta inovasi produk ulos agar mampu menarik wisatawan

domestik maupun mancanegara. Promosi wisata budaya juga perlu diperkuat melalui media digital dan kerja sama dengan pelaku industri pariwisata. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan melalui kajian ekonomi kreatif, pemasaran pariwisata, dan keberlanjutan pengembangan desa wisata budaya.

## REFERENSI

- Anjani, S.Y., & Maunah, B. (2022). Perubahan Sosial Serta Upaya Menjaga Kesenambungan Masyarakat. *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 12(2), 49–56. <https://doi.org/10.37630/jpi.v12i2.744>
- Desiani, I. F. (2022). SIMBOL DALAM KAIN ULOS PADA SUKU BATAK TOBA. *Jurnal Ilmu Budaya*, 18(2), 127–137. <https://doi.org/10.31849/jib.v18i2.9466>
- Fitriani, L. R., & Rachmawati, D. (2023). Komunikasi Partisipatif Pemberdayaan Masyarakat Kampung Ulos dalam mengembangkan Ulos sebagai Upaya Revitalisasi. *Warta ISKI*, 5(2), 156–167. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v5i2.183>
- Lase, A., Lase, A., & Tambunan, J. I. (2025). PELESTARIAN DAN REVITALISASI RUMAH TRADISIONAL BATAK TOBA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BUDAYA DI DANAU TOBA. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 19(2), 166. <https://doi.org/10.47256/kji.v19i2.722>
- Meliala, Y. H., Saifulloh, M., & Wiyati, E. K. (2023). AKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN KAWASAN PARIWISATA DANAU TOBA. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 6(1), 18–30. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2293>
- Ramadhan, M. G., Batubara, W. A., Handriani, P., Lestari, W., & Harahap, M. I. (2025). Jejak arsitektur Rumah Adat Siwaluh Jabu di Desa Budaya Lingga Kabupaten Karo sebagai warisan budaya takbenda (intangible cultural heritage). *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 11(3), 250–261. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v11i03.7911>
- Rochman, T., & Ridwan, A. A. (2021). Analisis Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Syariah Di Desa Kebloran Kecamatan Kragan Kabupaten Rembang Jawa Tengah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 215–236. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i1.8277>

- Siahaan, U. P., & Harris, A. (2025). Pengembangan model komunikasi pariwisata berbasis kearifan lokal di kawasan Kampung Ulos Hutaraja. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 7(1), 81–88. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v7i1.5888>
- Sibarani, R., Sibarani, E., & Simanjuntak, P. (2021). Metaphors of land divisions for traditional irrigations at Tipang Village, Lake Toba area: An anthropolinguistic study. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(Special Issue 1), 1–9. <https://www.abacademies.org/articles/metaphors-of-land-divisions-for-traditional-irrigations-at-tipang-village-lake-toba-area-an-anthropolinguistic-study.pdf>
- Simanjuntak, N. R., Nadeak, T. R. J., & Hutagalung, B. T. J. (2024). Promosi ulos Batak melalui produk fashion dalam menarik perhatian wisatawan di Kampung Ulos Hutaraja Desa Lumban Suhi-Suhi Toruan Kecamatan Pangururan Kabupaten Samosir tahun 2024. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 3(4), 4243–4261. <https://publisherqu.com/index.php/pediqu/article/view/1356>
- Sinaga, P. M. H., Siahaan, P. G., Naiborhu, R., Lumban Batu, R., & Silaban, J. A. (2025). Perlindungan hukum pengetahuan tradisional pada ayam napinadar sebagai instrumen pelestarian budaya lokal dan peningkatan ekonomi masyarakat Batak Toba. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 218–231. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.39399>
- Sitohang, D. H., Siregar, A., & Nurhidayati, S. A. (2023). Sejarah dan makna ulos Batak Toba. *Jurnal Ilmiah Widya Pustaka Pendidikan*, 11(2), 27–34. [https://www.researchgate.net/publication/378803035\\_SEJARAH\\_DAN\\_MAKNA\\_ULOS\\_BATAK\\_TOBA](https://www.researchgate.net/publication/378803035_SEJARAH_DAN_MAKNA_ULOS_BATAK_TOBA)
- Situmorang, F. N., & Nst, E. N. D. (2023). Peran UNESCO dan upaya Indonesia mengangkat Ulos Toba sebagai warisan dunia. *Journal of Global Perspective*, 1(1), 13–24. <https://kti.potensi-utama.org/index.php/JoGP/article/view/36/121>
- Sumargo, B. (2020). *Teknik sampling*. UNJ Press. <https://books.google.co.id/books?id=FuUKEAAAQBAJ>
- TIMES Indonesia. (2022, February 3). *Resmikan penataan Kampung Ulos Hutaraja dan Huta Siallagan, Presiden RI Jokowi apresiasi program revitalisasi kawasan budaya*. TIMES Indonesia. <https://timesindonesia.co.id/pemerintahan/394803/resmikan-penataan-kampung-ulos-hutaraja-dan-huta-siallagan-presiden-ri-jokowi-apresiasi-program-revitalisasi-kawasan-budaya>
- Widayati, S., Setyaningsih, L. A., Affandi, A. S., & Cahyaningsih, D. S. (2023). Peran budayajaranan dalam upaya pemberdayaan komunitas untuk melestarikan warisan budaya. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 3, 159–170. <https://ocs.machung.ac.id/index.php/senam/article/view/405>
- Pratama, I. P. A. A. P., Kesumadewi, A. A. A. R., Wijana, P. A., Widyayanthi, N. P. L., Juniarta, P. P., Pitanatri, I. A., Suta, P. W. P., Mirayani, N. K. S., & Widjaya, I. G. N. O. (2025). *Pengantar pariwisata di Indonesia* (P. P. Juniarta, Ed.). Intelektual Manifes Media.
- Younas, A., Fàbregues, S., Munce, S., & Creswell, J. W. (2025). Framework for types of meta-inferences in mixed methods research. *BMC Medical Research Methodology*, 25(1), 18. <https://doi.org/10.1186/s12874-025-02475-8>