

## PENGUATAN UNIQUE SELLING POINT DAN INTEGRASI KEGIATAN PAKET WISATA UNTUK DAYA SAING DESA SUKOMAKMUR

Suci Iriani Sinuraya<sup>1</sup>, Rizza Arge Winanta<sup>2</sup>, Rizki Ardinanta<sup>3</sup>, Siti Nurhidayah<sup>4</sup>

<sup>1234</sup> Ilmu Administrasi Negara, Universitas Tidar

\*Corresponding author : suciiriani@untidar.ac.id

### INFO ARTIKEL

#### Riwayat Artikel :

Diterima : 10 Agustus 2026

Direvisi : 22 Oktober 2026

Disetujui : 22 Oktober 2026

Diterbitkan : 22 Oktober 2026

#### Kata Kunci :

Desa Wisata; Daya Saing Pariwisata; *Unique Selling Point*; Potensi Lokal; Pemberdayaan Masyarakat.

### ABSTRAK

Desa Sukomakmur di Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang, pada dasarnya menyimpan potensi wisata alam yang luar biasa melalui pesona hamparan terasering kebun sayurinya. Sayangnya, desa wisata yang masih berstatus "berkembang" ini dihadapkan pada tantangan rendahnya daya saing akibat belum adanya unsur pembeda utama atau *Unique Selling Point* (USP). Berangkat dari situasi lapangan tersebut, kegiatan pengabdian ini hadir dengan tujuan yang jelas yaitu untuk membangun kapasitas daya saing pariwisata Desa Sukomakmur melalui perumusan rekomendasi USP sekaligus mengintegrasikan berbagai atraksi wisata ke dalam satu paket penawaran yang terpadu. Proses pengabdian ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan pelatihan partisipatif yang melibatkan anggota Pokdarwis serta pengurus PPEP. Berdasarkan evaluasi kualitatif dari tingkat pemahaman peserta selama diskusi, kegiatan ini menunjukkan hasil yang sangat positif. Mitra kini tidak hanya memahami konsep USP dan strategi integrasi potensi lokal tetapi juga berhasil menciptakan luaran konkret. Salah satu pencapaian menariknya adalah pengembangan purwarupa sirup wortel sebagai *local signature beverage*. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah sukses meletakkan fondasi pembekalan kapasitas dasar dan menghasilkan dokumen rekomendasi strategis bagi desa. Tentu saja, untuk melihat lonjakan daya saing yang terukur secara nyata, implementasi dari rekomendasi tersebut serta pendampingan lanjutan di lapangan masih sangat dibutuhkan ke depannya.

### ARTICLE INFO

#### Riwayat Artikel :

Received : August 10, 2026

Revised : October 22, 2026

Accepted : October 22, 2026

Published : October 22, 2026

#### Keywords:

Tourism Village; Tourism Competitiveness; *Unique Selling Point*; Local Potential; Community Empowerment.

### ABSTRACT

*Sukomakmur Village, located in the Kajoran District of Magelang Regency, possesses extraordinary natural tourism potential, characterized by its stunning terraced vegetable gardens. Unfortunately, this "developing" tourism village faces challenges regarding its competitiveness, primarily due to the absence of a clear, defining feature—or a Unique Selling Point (USP). Addressing this, this community service initiative aims to bolster the village's tourism competitiveness by formulating a USP and integrating various local attractions into a cohesive tourism package. The initiative was carried out through field observations, in-depth interviews, and participatory training sessions involving members of the local tourism awareness group (Pokdarwis) and the village tourism management organization (PPEP). Qualitative evaluations of the participants' understanding during discussions indicate highly positive outcomes. The partners have not only grasped the concepts of a USP and strategies for integrating local assets, but they have also produced tangible results—most notably, the development of a prototype carrot syrup, envisioned as a signature local beverage. Overall, this initiative has successfully laid a foundational capacity-building framework and provided a document containing strategic recommendations for the village. Naturally, achieving a measurable surge in competitiveness will require the implementation of these recommendations, supported by continued, long-term guidance in the field.*

## 1. PENDAHULUAN

Desa Sukomakmur terletak di Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Desa ini terletak tepat berada di kaki Gunung Sumbing yang sangat populer dengan destinasi wisata alam yang memikat dan udara yang sejuk. Salah satu yang menjadi daya tarik wisata disini adalah pemandangan alam dengan hamparan tanaman lontang, kol, sawi, dan kentang. Kondisi demikian menyebabkan desa ini juga dikenal dengan sebutan "Negeri Sayur". Penataan perkebunan sayur yang rapi menjadi daya tarik wisatawan untuk datang.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan dapat di lihat bahwa aksesibilitas menuju Desa Sukomakmur tergolong memadai. Jarak dari pusat Kota Magelang dapat ditempuh dalam waktu sekitar satu jam menggunakan kendaraan pribadi. Namun perjalanan menuju titik pandang utama di lereng Gunung Sumbing menghadapi tantangan berupa jalan yang sempit serta terjal dan berbatu. Kondisi geografis tersebut melahirkan sistem transportasi lokal berupa jasa "Ojek Negeri Sayur" yang dikelola oleh petani setempat sebagai pekerjaan sampingan. Jasa transportasi komunitas ini mematok tarif Rp40.000 untuk rute Puncak Negeri Sayur dan Rp100.000 untuk rute ke destinasi Nepal Van Java. Kehadiran ojek lokal menjadi solusi utama untuk menembus keterbatasan akses fisik kawasan.

Berdasarkan penjelasan Bapak Yusuf Indra selaku Koordinator Pariwisata Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang pada Desember 2025 Desa Wisata Sukomakmur masih terklasifikasi dalam kategori berkembang. Klasifikasi tersebut mencakup empat jenjang yaitu rintisan berkembang maju dan mandiri. Capaian Desa Sukomakmur ini masih berada di bawah perkembangan desa tetangga seperti Desa Sutopati dan Desa Mangli. Kondisi tersebut mendorong perlunya langkah intervensi guna mengoptimalkan potensi destinasi Negeri Sayur sekaligus meningkatkan perekonomian warga lokal.

Sebagaimana dikatakan oleh (Fletcher, 2018) setidaknya ada 4 komponen yang disebut 4A agar suatu destinasi wisata dapat menarik pengunjung, yaitu: attraction (atraksi), accessibility (akses), amenity (fasilitas) dan ancilliary of services (pelayanan). Hampir senada

dengan Middleton et al., (2009) mengatakan bahwa suatu obyek wisata hendaknya memiliki 1) Atraksi wisata; 2) Fasilitas di daerah tujuan wisata; 3) Aksesibilitas; 4) Citra destinasi; 5) Harga terjangkau untuk wisatawan agar dapat menarik wisatawan. Desa Sukomakmur sudah mempunyai sejumlah prasyarat tersebut, meskipun tidak optimal. Namun yang harus dipikirkan adalah bahwa desa-desa di sekitar Desa Sukomakmur juga menawarkan atraksi yang kurang lebih sama, yaitu; keindahan pemandangan alam berupa hamparan kebun sayur yang dapat dilihat dari ketinggian, mendekati Puncak Gunung Sumbing, sehingga perlu ada sesuatu yang berbeda yang dapat ditawarkan agar wisatawan mendapat "pengalaman yang berbeda" ketika mengunjungi Desa Sukomakmur.

Konsep *unique selling point* (USP) sendiri merujuk pada langkah identifikasi keunikan suatu destinasi sebagai fondasi awal pengembangan pariwisata agar arah pengembangannya tepat sasaran dan berbeda dari wilayah lain (Capsey dalam Pranatasari, Diva dan Laksono, 2022). Dengan menonjolkan keunikannya, suatu destinasi akan menjadi lebih menonjol dan menarik untuk dikunjungi tanpa harus terjebak dalam persaingan harga antarwilayah destinasi yang justru merugikan semua pihak.

Fenomena tumpang tindih atraksi semacam ini bukan persoalan yang unik dialami Desa Sukomakmur. Kasus serupa juga ditemukan di Desa Borobudur, Kabupaten Magelang, di mana dua dusun, yaitu Dusun Kaliabon dan Dusun Gejagan, sama-sama mengembangkan agrowisata kelengkeng sehingga justru menimbulkan kesan "saling bersaing" alih-alih saling melengkapi (Sinuraya & Wismaningtyas, 2024). Kondisi ini menegaskan bahwa tanpa penguatan unsur pembeda yang jelas, kedekatan geografis antardestinas yang menawarkan atraksi serupa berpotensi menurunkan daya tarik kolektif kawasan secara keseluruhan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ditemukan bahwa permasalahan yang dihadapi Desa Sukomakmur sebagai desa wisata adalah: (1) Potensi yang besar namun belum tergali secara optimal; (2) Salah satu atraksi penarik wisatawan andalannya adalah: pemandangan alam yang indah, namun pemandangan yang

indah tersebut juga bisa dilihat dari titik pandang lain yang merupakan wilayah desa tetangga sehingga di sini tidak ada unsur pembeda yang substantif tawaran atraksi wisata sebagai penarik wisatawan antara desa Sukomakmur dengan desa tetangga; (3) Dalam kategorisasi klasifikasi sebagai desa wisata, Desa Wisata Sukomakmur baru terklasifikasi sebagai Desa Wisata dalam klaster berkembang. Hal ini tentu kalah dari 2 desa wisata tetangga, yaitu Desa wisata Nepal Van Java di Kecamatan Kaliangkrik serta Desa Wisata Sutopati yang juga di Kecamatan Kajoran.

Menangkap permasalahan tersebut Tim dari Universitas Tidar melaksanakan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat pada bulan Desember 2025 dengan memberikan sejumlah pemahaman dan penjelasan kepada anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan anggota Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan (PPEP) yang dilaksanakan mengguakan tempat di Cafe Nestra, Desa Suomakmur Kecamatan Kajoran Kabupaten Magelang pada tanggal 10 dan 24 Desember 2025.

Tim Pemberdayaan Masyarakat Universitas Tidar terbagi ke dalam dua kelompok kerja, yaitu tim dosen dan tim mahasiswa, yang masing-masing memiliki fokus intervensi berbeda namun saling melengkapi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan pengetahuan masyarakat Desa Sukomakmur dalam mengidentifikasi, mengelola, dan mengoptimalkan potensi lokal yang dimiliki sebagai basis pengembangan desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Secara lebih spesifik, kegiatan ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas kelembagaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), mendorong terciptanya diversifikasi produk dan atraksi wisata melalui pemanfaatan sumber daya lokal, serta membangun sinergi dan jejaring kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan pariwisata. Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah terbentuknya paket wisata yang terintegrasi dan memiliki nilai jual serta karakter khas yang membedakannya dari desa wisata di sekitarnya, sehingga mampu meningkatkan minat kunjungan wisatawan, memperkuat perekonomian masyarakat lokal, dan pada akhirnya mendukung

terwujudnya Desa Sukomakmur sebagai destinasi wisata yang mandiri, kompetitif, dan berkelanjutan.

Selain itu secara akademis, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal khususnya dalam konteks pengembangan desa wisata. Secara praktis, artikel ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi Pokdarwis, pemerintah desa, maupun pihak terkait lainnya dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang berbasis pada penguatan kapasitas masyarakat dan optimalisasi potensi lokal.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Desember 2025. Pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan metode observasi, koordinasi, wawancara mendalam dan diskusi serta pelatihan. Observasi lapangan melalui survei lokasi pengabdian untuk melihat dan memetakan kondisi wilayah. Koordinasi kegiatan dilakukan dengan Pemerintah Desa (Kepala Desa dan perangkat Desa), serta Pengurus Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan (PPEP). Wawancara dilakukan terhadap pengurus dan anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Tukang Ojek Desa Sukomakmur serta Pengurus dan Anggota PPEP serta beberapa informasi dari pejabat koordinator pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Magelang.

Materi pendukung lain diperoleh dari berbagai sumber literatur, terbitan guna mendapat pemahaman yang lebih baik tentang potensi yang dimiliki Desa Sukomakmur serta daerah sekitar dengan maksud agar tim mempunyai pemahaman yang komprehensif dan dapat memberikan saran atau rekomendasi yang lebih baik. Berdasarkan hasil pertemuan tersebut dan berbagai materi yang diperoleh, tim kemudian melakukan pemetaan permasalahan serta memberikan sejumlah saran kepada para bagaimana Desa Sukomakmur harus membuat unsur pembeda dalam atraksi wisata yang dijual, serta membuat paket wisata yang terintegrasi, meluaskan jejaring dengan Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI/pemandu wisata) dan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata

Indonesia/ *Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*/Asita) serta Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) serta berjejaring dengan sejumlah komunitas lokal penggiat dan pelaku pariwisata yang lain misalnya tukang ojek, PPEP dan lain-lain untuk mengembangkan paket wisata yang terintegrasi.

Pendekatan pemetaan potensi dan penyusunan rekomendasi USP semacam ini sejalan dengan metode yang digunakan dalam pendampingan serupa di Desa Tegal Balong, Bimomartani, Sleman, yang juga menempuh tahapan observasi, wawancara mendalam, dan *Focus Group Discussion* (FGD) sebelum merumuskan rekomendasi USP bagi mitra (Pranatasari, Diva dan Laksono, 2022). Pola pendampingan bertahap, mulai dari identifikasi masalah, pemetaan potensi, hingga penyusunan rekomendasi, juga tercermin dalam kegiatan pendampingan Pokdarwis Tjikahoeripan Gebied di Desa Cikahuripan yang menerapkan skema *Participatory Action Research* (PAR) melalui tahapan persiapan, inisiasi, dan implementasi (Wulung et al., 2024).

Tim juga memberikan dukungan dan saran agar apa yang sudah baik yang dimiliki oleh warga Desa Sukomakmur seperti ketulusan, keramahmatan warga dan para pelaku wisata (tukang ojek serta penjual makanan jajanan di sekitar tempat parkir mobil sebelum wisatawan menuju ke Puncak Negeri Sayur) dapat dipertahankan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Kondisi Eksisting Desa Sukomakmur

Desa Sukomakmur terletak pada ketinggian  $\pm 1.000\text{--}1.700$  meter di atas permukaan laut (mdpl), sebuah karakteristik topografis yang menjadi salah satu daya tarik sekaligus tantangan tersendiri dalam pengembangan pariwisata di wilayah tersebut. Akses jalan menuju desa telah teraspal dengan kondisi yang relatif baik, namun geometrik jalan yang berkelok dan menyusuri lereng bukit dengan lebar terbatas. Kawasan puncak Gunung Sumbing, di mana kondisi jalan yang sempit dan terjal berbanding lurus dengan kualitas panorama alam yang ditawarkan.

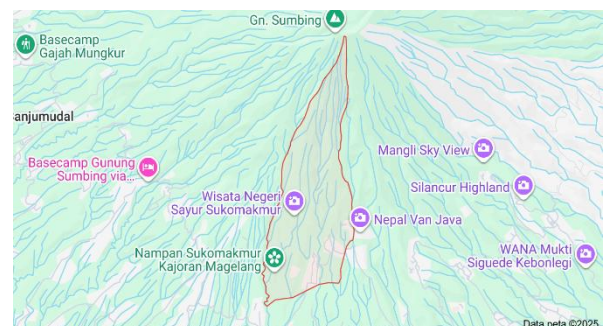
Kelemahan pada salah satu komponen destinasi wisata cenderung menimbulkan dampak sistemik terhadap komponen lainnya. Studi pada Desa Wisata Selindung-Jerambah

Gantung menunjukkan bahwa ketiadaan dermaga wisata yang memadai tidak hanya menurunkan kualitas aksesibilitas, tetapi juga membatasi optimalisasi atraksi, amenitas, dan aktivitas wisata secara keseluruhan (Pusparini, 2025). Pola serupa tampak di Desa Sukomakmur, di mana keterbatasan aksesibilitas berupa jalan sempit dan terjal menuju titik pandang utama turut membatasi pengembangan amenitas serta konsistensi aktivitas wisata yang dapat ditawarkan kepada pengunjung.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek aksesibilitas menjadi salah satu variabel krusial yang perlu mendapat perhatian dalam strategi pengembangan desa wisata, sejalan dengan salah satu unsur pokok dalam konsep 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) sebagai kerangka analisis destinasi wisata.

Berikut adalah peta Desa Sukomakmur berdasarkan tangkapan citra dari Google:

Gambar 1. Desa Sukomakmur, Kec. Kajoran, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah



(Sumber: Google, 24 Desember 2025)

Secara kelembagaan, Desa Sukomakmur telah memiliki Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang diketuai oleh Bapak Saino dengan keanggotaan sebanyak 12 orang. Mayoritas pengurus dan anggota Pokdarwis berlatar belakang pendidikan dasar hingga menengah pertama (SD–SMP) dan berprofesi utama sebagai petani sayur.

Fenomena menarik yang teridentifikasi di lapangan adalah munculnya diversifikasi mata pencaharian secara organik, yakni ketika permintaan wisatawan untuk diantar menuju puncak gunung mendorong sebagian warga termasuk para petani untuk beralih peran sebagai penyedia jasa ojek wisata. Aktivitas tersebut dilaksanakan secara fleksibel, menyesuaikan waktu luang di sela aktivitas bertani, termasuk pada waktu pagi (untuk mengakomodasi wisatawan yang ingin menyaksikan *sunrise*) maupun sore hingga malam hari (untuk momen *sunset*). Salah satu temuan penting adalah adanya transfer pengetahuan digital marketing kepada pelaku wisata lokal, sebagaimana tercermin dari peran salah seorang warga yang juga berprofesi sebagai petani, tukang ojek, sekaligus pengurus dan admin media sosial Pokdarwis dalam memasarkan destinasi "Negeri Sayur" melalui platform digital. Meskipun berlatar belakang pendidikan formal terbatas, individu tersebut menunjukkan kapasitas adaptif yang tinggi dalam menyerap dan mengaplikasikan pengetahuan pemasaran digital yang diperoleh dari berbagai pihak yang pernah memberikan pendampingan.

Dari sisi atraksi, Desa Sukomakmur menawarkan potensi wisata alam berbasis lanskap pertanian, meliputi kebun sayuran, pemandangan terasering, serta area yang dikenal dengan sebutan "Nampun Sukomakmur" dinamakan demikian karena kontur lahan yang menyerupai nampun berisi sayuran. Kombinasi keindahan visual dengan kesejukan udara pegunungan menjadikan destinasi ini relevan untuk segmen wisata *healing*, *short getaway*, dan *recharging trip*, dengan aktivitas pendukung berupa *trekking*, penjelajahan alam, dan berkemah. Karakter visual yang khas juga menjadikan lokasi ini potensial sebagai *spot* fotografi yang *instagrammable* dan *shareable*, sebuah aspek yang semakin sesuai dalam strategi pemasaran destinasi wisata di era digital.

Gambar 2. Pemandangan di Desa Sukomakmur



Sumber : Dokumentasi Tim Pengabdian

Selanjutnya dari segi Aksesibilitas terlihat bahwa Transportasi cukup tersedia baik yang menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Umumnya orang memarkir kendaraannya di dataran sekitar rumah penduduk yang sudah didirikan tempat parkir memanfaatkan tanah desa. Lokasinya berada di sekitar rumah-rumah penduduk. Namun, untuk menuju ke Lokasi Nampun Sayur atau Wisata Kebun sayur umumnya orang menggunakan Ojek. Cukup banyak tersedia ojek yang umumnya adalah penduduk setempat dan kegiatan ngojek merupakan kegiatan tambahan penghasilan untuk mereka. Mereka jumlahnya ada sekitar 30 orang dan cukup sopan dan ramah kepada wisatawan.

Gambar 3. Ojek Wisata Negeri Sayur



(Sumber : Dokumentasi Tim Pengabdian)

Selanjutnya, dari segi *Amenity* (Fasilitas) dan *Ancilliary of Services* (Pelayanan). Desa Sukomakmur sudah memiliki cafe yang cukup representatif, misalnya Nestra Cafe, demikian juga di lokasi wisata Negeri Sayur di puncak gunung telah ada sejumlah warung minuman dan cemilan yang cukup untuk sekedar untuk menghangatkan badan. Kamar mandi umum (*toilet*) sederhana juga sudah tersedia serta tempat parkir mobil (di bawah) yang dibangun desa dan masyarakat setempat dan bisa digunakan untuk menampung tidak kurang dari 30 mobil. Penduduk desa masih lugu dan ramah.

Pelayanan Tukang Ojek yang cukup sopan dan ramah.

Berdasarkan wawancara dengan para pelaku pariwisata setempat ditemukan bahwa jumlah kunjungan pasti tidak diketahui, tapi bisa berbeda tiap hari dan tiap minggu atau bulannya. Pada saat akhir pekan atau musim liburan, pengunjung Negeri Sayur sangat banyak. Sehingga, pendapatan Tukang Ojek bisa mencapai 300-400 ribu per hari. Namun pada saat sepi pengunjung, pendapatan mereka bisa kurang dari Rp.100.000 bahkan pernah hanya Rp.30.000. Fenomena ini tentu perlu disikapi karena hal tersebut menunjukkan kurangnya daya tarik wisata yang ada.

Rilis data BPS rata-rata menyebutkan lama menginap wisatawan di Kabupaten Magelang cukup pendek, sekitar 1,20 (wisnus) hingga 1,90 malam (wisman) atau rata-rata 1,28 hari (BPS, 2025). Kunjungan harian lebih singkat yaitu sekitar 7 jam (Berita Magelang, 2020) terutama untuk turis domestik yang hanya berkunjung ke atraksi utama. Meskipun belum optimal, situasi ini sudah lebih baik dibanding ketika Borobudur belum ditetapkan sebagai Daerah Tujuan Wisata Super Prioritas (DTWSP). Namun lamanya tinggal wisatawan *length of stay (LoS)* di suatu daerah akan mempengaruhi *level of spending* (tingkat belanja wisatawan). Logika sederhananya adalah semakin lama wisatawan tinggal akan semakin banyak membelanjakan uang dan semakin banyak uang dibelanjakan wisatawan maka akan semakin sejahtera masyarakat karena pendapatannya akan meningkat dan bagi daerah dampaknya adalah sumbangan PAD Sektor Pariwisata yang tidak optimal (Maysyaroh & Maria, 2022). Sebagai perbandingan, di Kabupaten Sleman mampu membuat “lebih betah” wisatawan karena rata-rata lama tinggal wisatawan (*length of stay*) di Kab Sleman tahun 2024 sekitar 1,85 hari untuk wisatawan nusantara dan 2,05 hari untuk wisatawan mancanegara dengan tren menunjukkan peningkatan dan variasi tergantung musim liburan. Misalnya saja saat lebaran, lama tinggal bisa mencapai 2 hingga 2,25 hari (Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, 2025).

### 3.2 Pelaksanaan Pengabdian di Desa Sukomakmur

Menyikapi kondisi awal tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Desember 2025 dengan fokus utama pada pembenahan aspek *Attraction* dan *Ancillary*. Proses pendampingan ini tidak dilakukan melalui instruksi satu arah, melainkan mengadopsi prinsip *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan ini dipilih agar masyarakat lokal bertindak sebagai subjek aktif yang menyadari potensinya sendiri, bukan sekadar objek penerima program. Tahapan dimulai dari observasi lapangan untuk memvalidasi kondisi riil topografi dan atraksi desa, dilanjutkan dengan koordinasi bersama perangkat desa. Puncak kegiatan adalah penyelenggaraan wawancara mendalam dan diskusi partisipatif bersama pengurus Pokdarwis serta kelompok Peningkatan Produktivitas Ekonomi Perempuan (PPEP) di Cafe Nestra. Dalam forum interaktif ini, masyarakat diajak untuk membedah akar permasalahan mengapa tingkat kunjungan wisata mereka belum optimal meski memiliki bentang alam yang memukau.

Pelaksanaan kegiatan secara sadar tidak berupaya menyentuh pembangunan infrastruktur fisik seperti melebarkan jalan desa untuk mengatasi masalah *Accessibility* atau membangun fasilitas fisik yang megah untuk pemenuhan *Amenity*. Intervensi difokuskan pada penguatan kapasitas sumber daya manusia dan kelembagaan (*Ancillary*) agar mereka mampu mengkreasi atraksi (*Attraction*) yang jauh lebih berdaya saing. Tim Dosen memfasilitasi sesi pemetaan potensi, di mana peserta dibimbing untuk merumuskan *Unique Selling Point* (USP) yang berangkat dari permasalahan ketiadaan identitas pembeda dengan desa tetangga. Dalam proses transformasi pola pikir ini, peserta diajak untuk tidak lagi melihat komponen 4A secara terpisah dan kaku. Contoh paling konkret yang dieksplorasi adalah keberadaan jasa "Ojek Negeri Sayur". Jika selama ini ojek murni diposisikan sebagai solusi transportasi (*Accessibility*) akibat medan yang sempit dan terjal, masyarakat didorong untuk mengubah posisinya menjadi bagian dari atraksi wisata itu sendiri (*experience-based attraction*). Warga diedukasi bahwa sensasi memompa

adrenalin saat berkendara menyusuri tebing terasering sayur bersama pengendara lokal merupakan sebuah pengalaman wisata autentik yang memiliki nilai jual tinggi.

Gambar 4. Proses Sesi Pemetaan Potensi



Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian

Pada saat yang bersamaan, penguatan kapasitas juga menyentuh aspek hilirisasi komoditas pertanian lokal melalui intervensi Tim Mahasiswa. Menyadari bahwa melimpahnya panen sayur belum dimanfaatkan optimal dalam ekosistem pariwisata, Tim Mahasiswa menyelenggarakan pelatihan pengolahan hasil panen unggulan desa menjadi produk bernilai tambah tinggi berupa sirup wortel. Pelatihan ini secara spesifik menyasar kelompok perempuan untuk mendorong pemberdayaan ekonomi perempuan desa. Langkah kolaboratif ini merupakan bentuk strategi interdisipliner yang dirancang untuk melengkapi daya tarik wisata alam dengan elemen produk kuliner khas lokal. Melalui sentuhan inovasi ini, tata kelola wisata Desa Sukomakmur diarahkan agar pengalaman pengunjung tidak hanya berhenti pada konsumsi visual (*sightseeing*), tetapi diperkaya dengan pengalaman menikmati cita rasa lokal yang sekaligus dapat menjadi buah tangan beridentitas kuat.

Berikut adalah dokumentasi proses pemberdayaan masyarakat dalam rangka peningkatan kapasitas di desa tersebut:

Gambar 5. Proses Pelatihan Pembuatan sirup Wortel



Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian

### 3.3 HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Tim Universitas Tidar di Desa Sukomakmur, Kecamatan Kajoran, Kabupaten Magelang, menghasilkan luaran yang bersifat komplementer antara Tim Dosen dan Tim Mahasiswa. Sehingga membentuk satu kesatuan intervensi yang utuh mulai dari aspek produk hingga aspek manajerial-strategis. Evaluasi keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur secara kualitatif, bersandar pada luaran konkret berupa opsi-opsi strategis yang berhasil disusun bersama mitra. Kegiatan ini menghasilkan luaran yang secara langsung merespons kelemahan pada komponen *Attraction* dan *Ancillary*.

Pada ranah strategi dan tata kelola kelembagaan (*Ancillary*), Tim Dosen menghasilkan tiga kategori luaran utama. Hasil yang pertama, terjadinya peningkatan pengetahuan dan kapasitas Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam mengidentifikasi sekaligus mengoptimalkan potensi lokal desa, seperti lanskap pertanian sayur, terasering, dan panorama pegunungan. Indikator peningkatan pengetahuan mitra tervalidasi melalui observasi selama diskusi berlangsung. Pengurus Pokdarwis yang sebelumnya kesulitan merumuskan pembeda desa mereka dari desa tetangga, secara aktif mampu memetakan potensi lokalnya sendiri untuk dijadikan *Unique Selling Point* (USP). Kedua, terciptanya rekomendasi penyusunan paket wisata terintegrasi (*integrated tour package*). Paket ini secara cerdas merangkai berbagai potensi yang dimiliki desa mulai dari pesona alam, kebun sayuran, spot fotografi "Nampan Sukomakmur", *camping*, hingga *trekking* ke dalam satu produk wisata tunggal. Integrasi ini dirancang untuk

menciptakan daya tarik (*Attraction*) yang daya magnetnya jauh lebih kuat dibandingkan sekadar menawarkan atraksi-atraksi tersebut secara terpisah. Ketiga, lahirnya rekomendasi perluasan jejaring kemitraan lintas pemangku kepentingan. Pokdarwis didorong untuk memperkuat *Ancillary* mereka dengan menggandeng Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), ASITA, Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (Disparpora) Kabupaten Magelang, hingga merangkul paguyuban ojek lintas desa yang selama ini masih beroperasi secara informal.

Pada ranah produk dan inovasi sebagai daya tarik (*Attraction*), Tim Mahasiswa menghasilkan luaran konkret berupa produk pangan olahan yaitu sirup wortel. Produk ini merupakan bentuk hilirisasi sederhana dari komoditas sayuran unggulan desa yang selama ini hanya dijual dalam bentuk mentah dengan nilai tambah rendah. Alat ukur evaluasi hasil pengabdian pada aspek ini dibuktikan dengan wujud fisik purwarupa sirup wortel yang dihasilkan oleh Tim Mahasiswa dan kelompok perempuan (PPEP). Produk olahan ini bukan sekadar luaran pendamping, melainkan bentuk nyata hilirisasi komoditas unggulan desa yang selama ini hanya dijual mentah dengan nilai ekonomi rendah.

Produk tersebut kemudian dikaji lebih lanjut oleh Tim Dosen dan direkomendasikan untuk diposisikan secara strategis sebagai *End-of-Tour Local Drink* atau *Farewell Drink* yaitu *local signature beverage* yang disajikan pada momen penutup kunjungan wisata. *Positioning* produk semacam ini merupakan praktik umum dalam pengelolaan destinasi wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*) di mana produk kuliner khas berfungsi tidak hanya sebagai komoditas ekonomi tetapi juga sebagai medium penguat memori dan identitas destinasi (*place branding*) di benak wisatawan.

Terkait dengan bagaimana konsep *experience-based tourism* berjalan, pendekatan ini merupakan penawaran pariwisata berpusat pada pelanggan yang menonjolkan diferensiasi tinggi serta nilai tak berwujud pada waktu dan tempat tertentu. Berbagai penawaran pariwisata yang ada kemudian difokuskan pada pemberian manfaat simbolis yang kemudian membangkitkan respons emosional dari para wisatawan (Åstrøm, 2022). Berbagai elemen

perjalanan dan situasi wisata di lapangan (seperti fasilitas transportasi dan penginapan) tidak lagi dinilai secara instrumental, melainkan diolah secara holistik sebagai alat peraga dalam mementaskan satu pengalaman yang utuh. Secara praktis, proses pengelolaan pariwisata ini direalisasikan melalui penggunaan tema spesifik dan stimulasi multisensori di dalam lingkungan fisik dan sosial bertema (*experiencescapes*) yang diimplementasikan oleh pelaku pariwisata, seperti pengelola taman hiburan, restoran, atau hotel bertema.

Strategi memposisikan produk olahan lokal dalam paket wisata sejalan dengan praktik yang dikembangkan di Desa Wisata Waerebo, Nusa Tenggara Timur, yang mengolah kekayaan tanaman obat dan hasil bumi lokalnya menjadi produk *wellness tourism* seperti minuman herbal (misalnya temulawak latte, jahe merah sereh) dan kopi khas yang dipasarkan sebagai bagian dari identitas destinasi (Hardyanti, 2025). Pendekatan ini menunjukkan bahwa produk pangan olahan tidak semata berfungsi sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai medium penguat memori dan citra destinasi di benak wisatawan.

Sinergi antara luaran Tim Mahasiswa (hulu/produksi) dan Tim Dosen (hilir/strategi pemasaran dan kelembagaan) inilah yang menjadi kekhasan dari model pengabdian yang diterapkan, yakni pendekatan interdisipliner yang mengintegrasikan inovasi produk dengan strategi keberlanjutan destinasi secara simultan, bukan sebagai dua kegiatan yang berdiri sendiri. Jika dikaitkan dengan tujuan awal pengabdian yaitu membangun daya saing pariwisata Desa Sukomakmur melalui penguatan unsur pembeda dan integrasi kegiatan wisata dalam satu paket terpadu, kegiatan ini dapat dikatakan telah berhasil pada tahap pembekalan pengetahuan dan penyusunan opsi strategis. Pokdarwis dan PPEP kini memiliki pemahaman serta alternatif konkret yang sebelumnya belum dimiliki. Namun demikian, ketercapaian tujuan akhir berupa peningkatan daya saing yang terukur misalnya kenaikan klasifikasi desa wisata dari kategori “berkembang”, atau peningkatan *length of stay* wisatawan belum dapat dievaluasi dalam kegiatan ini. Hal ini dikarenakan implementasi paket wisata terintegrasi, penguatan kelembagaan Pokdarwis, dan perluasan jejaring

pemasaran memerlukan proses tindak lanjut yang berada di luar cakupan waktu pengabdian ini. Sehingga, kegiatan pengabdian ini merupakan fondasi awal yang keberhasilan jangka panjangnya akan sangat bergantung pada sejauh mana rekomendasi yang disampaikan diadopsi dan dijalankan secara konsisten oleh mitra.

## 4. PENUTUP

### 4.1. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukomakmur berangkat dari kondisi awal berupa potensi wisata alam yang besar namun belum tergali optimal, tidak adanya unsur pembeda dari atraksi serupa yang ditawarkan desa-desa tetangga, serta klasifikasi desa wisata yang masih berada pada kategori “berkembang”. Kondisi ini sejalan dengan rendahnya rata-rata lama tinggal (*length of stay*) wisatawan di Kabupaten Magelang dibanding kabupaten lain, yang mengindikasikan lemahnya daya tarik dan daya ikat kawasan wisata terhadap wisatawan. Melalui pendekatan pendampingan partisipatif yang dilaksanakan pada Desember 2025, intervensi secara strategis difokuskan pada penguatan kapasitas sumber daya manusia dan kelembagaan pariwisata, bukan pada pembangunan infrastruktur fisik.

Berdasarkan evaluasi luaran yang diukur secara kualitatif, kegiatan ini telah berhasil membuahkan produk dan rumusan opsi-opsi strategis yang sebelumnya tidak dimiliki oleh desa. Pokdarwis dan kelompok perempuan (PPEP) Desa Sukomakmur berhasil merumuskan draf rekomendasi paket wisata terintegrasi, yang dirancang untuk merangkai berbagai potensi lokal seperti lanskap terasering, aktivitas *trekking*, dan *ojek tour* menjadi satu kesatuan daya tarik. Di samping itu, sinergi kegiatan ini juga menghasilkan purwarupa produk inovasi hilirisasi berupa sirup wortel. Produk ini direkomendasikan secara khusus untuk diposisikan sebagai minuman khas lokal (*local signature beverage*) guna memperkuat memori destinasi di benak wisatawan.

Secara keseluruhan, jika diukur dari tujuan awal program, kegiatan ini dapat dinyatakan berhasil pada tahap pembekalan pengetahuan, perubahan cara pandang mitra, dan penyusunan rekomendasi strategi. Namun, keberhasilan

jangka panjangnya bersifat tidak otomatis. Hal ini sangat bergantung pada konsistensi mitra dalam mengadopsi dan mengimplementasikan rekomendasi yang diberikan, serta pada keberlanjutan pendampingan setelah kegiatan pengabdian berakhir. Oleh karena itu, penguatan daya saing pariwisata desa merupakan proses bertahap yang menempatkan pengabdian sebagai titik awal dari transformasi yang diharapkan.

### 4.2. Saran

1. Tim Pemberdayaan Universitas Tidar mengusulkan adanya paket wisata yang mengintegrasikan antar kegiatan seperti jalan sehat menyusuri pedesaan (*village walk*) atau berjalan di antara kebun sayur (*vegetable walk*) atau ojek *tour* sambil melihat keindahan alam dan menikmati segarnya hawa pegunungan, panen sayur, dan diakhiri dengan makan atau minum makanan olahan dari produk lokal, berbasis sumberdaya lokal. Sebelum kembali, ada *event* di mana peserta yang mengikuti paket *tour* yang diselenggarakan Pokdarwis mendapat hadiah berupa paket sayur hasil petik sendiri oleh pengunjung yang dikemas oleh petugas dalam jumlah tertentu.
2. Perlunya unsur pembeda dalam atraksi yang ditawarkan oleh Desa Wisata Sukomakmur dalam menarik pengunjung, agar wisata di Desa Sukomakmur menjadi makin menarik dan pengunjung semakin meningkat.
3. Perlunya penguatan kelembagaan Pokdarwis yang sudah ada sehingga bisa lebih proaktif melakukan kerja sama dan mengembangkan jejaring dengan berbagai pihak untuk menjemput tamu.
4. Pokdarwis perlu memperluas jejaring dengan para pemangku kepentingan pariwisata yang lain (HPI, Asita, Disparpora Kabupaten, Paguyuban Tukang Ojek lintas desa, dll).
5. Pelaku usaha didukung perangkat desa perlu mengembangkan produk lokal khusus yang dapat menarik wisatawan berbasis produk lokal atau pangan yang memanfaatkan potensi lokal. Salah satu yang sudah dilakukan oleh Tim Pemberdayaan Masyarakat dari Universitas

Tidar (Tim Mahasiswa) adalah menawarkan Sirup Wortel.

6. Perlu memperluas pemasaran dengan menggunakan berbagai kanal yang tersedia (media elektronik, cetak, media sosial dalam berbagai bentuk).
7. Paket wisata di mana tukang ojek mengantar tamu yang akan berkunjung ke puncak “Negeri Sayur” diberi nama yang lebih “menjual” atau *eye catching* ketika ditawarkan melalui berbagai kanal pemasaran, misalnya: “Ojek Panorama Tour” atau “Village Ride (by Ojek)” atau “Ojek Nature Trail/Ojek Scenic Ride Tour” atau “*Local Rider Experience*” atau “*Vegetable Terrace Ojek Ride*” atau “*Veggie Highlands Ojek Tour*”. Penamaan paket yang tepat akan mempermudah pemahaman dan lebih memudahkan menarik wisatawan termasuk wisatawan asing.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Åström, J. K. (2022). *Theming in Experience-based Tourism: Visitor and Provider Perspectives*. (Original work published Elverum)
- BPS Kabupaten Magelang (2025) Perkembangan Statistik Pariwisata Kabupaten Magelang September 2025. Tersedia pada: <https://magelangkab.bps.go.id/id/pressrelease/2025/11/14/327/perkembangan-statistik-pariwisata-kabupaten-magelang-september-2025.html> (Diakses: 3 Juli 2026).
- Berita Magelang (2020) Kunjungan Kerja DPRD Banyumas ke Kabupaten Magelang Bahas Pariwisata. Tersedia pada: <https://www.beritamagelang.id/kunjungan-kerja-dprd-banyumas-ke-kabupaten-magelang-bahas-pariwisata> (Diakses: 5 Juli 2026).
- Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman (2025) Statistik Pariwisata Kabupaten Sleman Tahun 2024. Sleman: Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.
- Fletcher, J. (2018). *Tourism: Principles and practice* (Sixth edition). Pearson.
- Hardyanti (2025) 'Integrasi Kearifan Lokal sebagai Bentuk Eksistensi Wellness Tourism Pengobatan Tradisional di Desa Wisata Waerebo', *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(5), pp. 2427–2439.
- Maysyaroh, S., Sumarjiyanto, N. and Maria, B. (2022). Analisis Sumbangan Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Magelang. *Beranda*, 9(1). doi: 10.31294/par.v9i1.11280.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., & Morgan, M. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4th ed). Butterworth-Heinemann.
- Pranatasari, F.D., Diva, M.A. and Laksono, F.P. (2022) 'Pendampingan Identifikasi Unique Selling Point sebagai Strategi dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman', *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), pp. 13–19. doi: 10.24071/aa.v5i1.3834.
- Sinuraya, S. I., & Wismaningtyas, T. A. (2024). Pendampingan Penyusunan Unique Selling Point di Desa Wisata Borobudur, Kabupaten Magelang. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(2), 146–157. <https://doi.org/10.31334/jks.v6i2.3530>
- Wulung, S. R. P., Hadian, M. S. D., Yuliawati, A. K., Kikania, A. P., & Abdilah, M. A. (2024). Pendampingan Pokdarwis untuk Merancang Media Interpretasi Paket Wisata Edukasi Bencana. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 132–152. <https://doi.org/10.35309/dharma.v5i1.324>