

Pengembangan Produk Wisata Edukasi Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi

Lucia Kurniawati ^{1*}, Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti ²,
Thomas Wahyu Prabowo Mukti ³

¹⁻³ Universitas Sanata Dharma

* lucia_kurniawati@usd.ac.id

Abstrak

Desa Wisata Panjangrejo berada di Kapanewon Pundong, Kabupaten Bantul. Wilayah Kapanewon Pundong dilalui dua jalur jalan raya Pantai Parangtritis dan Yogyakarta. Letak geografis ini mengindikasikan bahwa Desa Wisata Panjangrejo memiliki aksesibilitas yang sangat tinggi. Selain itu, Desa Wisata Panjangrejo yang dikenal karena banyak warganya yang menjadi pengrajin gerabah, memiliki beragam daya tarik wisata baik daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan. Terkait dengan industri gerabah, Panjangrejo memiliki keistimewaan tersendiri yaitu bahwa pengrajin gerabah dari Panjangrejo memasok produknya ke Kalurahan Kasongan yang selama ini lebih dikenal oleh masyarakat luas dengan kerajinan gerabahnya. Telah bertahun-tahun Kalurahan Panjangrejo menyuplai kebutuhan produk gerabah dan memenuhi pesanan produk gerabah yang berukuran kecil yang tidak mampu dibuat oleh pengrajin gerabah di Kasongan. Hal inilah yang mendorong Tim Pengabdian dari Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma untuk mengajak Pengelola Desa Wisata Panjangrejo untuk mengoptimalkan potensi desa demi mewujudkan Desa Wisata Panjangrejo sebagai daya tarik wisata berkelanjutan melalui pengembangan wisata edukasi berbasis gerabah menuju kemandirian ekonomi. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat di Desa Wisata Panjangrejo diawali dengan sosialisasi kepada masyarakat sasaran terkait pentingnya memiliki *growth mindset* dalam kelembagaan, dilanjutkan dengan *workshop* perumusan *unique selling points* dan penyusunan paket wisata dan SOP pelayanan dan kemudian pendampingan dan evaluasi. Melalui kegiatan ini, aspek keberdayaan masyarakat meningkat karena memiliki pemahaman mengenai kelembagaan dan kemampuan manajerial dalam menciptakan dan mengomunikasikan tawaran berupa paket wisata edukasi berbasis gerabah. Aspek produksi, manajemen dan pemasaran juga meningkat karena adanya peluang diversifikasi produk dari Desa Wisata Panjangrejo.

Kata Kunci: *desa wisata, potensi lokal, wisata edukasi, paket wisata, kemandirian ekonomi*

Pendahuluan

Desa Wisata Panjangrejo berada di Kapanewon Pundong, Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara geografis, Kalurahan Panjangrejo terletak di kaki Pegunungan Seribu dan memiliki luas kurang lebih 528.3580 Ha. Kapanewon Pundong terletak di selatan Kabupaten Bantul dengan jarak kurang lebih 10 km serta jarak dari Ibu

kota Daerah Istimewa Yogyakarta kurang lebih 18 km. Dari sisi astronomis, wilayah ini berada di 07° 57' Lintang selatan dan 110° 20' Bujur timur. Wilayah Kapanewon Pundong dilalui dua jalur jalan raya, yang pertama jalur jalan sebelah timur menghubungkan antara Parangtritis-Yogyakarta melalui Kapanewon Imogiri. Jalur kedua di sebelah barat menghubungkan Parangtritis dan Yogyakarta. Wilayah Kalurahan Panjangrejo sebagian besar berupa dataran rendah yang memiliki pemandangan alam pegunungan dan persawahan datar yang indah.



Gambar 1. Potensi alam Desa Panjangrejo
Sumber: Dokumentasi Primer, 2025

Panjangrejo memiliki beragam potensi lokal. Sentra Industri Gerabah, Bendungan Tegal, Air Terjun Sentong, Pasar Pundong, Sentra Industri Bakmi Pentil adalah beberapa daya tarik wisata alam dan buatan yang ada di wilayah Kalurahan Panjangrejo. Selain itu, terdapat daya tarik wisata berbasis budaya seperti Pertunjukan Jathilan, Nini Thowong, Tarian Angguk, Gejlok Lesung, makanan khas Mie Pentil dan makanan khas Abangan. Terkait dengan industri gerabah, sebenarnya Panjangrejo memiliki keistimewaaan tersendiri. Walaupun selama ini, jika berkaitan dengan produk-produk gerabah, dusun Kasongan lah yang lebih dikenal baik oleh warga DIY maupun wisatawan dari luar DIY, tidak banyak masyarakat yang mengetahui bahwa ada sebagian dari gerabah-gerabah Kasongan itu dibuat oleh warga Panjangrejo. Kalurahan Panjangrejo menyuplai kebutuhan produk gerabah dan memenuhi pesanan produk gerabah yang berukuran kecil yang tidak mampu dibuat oleh pengrajin gerabah di Kasongan (Baskoro & Suharson, 2016.) Pengrajin gerabah di Panjangrejo memasok gerabah setengah jadi ke Kasongan. Hal ini berarti keterampilan para pengrajin gerabah Panjangrejo mendapat pengakuan dari pengrajin gerabah Kasongan dan berkontribusi besar dalam membesarkan nama Kasongan sebagai sentra kerajinan gerabah di DIY. Dengan teknik putaran *handwheel*, para pengrajin gerabah di Panjangrejo mampu memenuhi setiap pesanan gerabah dari Kasongan terutama untuk item-item berukuran kecil dan simetris. Di satu sisi, hal ini membentuk relasi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, namun di sisi lain, Panjangrejo memiliki ketergantungan yang cukup besar pada permintaan dari Kasongan sehingga potensi penghasilan tidak dapat optimal. Upaya peningkatan kapasitas yang bertujuan untuk mencapai diversifikasi produk dan keterampilan *finishing* sudah dirintis sejak tahun 2016 namun hasilnya belum terlihat signifikan karena pengrajin cenderung memprioritaskan hasil yang sudah pasti dan bersifat *quick win* yaitu menerima pesanan dari Kasongan.



Gambar 2. Potensi Gerabah Desa Panjang Rejo
Sumber : Dokumentasi Primer. 2025

Desa wisata menjadi salah satu penggerak industri pariwisata yang menguntungkan bagi pemerintah, swasta, maupun masyarakat (Krisnawati et al., 2019). Oleh karena itu, perlu adanya upaya pengembangan strategi pariwisata berkelanjutan melalui potensi yang dimiliki (Rubiyatno et al., 2023). Berdasarkan Keputusan Lurah no 56 tahun 2023, Kalurahan Panjarejo membentuk Kelompok Sadar Wisata Rejo Nyawiji sebagai pengelola sebagai pengelola Desa Wisata Panjarejo. Ketua Pokdarwis Rejo Nyawiji adalah Bapak Waluyo dengan Wakil Ketua adalah Bapak Abdul Rosyid dengan jumlah anggota 25 orang berasal dari berbagai unsur. Dengan mempertimbangkan keahlian membuat gerabah yang mumpuni, potensi wisata alam dan buatan, Pokdarwis Rejo Nyawiji menetapkan bahwa produk wisata andalan yang ditawarkan adalah wisata edukasi pembuatan gerabah. Penetapan ini merupakan hasil kesepakatan berbagai unsur masyarakat dengan pertimbangan agar Desa Wisata Panjarejo memiliki *positioning* yang berbeda sehingga tidak bersaing secara langsung dengan Kasongan yang sudah lebih dulu berkembang dan terkenal.

Di sisi lain, penetapan wisata edukasi ini memiliki posisi yang strategis. Dengan adanya destinasi wisata berbasis edukasi, wisatawan dapat belajar tentang sejarah, budaya, dan keindahan alam Indonesia. Selain itu, destinasi wisata berbasis edukasi juga dapat meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya melestarikan warisan budaya dan lingkungan alam (Prasetyo et al., 2023.). Selain itu, pemanfaatan potensi sumber daya dan keunikannya merupakan salah satu upaya untuk mendorong perekonomian lokal menuju desa mandiri. Desa mandiri merupakan desa yang mampu mendayagunakan sumber daya dengan cara yang berbeda (Krisnawati et al., 2019).

Berkaitan dengan *positioning* tersebut (Ristiawan, 2019) mengemukakan bahwa identifikasi *Unique Selling Points* (USP) menjadi hal yang sangat penting untuk mencapai keunikan produk yang dapat digunakan sebagai alat untuk memenangkan persaingan.

Menemukan USP dari daya tarik wisata merupakan langkah penting dalam mencocokkan keinginan perjalanan spesifik pengunjung dengan produk yang ditawarkan. USP yang tepat akan memberikan dorongan kuat bagi masyarakat untuk mengunjungi daya tarik wisata yang ditawarkan (Kurniawati et al., 2025).

Tahun 2024 yang lalu, Pokdarwis Rejo Nyawiji menerima dua (2) rombongan wisatawan dengan jumlah total 30 orang. Rombongan tersebut dari kalangan siswa sekolah di sekitar Kalurahan Panjangrejo. Dengan *positioning* tersebut, Pokdarwis Rejo Nyawiji harus mampu mengimplementasikan prinsip-prinsip pemasaran dasar yaitu *creating*, *delivering*, dan *communicating value* (Kotler & Armstrong, 2020), di mana *value* nya adalah produk wisata berbasis edukasi pembuatan gerabah yang menarik sehingga mampu mendatangkan kunjungan wisatawan. Permasalahannya adalah hingga saat ini Pokdarwis Rejo Nyawiji belum memiliki paket wisata edukasi yang lengkap berikut mekanisme pengelolaannya. Dalam melayani wisatawan edukasi tersebut di atas, Pokdarwis Rejo Nyawiji mengandalkan semangat dan itikad baik para pengelolanya dalam mengelola kegiatan wisata edukasi tersebut.

Paket wisata adalah kegiatan wisata yang memasukkan semua layanan seperti, pengaturan layanan transportasi dan akomodasi yang dipesan oleh wisatawan dalam satu harga (Hanafi & Yudhiasta, 2024). Karena belum ada paket wisata, maka dengan sendirinya Pokdarwis Rejo Nyawiji belum melakukan upaya-upaya manajerial yang sistematis dan terstruktur dalam formulasi produk jasa (*creating value*) misalnya penyusunan paket-paket wisata yang sesuai dengan potensi, prosedur penyerahan jasa (*delivering value*) misalnya *staffing* (penentuan penanggung jawab dan pelaksana) dalam setiap paket wisata berikut sub-sub kegiatannya, SOP pelayanan tamu serta penyusunan strategi komunikasi pemasaran kepada publik (*communicating value*) khususnya pemasaran melalui media digital. Dunia digital menjadi medium tanpa batas dalam memasarkan promosi pariwisata, oleh karena itu perlu dilakukan langkah yang baik dan sesuai untuk mengembangkan dan mengelolanya serta trik yang tepat sehingga pemanfaatan sosial media ini menjadi tepat guna dan mampu mendorong wisatawan untuk berkunjung (Rubiyatno & Maria, 2021). Penelusuran informasi wisata khususnya wisata edukasi di sosial media merupakan salah satu kunci pemasaran digital (Ana et al., 2021.)

Berdasarkan uraian di atas, mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah Kelompok Sadar Wisata Rejo Nyawiji dengan permasalahan yang teridentifikasi dari mitra adalah sebagai berikut; (1)Bidang Produksi: belum ada produk paket-paket wisata yang siap sedia untuk ditawarkan; (2)Bidang Manajemen: belum ada panduan (SOP) pengelolaan kegiatan wisata edukasi yang menjadi pegangan bagi pengelola dalam menerima tamu; (3)Bidang pemasaran: belum merumuskan strategi dan menyusun materi untuk menjadi bahan komunikasi pemasaran kepada publik; (4)Bidang Sosial Kemasyarakatan: belum dimilikinya *mindset* kelembagaan dari mitra yang sangat penting bagi pengembangan organisasi ke depannya. Secara khusus, tujuan kegiatan ini adalah:

1. Bagi Mitra

Mampu mengidentifikasi potensi lokal, mampu merumuskan *Unique Selling Proposition* sebagai substansi dari produk wisata yang ditawarkan, mampu menyusun SOP penyerahan jasa (*delivery*) produk wisata serta mampu melakukan komunikasi pemasaran yang menarik kepada publik. Kemampuan-kemampuan ini diharapkan dapat

berkontribusi dalam hal peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui pemerataan produktivitas ekonomi masyarakat (SDGs no 8). Secara khusus pendampingan ini merespons tiga dari delapan butir Asta Cita yaitu Penciptaan Lapangan Kerja Berkualitas dan Pengembangan Kewirausahaan, Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Kesetaraan Gender serta Pembangunan Desa untuk Pemerataan Ekonomi. Dalam Rencana Induk Riset Nasional 2017 – 2045, pendampingan terhadap mitra ini sejalan dengan bidang fokus Sosial Humaniora-Seni Budaya-Pendidikan dengan penekanan pada kajian ekonomi dan sumber daya manusia terutama pada kewirausahaan dan seni budaya pendukung pariwisata.

2. Bagi Mahasiswa

Memperoleh pengalaman di luar kampus (IKU 2) dalam hal identifikasi potensi wisata, perumusan *Unique Selling Proposition*, penyusunan materi komunikasi pemasaran serta pengelolaan daya tarik wisata secara komprehensif. dengan 3 SKS untuk mata kuliah Bisnis dan Pemasaran Pariwisata (3 SKS), Manajemen Operasi (3 SKS); *English for Specific Purpose* (3 SKS), melalui kelas kolaboratif dan partisipatif (IKU 7)

3. Bagi Dosen

Memiliki kesempatan berkegiatan di luar kampus (IKU 3) dengan mengimplementasikan hasil penelitian dan pengabdian dalam masyarakat; memperoleh pengalaman berkolaborasi dengan mahasiswa dan masyarakat dalam menganalisis permasalahan dan menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian dilakukan di Desa Wisata Panjangrejo, Kapanewon Pundong, Kabupaten Bantul. Mitra dari kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Sadar Wisata Rejo Nyawiji sebagai pengelola sebagai pengelola Desa Wisata Panjangrejo yang dibentuk berdasarkan Keputusan Lurah no 56 tahun 2023, Kalurahan Panjangrejo, dengan jumlah anggota 25 orang berasal dari berbagai unsur. Terdapat empat aspek permasalahan prioritas terkait bidang sosial kemasyarakatan, produksi, manajemen usaha dan pemasaran yang akan dilakukan dalam empat bidang garapan dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Bidang Sosial Kemasyarakatan, berupa peningkatan pengetahuan tentang *growth mindset* dalam pengelolaan organisasi
2. Bidang Produksi, berupa penyusunan paket-paket wisata edukasi pembuatan gerabah yang menarik dan siap digunakan
3. Bidang Manajemen Usaha, berupa pendampingan penyusunan panduan (SOP) pengelolaan kegiatan wisata edukasi yang menjadi pegangan bagi pengelola dalam menerima tamu
4. Bidang Pemasaran, berupa pendampingan pembuatan materi komunikasi pemasaran digital dan non digital untuk paket-paket wisata edukatif di atas kepada publik.

Berikut ini merupakan tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Panjangrejo:

1. *Sosialisasi*

Tahap awal yang dilakukan tim pengusul yaitu observasi lapangan dan identifikasi permasalahan. Langkah ini kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi kegiatan kepada mitra yang bertujuan untuk memberikan tawaran solusi penawaran mitra. Solusi yang diberikan tim sesuai dengan rekam jejak multidisiplin tim pengusul yaitu *Focus Group Discussion* (FGD) identifikasi USP yang dimiliki Desa Wisata Panjangrejo, penyuluhan, penerapan teknologi (IPTEK) berupa pengenalan pemanfaatan teknologi digital dalam komunikasi pemasaran, workshop penyusunan paket-paket wisata dan pendampingan penyusunan SOP. Setelah tim pengusul dan mitra sepakat, mitra membantu tim melakukan sosialisasi kegiatan PkM kepada kelompok pokdarwis Desa Wisata Panjangrejo.

2. *Pelatihan*

Mitra menunjukkan respon positif terhadap solusi yang ditawarkan tim. Partisipasi mitra ditunjukkan dengan tercapainya kesepakatan antara tim dengan mitra untuk mengadakan pelatihan, mengikuti penyuluhan dan terlibat aktif dalam workshop pemasaran digital. Mitra juga terlibat menyediakan sarana – pra sarana yang mendukung untuk kegiatan focus group discussion, penyuluhan/pemaparan/penjelasan, tanya-jawab, diskusi, pelatihan, dan workshop secara langsung.

3. *Penerapan Teknologi*

Penerapan teknologi pada tahap ini terdiri dari dua macam yaitu teknologi yang bersifat fisik dan teknologi yang bersifat non fisik. Teknologi yang diterapkan telah disesuaikan dengan latar belakang permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

4. *Pendampingan dan Evaluasi*

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan dengan melakukan pengukuran kegiatan secara kuantitatif dalam hal level keberdayaan mitra sebelum dan sesudah kegiatan sehingga harapannya akan diperoleh hasil skor peningkatan ketrampilan, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan pengetahuan manajerial kelembagaan, peningkatan jenis paket wisata yang siap ditawarkan.

5. *Keberlanjutan Program*

Keberlanjutan program setelah kegiatan selesai akan terus dilakukan sebagai wujud pendampingan Universitas pada masyarakat sesuai dengan Perjanjian Kerja Sama Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta secara khusus Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma tentang Pendampingan Desa Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor: 119/09682 dan Nomor: 13/Dekan/FE/11.2.2/XII.2022 yang bertujuan untuk memberikan pendampingan bagi desa wisata/kampung wisata dalam rangka memperkuat kelembagaan, sumber daya manusia, pengembangan produk dan pemasaran.

Tabel 1. Indikator dan Keberhasilan PKM

No	Kegiatan	Indikator Keberhasilan	Indikator Keberhasilan
1	Peningkatan keberdayaan mitra: Aspek Sosial Kemasyarakatan Peningkatan pengetahuan mitra tentang <i>mindset</i> kelembagaan	Hasil uji/skor keterampilan	50% peningkatan pengetahuan mitra
2	Peningkatan keberdayaan mitra: Aspek Produksi Peningkatan jumlah paket wisata mitra	Ada produk wisata edukasi	1 produk wisata edukasi berbasis potensi lokal yang berdaya saing
3	Peningkatan keberdayaan mitra: Aspek Manajemen Peningkatan Kemampuan Manajemen	Peningkatan kemampuan manajemen dalam menyusun SOP pelayanan berkualitas)	50% mitra mampu memahami pelayanan berkualitas
4	Peningkatan keberdayaan mitra: Aspek Pemasaran Peningkatan Kemampuan komunikasi pemasaran	Terdapat strategi dan materi komunikasi pemasaran yang menarik	3 materi komunikasi pemasaran.

Hasil dan Pembahasan

Permasalahan prioritas yang harus diselesaikan terkait ada upaya-upaya manajerial yang sistematis dan terstruktur dalam formulasi produk mulai dari *creating value*, *delivering value*, *staffing*, SOP serta strategi komunikasi pemasaran kepada publik (*communicating value*). Permasalahan prioritas di bidang produksi dan pemasaran belum adanya produk wisata yang bernilai ekonomi dan berdaya saing dalam rangka meningkatkan keragaman variasi pariwisata edukasi dengan panduan yang sesuai dan perumusan strategi & materi komunikasi pemasaran serta di bidang manajemen dan sosial kemasyarakatan terkait *mindset* kelembagaan dari mitra. Pengusul telah melakukan beberapa kegiatan sesuai dengan tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Panjangrejo seperti dalam usulan.

Observasi dan Sosialisasi

Sejak ditandatanganinya Perjanjian Kerja Sama Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta secara khusus Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma tentang Pendampingan Desa Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 119/09682 dan Nomor : 13/Dekan/ FE/11.2.2/XII.2022 yang bertujuan untuk memberikan pendampingan bagi desa wisata/kampung wisata dalam rangka memperkuat kelembagaan, sumber daya manusia, pengembangan produk dan pemasaran, berbagai kegiatan telah dilaksanakan. Diantara kegiatan-kegiatan tersebut, terbangun dialog antara kedua belah pihak diantaranya adalah Pokdarwis Rejo Nyawiji yang baru berdiri belum pernah menyusun paket wisata untuk ditawarkan kepada

wisatawan. Sosialisasi untuk kegiatan Pengembangan Produk Wisata Edukasi Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi ini didahului dengan kegiatan observasi pada tanggal 28 Juni 2025 yang mendapatkan hasil sebagaimana ditulis pada bagian pendahuluan.



Gambar 3. Kegiatan Observasi dan Hasil Observasi

Pada pertemuan tersebut, tim USD menyampaikan informasi-informasi terkait dengan pentingnya Desa Wisata Panjanglejo untuk menjadi desa wisata yang memiliki kemandirian ekonomi melalui optimalisasi potensi lokal dengan cara mengembangkan wisata edukasi berbasis gerabah. Upaya optimalisasi potensi lokal ini selain berdampak positif bagi semakin optimalnya pemanfaatan potensi lokal berupa kerajinan gerabah, juga menyediakan peluang bagi terangkatnya potensi-potensi lokal lainnya misalnya potensi kuliner dan budaya. Setelah tim pengusul dan mitra sepakat, mitra membantu tim melakukan sosialisasi kegiatan PKM kepada Pokdarwis Rejo Nyawiji. Kegiatan Sosialisasi secara langsung dilakukan kepada pengelola inti.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi Kegiatan PKM

FGD identifikasi USP, Pelatihan SOP, Penyuluhan Pemasaran, Workshop Pemasaran dan FamTrip

FGD Identifikasi USP dan Pelatihan SOP Pelayanan

Tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Sanata Dharma mengadakan FGD identifikasi USP dan Workshop Penyusunan Paket Wisata dan SOP pada tanggal 21 Agustus 2025 mulai pukul 13.00 hingga pukul 16.00. Pertemuan ini dihadiri 25 orang berasal dari unsur perangkat dusun dan pengelola desa wisata. Sesi pertama diisi dengan kegiatan FGD untuk memformulasi dan menyepakati USP Desa Wisata Panjangrejo. FGD ini diawali dengan penjelasan mengenai arti penting dari USP bagi sebuah usaha. Dan kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi USP dari Desa Wisata Panjangrejo. Tim bersama mitra berhasil merumuskan USP yang dimiliki oleh Desa Wisata Panjangrejo yaitu adalah desa wisata yang menawarkan wisata edukasi kerajinan gerabah dengan teknik *handwheel*.



Gambar 5. Kegiatan FGD USP



Gambar 6. Penyuluhan penyusunan SOP

Setelah rehat isihoma, sesi kedua diisi dengan workshop penyusunan paket wisata berdasarkan USP yang dimiliki. Tim pengabdian menjelaskan tahapan-tahapan dalam prinsip-prinsip penyusunan paket wisata yang menarik bagi wisatawan. Selanjutnya tim mendampingi peserta dalam menyusun draf paket wisata dalam kelompok. Dari draf

paket wisata yang tersusun tersebut, tim pengabdian melatih dan mendampingi mitra dalam menyusun SOP pelayanan yang sesuai dengan paket wisata. Selain penyusunan SOP pelayanan, tindak lanjut dari penyusunan paket-paket wisata adalah penyiapan materi komunikasi pemasaran khususnya untuk pemasaran digital.

Penyuluhan Pemasaran Desa Wisata

Penyuluhan Pemasaran Desa Wisata dilaksanakan pada tanggal 22 Agustus 2025. Tujuan dari penyuluhan ini adalah memberi gambaran kepada mitra bahwa paket wisata yang ditawarkan oleh desa wisata bersifat gabungan antara barang dan jasa. Karakteristik ini membutuhkan upaya pemasaran yang sedikit berbeda terutama karena adanya sifat *intangible* (tidak kelihatan) dari suatu produk.



Gambar 7. *Penyuluhan Pemasaran*

Workshop Penyusunan Paket Wisata dan FamTrip

Draft paket wisata yang telah disusun didiskusikan lagi oleh Tim pengabdian dan mitra agar lebih mantab. Selain itu, tim mengolah paket wisata tersebut menjadi berbentuk *leaflet* dan brosur yang akan menjadi bahan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran ini dilakukan dalam dua bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris guna membuka peluang lebih luas bagi mitra untuk mendapatkan wisatawan yang berkunjung baik dari dalam negeri maupun mancanegara. Tim pengabdian juga mendampingi mitra dalam melakukan komunikasi pemasaran melalui teknologi digital. Dalam hal ini, tim menjelaskan hal-hal prinsip yang harus disadari oleh mitra dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana komunikasi pemasaran misalnya perlu adanya personil yang siap merespons permintaan informasi dari calon wisatawan secara cepat dan jelas, perlu adanya upaya-upaya menindaklanjuti permintaan informasi yang masuk, dan juga perlu dimilikinya fleksibilitas dalam melayani permintaan calon wisatawan. Secara teknis, mitra dilatih untuk mengoptimalkan sosial media agar lebih mudah ditemukan oleh wisatawan, salah satunya dengan penggunaan *hashtag* di media sosial Instagram. Penggunaan fitur pencarian informasi menggunakan *hashtag* ini memungkinkan pengguna dapat mengelompokkan informasi sesuai dengan kata kunci yang dimasukkan atau yang sedang dicari (Ana et al, 2022) dan oleh karenanya menjadi lebih mudah untuk ditemukan oleh pengguna media sosial.



Gambar 8. Workshop Penyusunan Paket Wisata

Secara lebih intensif, mitra mempraktikkan SOP, paket wisata dan komunikasi pemasaran dalam kegiatan *Familiarization Trip*, dan kemudian didampingi dalam melakukan evaluasi kegiatan dalam rangka perbaikan.



Gambar 9. Kegiatan Fam Trip

Penerapan Teknologi

Penerapan teknologi pada tahap ini terdiri dari dua macam yaitu teknologi yang bersifat fisik dan teknologi yang bersifat non fisik.

Teknologi Hard (Fisik)

Teknologi *hard* yang diterapkan adalah penggunaan *pottery turn table/banding wheel*/meja putar yang berbahan logam ringan. Alat ini dirancang agar lebih ringan sehingga lebih 'ramah' bagi wisatawan dalam praktik membuat gerabahnya dalam kegiatan wisata edukasi nantinya. Alat yang lain adalah wadang tebal, pasah halus tanpa finishing, set ukir, tanah liat, butsir set besar dan kecil.

Sarana pendukung lain berupa rak barang (rangka stal galvanis), meja rangka galvanis hitam doff, dingklik (kursi kecil) kayu solid, rak *display*.



Gambar 10. Penyerahan Alat

Teknologi Soft (Non-Fisik)

1. Prinsip Growth Mindset dalam kelembagaan

Prinsip ini menyadarkan mitra bahwa kemampuan dan kecerdasan dapat dikembangkan melalui upaya-upaya terstruktur dan berkesinambungan. Dan oleh karenanya, organisasi akan semakin lama semakin berkembang.

2. Penyusunan Paket Wisata yang menarik

Penyusunan Paket Wisata tidak sekedar menggabungkan aktivitas-aktivitas wisata, namun juga memperhatikan faktor wisatawan, kemampuan pengelola dan daya dukung desa wisata.

3. Penyusunan SOP Pelayanan

SOP Pelayanan merupakan panduan bagi pengelola dalam melayani tamu/wisatawan siapa pun nantinya yang akan menjadi penanggung jawab dalam menerima tamu.

4. Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital agar semakin luas dalam menjangkau calon pengunjung.

Pendampingan dan Evaluasi

Tim pengabdian melakukan pendampingan konsultatif untuk mengantisipasi adanya kendala dari warga saat proses penyusunan SOP Pelayanan dan pemanfaatan teknologi digital untuk komunikasi pemasaran. SOP Pelayanan dan materi komunikasi pemasaran sudah selesai disusun.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program setelah kegiatan selesai akan terus dilakukan sebagai wujud pendampingan Universitas pada masyarakat sesuai dengan Perjanjian Kerja Sama Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta secara khusus Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma tentang Pendampingan Desa Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 119/09682 dan

Nomor : 13/Dekan/ FE/11.2.2/XII.2022 yang bertujuan untuk memberikan pendampingan bagi desa wisata/kampung wisata dalam rangka memperkuat kelembagaan, sumber daya manusia, pengembangan produk dan pemasaran.

Kesimpulan

Pengembangan Produk Wisata Edukasi Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan Desa Wisata Panjangrejo khususnya dalam hal mengoptimalkan potensi lokal di wilayahnya. Peningkatan kapasitas anggota yang berkesinambungan melalui pelatihan dan pendampingan diharapkan dapat membantu Desa Wisata Panjangrejo untuk semakin dekat dengan harapan untuk menjadi desa wisata edukasi yang berdaya saing dan mampu mencapai kemandirian ekonomi. Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Mitra mampu mengidentifikasi potensi-potensi lokal di wilayahnya sendiri,
2. Mitra mampu memanfaatkan potensi-potensi lokal tersebut menjadi paket wisata edukasi yang berdaya saing
3. Mitra mampu mengelola kegiatan wisata edukasi dengan baik melalui pemberian pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan

Namun, meskipun ada banyak kemajuan yang telah dicapai, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi. Berdasarkan hasil kegiatan dan evaluasi yang telah dilakukan, perlu dilakukan adanya peningkatan kapasitas SDM pengelola Pokdarwis agar lebih terampil dan percaya diri dalam memberi pelayanan yang berkualitas kepada tamu wisatawan. Pokdarwis Rejo Nyawiji dalam hal ini didorong untuk terus berlatih dalam melayani tamu demi semakin baiknya *hospitality* pengelola pokdarwis. Selain itu, pengelola Desa Wisata Panjangrejo perlu menjalin lebih banyak kerja sama dengan pihak eksternal, termasuk dengan lembaga pemerintah, institusi swasta dan jaringan pengusaha pariwisata untuk mengkomunikasikan branding wisata edukasi, memperluas akses pasar dan pada akhirnya mampu meningkatkan daya saing Desa Wisata Panjangrejo sebagai Desa Wisata Edukasi.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan juga artikel ini tidak akan berhasil jika tidak ada keterlibatan banyak pihak. Secara khusus tim abdimas mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tak langsung sebagai berikut.

1. Direktorat Riset, Teknologi, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset Dan Teknologi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini.
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) yang secara kelembagaan telah memfasilitasi terbentuknya kemitraan ini.
3. Mitra abdimas yaitu masyarakat Desa Wisata Panjangrejo yang telah memberi kesempatan kepada tim abdimas untuk berdinamika bersama

Referensi

- Hanafi, A., & Yudhiasta, S. (2024). Pengembangan potensi pariwisata melalui wisata edukasi di Kampung Budaya Samin Bojonegoro. *Journal Publicuho*, 7(2), 863–873. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i2.430>
- Hayatri, M. A. S., & Prasetyo, H. (2021). Penelusuran informasi wisata edukasi menggunakan media sosial Instagram melalui hashtag #WisataEdukasiJogja. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 15(3).
- Baskoro, I., & Suharson, A. (2016). Gerabah Siti Kencono Aji di Desa Panjangrejo Pundong Bantul. *Corak: Jurnal Seni Kriya*, 5(2).
- Krisnawati, L., Susanto, A., & Sutarmin, S. (2019). Membangun kemandirian ekonomi desa melalui peningkatan daya saing potensi kekayaan alam perdesaan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 8(2), 114. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i2.396>
- Kurniawati, L., Hardanti, Y. R., Sutadi, T., Ernawati, M. T., & Wuri, J. (2025). Pendampingan perumusan unique selling point sebagai strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kampung Wisata Kali Gajah Wong, Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 3(1), 79–86. <https://doi.org/10.54082/jpmii.663>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* [Rental edition]. Pearson.
- Prasetyo, H., & Nararais, D. (2023). Urgensi destinasi wisata edukasi dalam mendukung pariwisata berkelanjutan di Indonesia. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2).
- Ristiawan, R. R. (2019). A critical perspective of the unique selling point for sustainable tourism development: Pentingsari Tourism Village. *Gadjah Mada Journal of Tourism Studies*, 2.
- Rubiyatno, L. K., & Maria, A. D. (2021). Peningkatan kapasitas pengelolaan social media marketing dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. *LeECOM*, 3(2).
- Rubiyatno, R., Kurniawati, L., & Pranatasari, F. D. (2023). Pengembangan Strategi Pariwisata Berkelanjutan Desa Wisata di Yogyakarta Melalui Analisis SWOT (Matriks Kuadran SWOT dan EFAS & IFAS). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2218–2133. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52151>