

**Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat**

26 November 2022, Hal. 557-564

e-ISSN: 2686-2964

**Peningkatan daya saing Desa Wisata Ngoro-oro Patuk Gunungkidul**

Surahma Asti Mulasari<sup>1</sup>, Lu'lu' Nafiati<sup>2</sup>, Herman Yuliansyah<sup>3</sup>, Fatwa Tentama<sup>4</sup>, Sulistyawati<sup>5</sup>, Tri Wahyuni Sukesi<sup>6</sup>, Fanani Arief Ghozali<sup>7</sup>, Bambang Sudarsono<sup>8</sup>

Universitas Ahmad Dahlan, Jalan Kapas No.9, Semaki, Umbulharjo, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta<sup>1</sup>

Email: [surahma.mulasari@ikm.uad.ac.id](mailto:surahma.mulasari@ikm.uad.ac.id)

**ABSTRAK**

Desa wisata Ngoro-oro memiliki potensi dalam membangkitkan ekonomi masyarakat di daerah sekitar. Meskipun demikian, masih ditemukan permasalahan, misalnya terkait belum optimalnya pemanfaatan teknologi karena faktor pendampingan yang masih dianggap kurang oleh masyarakat. Masyarakat masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut untuk memastikan Desa Ngoro-oro dapat secara mandiri meneruskan program terkait pengembangan potensi ekonomi desa wisata dan mewujudkan desa wisata sehat sesuai RPJM Desa Ngoro-oro. Tujuan dari pengabdian ini adalah meneruskan program yang sudah diinisiasi pada tahun 2021, menggiatkan kembali UKM Bangkit dan sektor wisata *outbound*, serta mengembangkan kegiatan yang lebih komprehensif sehingga terbentuk desa wisata Ngoro-oro. Desa wisata ini diharapkan dapat menjadi salah satu model *science techno park* perguruan tinggi. Pengabdian dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan, TOT, praktek, pendampingan dan pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan selama bulan Juni 2022 hingga bulan Oktober 2022. Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengabdian yang dilakukan selama 3 tahun dari tahun 2021 hingga tahun 2023. Dengan adanya kegiatan ini, telah tersusun *site plan rest area* serta pasar Ngoro-oro sebagai sentra kegiatan pariwisata Desa Ngoro-oro, rencana bisnis untuk desa wisata Ngoro-oro, teknologi informasi serta sistem informasi bagi pengembangan desa wisata, rancangan strategi *digital marketing* untuk produk desa wisata, rancangan K3 desa wisata, dan pengembangan wahana wisata *outbound*.

**Kata kunci:** Desa wisata; Pemasaran; UMKM; *Outbound*

**ABSTRACT**

*The Ngoro-oro tourism village has potential to generate the economy of the local community. However, problems are still found, for example related to the unoptimal use of technology because of the facilitation factor that is still considered inadequate by the community. The community still needs further assistance to ensure that Ngoro-oro Village can independently continue programs related to developing the economic potential of tourism village and realizing a healthy tourism village according to the RPJM of Ngoro-oro Village. The purpose of this community service is to continue the program that was initiated in 2021, to reactivate the UKM Bangkit and the outbound tourism sector, and to develop more comprehensive*

*activities so that the Ngoro-oro tourism village is formed. This tourism village is expected to be one of the models of the university's science techno park. The community service is carried out using training methods, TOT, practice, mentoring and community empowerment which is carried out from June 2022 to October 2022. This activity is part of a community service program that is carried out for 3 years from 2021 to 2023. With this community service, Ngoro-oro Village has made a site plan for the rest area and the Ngoro-oro market as a center for tourism activities in Ngoro-oro Village, a business plan for the Ngoro-oro tourist village, information technology and information systems for tourism village development, digital marketing strategy design for tourist village products, K3 design for tourism villages, and the development of outbound facility.*

**Keywords:** *Tourism village; Marketing; MSMEs; Outbound*

## PENDAHULUAN

Desa Ngoro-oro berada di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa ini berjarak kurang lebih 7 km dari pusat Kecamatan Patuk serta berjarak 25 km dari pusat Kabupaten Gunungkidul (Meridiana, 2018). Lahan pertanian di kawasan ini masih cukup besar, namun 95% lahan sawahnya berupa lahan kering tadah hujan yang kelangsungannya menggantungkan pada curah hujan. Terdapat kurang lebih 153 pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Ngoro-oro yang bergerak di bidang pengolahan kayu, bambu, kerajinan, konveksi serta makanan olahan (Mulasari et al., 2021). Kegiatan perekonomian UMKM mayoritas berbasis pada hasil pertanian dan hasil hutan di daerah desa tersebut. Desa Ngoro-oro memiliki beragam potensi, misalnya (i) memiliki luas wilayah yang besar yaitu 753,7909 ha atau 7,539 km<sup>2</sup>; (ii) jumlah penduduk yang mencapai 3.661 jiwa pada tahun 2018 yang sebagian besar (47%) merupakan penduduk dengan usia produktif; (iii) kaya akan potensi pertanian, peternakan, perikanan darat dan perkebunan; (iv) adanya pelaku UMKM yang bergerak di bidang pengolahan kayu serta pengolahan makanan dari hasil tani; (v) pemandangan alam yang menarik untuk dikembangkan menjadi tempat wisata.

Meskipun memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan, Desa Ngoro-oro juga dihadapkan pada beberapa permasalahan yang harus segera diatasi, misalnya: (i) masih terdapat 295 keluarga yang masuk dalam kategori KS I dan Pra KS; (ii) minimnya debit air ketika musim kemarau; (iii) rendahnya tingkat pendidikan masyarakat; (iv) masih banyaknya sampah yang belum tertangani; (v) belum maksimalnya pengembangan perekonomian desa untuk mengentaskan kemiskinan.

Selain permasalahan mendasar tersebut, pandemi COVID-19 yang melanda sejak tahun 2020 memperparah keadaan perekonomian masyarakat Desa Ngoro-oro (Yuliansyah et al., 2022). Beberapa upaya telah dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, salah satunya dengan membentuk UKM Bangkit yang diprakarsai oleh tim pengabdian masyarakat dari UAD bekerja sama dengan perangkat Desa Ngoro-oro pada tahun 2020. UKM Bangkit merupakan unit usaha milik bersama yang memiliki tugas menampung, memasarkan, dan mempromosikan semua potensi yang ada di Desa Ngoro-oro dan sekaligus sebagai wadah inovasi pengembangan Desa Wisata Ngoro-oro. UKM Bangkit masih berlanjut hingga saat ini sebagai upaya untuk perbaikan ekonomi Desa Ngoro-oro.

Tujuan dari pengabdian ini adalah meneruskan program yang sudah diinisiasi pada tahun 2021, menggiatkan kembali UKM Bangkit dan sektor wisata *outbound*, serta mengembangkan kegiatan yang lebih komprehensif sehingga terbentuk desa wisata Ngoro-oro. Desa wisata ini diharapkan dapat menjadi salah satu model *science techno park* perguruan tinggi. Pada tahun 2022, program pengabdian masyarakat terkait UKM Bangkit berfokus pada: (i) pengembangan *site plan rest area*; (ii) pengembangan *business plan* untuk menarik investor; (iii) pengembangan teknologi informasi dan sistem informasi untuk desa wisata; (iv) peningkatan kemampuan *digital marketing* dan pengemasan produk; (v) perancangan K3 desa wisata; (vi) pengembangan wahana wisata *outbound*.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menyasar pengurus UKM Bangkit Desa Ngoro-oro. Pengabdian dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan, TOT, praktek, pendampingan dan pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan selama bulan Juni 2022 hingga bulan Oktober 2022. Delapan orang mahasiswa dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pengetahuan serta Fakultas Kesehatan Masyarakat dilibatkan dalam kegiatan ini untuk membantu tim saat pelaksanaan di lapangan. Selain itu, mitra yang terdiri dari pengurus UKM Bangkit, Kepala Desa, Perangkat, BUMKAL, dan Pendamping Kabupaten untuk Desa

Ngoro-oro juga berperan penting dalam program ini. Secara garis besar, metode yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dan sosialisasi dengan mitra pada tanggal 15 Agustus 2022
2. Pembuatan *site plan rest area* dan pasar Ngoro-oro sebagai sentra kegiatan pariwisata Desa Ngoro-oro mulai sejak bulan Agustus – Desember 2022
3. Pembuatan *business plan* untuk desa wisata Ngoro-oro mulai dari Agustus – Desember 2022.
4. Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi bagi pengembangan desa wisata. Kegiatan ini dilakukan dengan pertemuan dan pendampingan pembuatan konten dari Awal kegiatan sampai Desember 2022 sudah ada 42 postingan IG. Selain itu tetap mengingatkan untuk secara konsisten menggunakan SI Desa Wisata dan SI Keuangan yang pada tahun sebelumnya sudah diberikan.
5. Pelatihan *digital marketing* dan pengemasan dilaksanakan tanggal 15-16 Agustus 2022.
6. Perancangan k3 desa wisata dilakukan selama Desember 2022 dengan hasil 5 poster kebiasaan baru di era kebiasaan baru.
7. Pengembangan wahana wisata *outbound* dilakukan dengan membuat desain WC portable untuk dipasang di lokasi outbound yang jauh dari pemukiman dan tidak ada aliran air. Dilakukan pendaftaran desain industry untuk WC pada Bulan Agustus 2022.

### HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan pelatihan, TOT, praktek, pendampingan dan pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan selama bulan Juni 2022 hingga bulan Oktober 2022. Koordinasi dilakukan untuk mensosialisasikan Kembali program dan melakukan diskusi dengan mitra untuk program. Koordinasi dilakukan dengan metode online dan offline. Online dilakukan dengan WA dan offline dilakukan dengan pertemuan di daerah Tawang, yaitu lokasi yang nantinya akan dikembangkan sebagai bagian dari centra kuliner di Desa Ngoro-oro. Dilaksanakan pada tanggal 15 Agustus 2022 dengan dihadiri ketua BUMKAL dan pendamping kabupaten. Dalam kegiatan ini disampaikan harapan untuk pendampingan mitra untuk mengembangkan Desa Wisata Ngoro-oro terutama centra kuliner, rest area, dan Pasar Ngoro-oro.



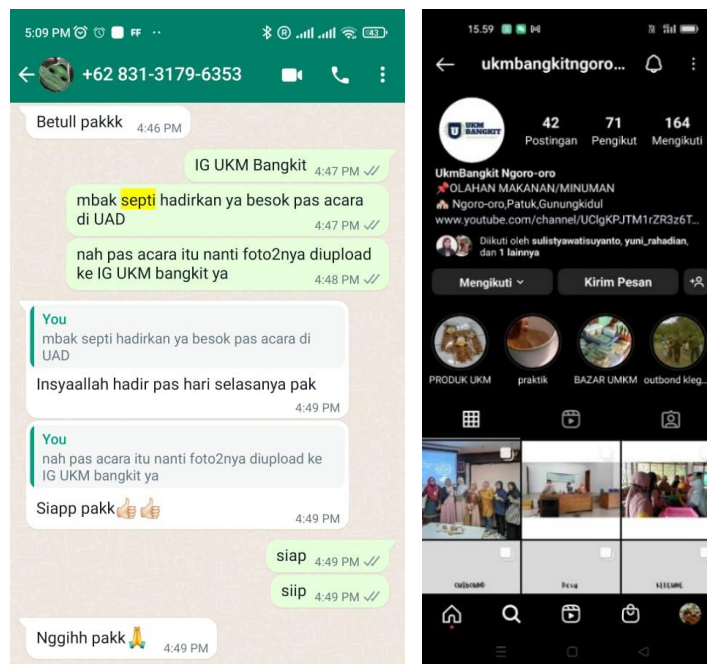
Gambar 1. Sosialisasi dan koordinasi program pengabdian kepada masyarakat



Pembuatan *Site Plan Rest Area* dan Pasar Ngoro-oro sebagai sentra kegiatan pariwisata Desa Ngoro-oro *Site plan rest area* dan Pasar Ngoro-oro sebagai centra kegiatan desa wisata dirasa yang paling mendesak untuk dilakukan dibandingkan dengan membangun wisata *outbond*, sehingga oleh mitra diminta untuk membantu membuat *site plan* terlebih dahulu, untuk kemudian dilanjutkan dengan penambahan wahana wisata *outbound*.

Pembuatan *Business Plan* untuk Desa Wisata Ngoro-oro. Pembuatan *business plan* untuk memperkuat BUMKAL dan Desa dalam mencari investor kedepannya dalam pengembangan desa wisata. *Business plan* memuat semua potensi desa yang dapat ditawarkan kepada investor dan sebagai dasar penganggaran APB Desa untuk pengembangan desa wisata. Selain itu, dengan adanya *business plan* akan memudahkan pengurus dalam melakukan pengembangan desa wisata yang komprehensif dan mampu bersaing dengan desa wisata lainnya.]Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Sistem Informasi bagi pengembangan desa wisata

Pengembangan media sosial dan pendampingan untuk membuat konten-konten untuk memperkenalkan Desa Wisata Ngoro-oro lewat media sosial. Kegiatan ini di bawah koordinasi anggota, yaitu Herman Yuliansyah, ST., M.Eng. Kegiatan dilakukan dengan memantau kinerja penanggung jawab media sosial dari mitra (sementara ini dari 4 platform yang terhandle dengan baik adalah Instagram). Pemasaran melalui media sosial penting dilakukan karena saat ini telah terjadi pergeseran kebiasaan masyarakat yang semakin banyak menggunakan internet dalam mengakses informasi (Hasan et al., 2021).



Gambar 2. Koordinasi dan pemanfaatan teknologi informasi di Desa Wisata Ngoro-oro

Pelatihan diberikan kepada perwakilan UKM, BUMKAL, dan Pengurus Desa Wisata untuk meningkatkan keterampilan melakukan pemasaran produk dengan platform digital serta keterampilan dalam mengembangkan produk, merk dan pengemasan untuk meningkatkan penjualan. Pemasaran yang terintegrasi berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen (Duralia, 2018; Payne et al., 2017). Desain kemasan merupakan komponen penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (Boz et al., 2020; Chen et al., 2017). Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui serta menciptakan kemasan yang ramah lingkungan. Pelatihan dilakukan selama 2 hari yaitu tanggal 15 dan 16 Agustus 2022.

Kegiatan pelatihan oleh anggota pengusul yaitu Lu'lu' Nafiati, S.E., M.Sc. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan ada penguatan dari sisi manajemen untuk pengembangan Desa Wisata Ngoro-oro.



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing dan Pengemasan



Gambar 4. Suasana pelatihan digital marketing dan pengemasan

Pengukuran pengetahuan dilakukan sebelum dan sesudah dilaksanakan pelatihan *digital marketing* dan pengemasan (Gambar 4) untuk mengetahui peningkatan pemahaman pengurus UKM Bangkit terkait materi pelatihan. Hasil pengukuran dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil uji perbedaan rata-rata nilai pengetahuan sebelum dan sesudah dilakukan pelatihan *digital marketing* dan pengemasan

	Terendah	Tertinggi	Rata-rata
Sebelum pelatihan	40	100	79
Setelah pelatihan	70	100	93

Berdasar data dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa terjadi peningkatan pengetahuan dari peserta pelatihan. Nilai rata-rata peserta pelatihan mengalami peningkatan sebesar 14 poin dari 79 menjadi 93. Selain itu, setelah mengikuti pelatihan, tidak ada peserta dengan nilai di bawah 70. Secara umum, dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan pengetahuan peserta pelatihan terkait dengan *digital marketing* dan pengemasan.

Perancangan K3 Desa Wisata dilakukan untuk mempersiapkan standar desa wisata yaitu konsep penyelenggaraan desa wisata dengan memperhatikan K3, termasuk Kewaspadaan COVID-19. Hal ini dilakukan dengan membuat buku panduan K3 bagi Desa Wisata Ngoro-oro. Objek wisata membutuhkan sarana sanitasi seperti kamar mandi, WC dan Pengembangan tidak dilakukan dalam bentuk pembangunan fisik berupa wahana outbound tetapi kami membuat rancangan (desain industri) berupa WC portabel yang digunakan untuk tempat wisata outbound yang memang belum tersedia WC dan belum ada air untuk membersihkan badan setelah aktivitas *outbound*. Selain itu akan dibuat Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk K3 di lokasi *outbound*. Penyusunan desain industri telah selesai dilakukan dan telah didaftarkan ke sentra HKI UAD. Desain industri sudah disusun oleh ketua pengusul dan pengawalan pengusulan desain industri dilakukan oleh anggota pengusul yaitu Dr. Fatwa Tentama, S.Psi., M.Si.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlangsung dengan lancar dengan menggunakan metode yang komprehensif untuk pengembangan Desa Wisata Ngoro-oro. Tujuan dari pengabdian telah tercapai, terlihat dari tetap berlanjutnya program yang sudah diinisiasi pada tahun 2021, UKM Bangkit tetap giat beroperasi dan adanya pengembangan pada sektor wisata *outbound*, perancangan *site plan rest area*, dan pasar Ngoro-oro.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM UAD atas dukungan pendanaan kegiatan PKM ini serta kepada mitra yaitu Kepala Desa, Perangkat, BUMKAL, Pendamping Kabupaten untuk Desa Ngoro-oro, Pengurus UKM Bangkit atas partisipasi aktif pada penyelenggaraan program pengabdian kepada masyarakat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Boz, Z., Korhonen, V., & Sand, C. K. (2020). Consumer Considerations for the Implementation of Sustainable Packaging: A Review. *Sustainability* 2020, Vol. 12, Page 2192, 12(6), 2192. <https://doi.org/10.3390/SU12062192>
- Chen, Y. S., Hung, S. T., Wang, T. Y., Huang, A. F., & Liao, Y. W. (2017). The influence of excessive product packaging on green brand attachment: The mediation roles of green brand attitude and green brand image. *Sustainability (Switzerland)*, 9(4). <https://doi.org/10.3390/SU9040654>
- Duralia, O. (2018). Integrated marketing communication and its impact on consumer behavior. *Studies in Business and Economics*, 13(2), 92–102. <https://doi.org/10.2478/SBE-2018-0022>
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi Digital UMKM Sektor Kuliner Di Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–150. <https://doi.org/10.31940/JBK.V17I2.2529>
- Meridiana, A. (2018). *Data Desa - Website Ngoro-oro*. <https://desangoro-oro.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/82>
- Mulasari, S. A., Tentama, F., Sukesi, T. W., Sulistyawati, S., Nafiati, L., Yuliansyah, H., Hastuti, S. K. W., & Rokhmayanti, R. (2021). UKM “Bangkit”: Strategi Penguatan

- Ekonomi dan Kebangkitan di Era Kenormalan Baru COVID-19. *LOGISTA - Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 140–146. <https://doi.org/10.25077/LOGISTA.5.1.140-146.2021>
- Payne, E. M., Peltier, J. W., & Barger, V. A. (2017). Omni-channel marketing, integrated marketing communications and consumer engagement: A research agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(2), 185–197. <https://doi.org/10.1108/JRIM-08-2016-0091/FULL/XML>
- Yuliansyah, H., Mulasari, S. A., Tentama, F., Sulistyawati, S., Nafiati, L., & Sukesu, T. W. (2022). Pengembangan dan Pemanfaatan Platform Digital Untuk Desa Wisata di Desa Ngoro-oro Gunungkidul. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 2(1), 56–65. <https://doi.org/10.20895/IJCOSIN.V2I1.385>