

Pendampingan Penyusunan *Unique Selling Point* di Desa Wisata Borobudur, Kabupaten Magelang

Suci Iriani Sinuraya¹, Tri Asih Wismaningtyas^{2*}

^{1,2} Universitas Tidar, Jl. Kapten Suparman 39 Potrobangsari, Kota Magelang, 56116, Indonesia

¹suciiiriani@untidar.ac.id, ²triasihwismaningtyas@untidar.ac.id

* **corresponding author**

ARTICLE INFO

Article history

Received : 02-01-2024

Revised : 12-01-2024

Accepted : 15-01-2024

Keywords

Education ;

tourist village ;

unique selling point ;

ABSTRACT

The presence of Borobudur as one of the five Super Priority Tourism Area development needs to be carried out by participating in developing the surrounding area: first, so that the duration of tourist visits in Borobudur can be longer because there are other geographically integrated magnets that can be visited, and secondly so that it is sustainable. If a tourist destination can maintain its presence, the community around the location of the Borobudur Temple destination must benefit from the existence of that destination. The existing Borobudur Temple is surrounded by a number of villages which support it, so the Directorate of Regional Tourism Destination Development I of the Ministry of Tourism and Creative Economy then agreed that 3 villages around Borobudur Temple should be prioritized for developing tourist villages, namely Karanganyar Tourism Village, Karangrejo Tourism Village and Borobudur Village. Borobudur Village itself has responded to this business opportunity with plans to develop the unique potential in each hamlet through the Thematic Village Program, and of the 21 new hamlets, 6 hamlets have started to discover potential and develop it, 15 other hamlets are still in the process of exploring potential. The aim of this community service activity is to provide an understanding of the urgency of the unique selling point of tourism actors in Borobudur Village. The Universitas Tidar Community Service Team responded to this situation and provided education about the need to develop a tourist village based on the unique potential that exists in the village. The uniqueness of the product/service must differentiate it from products from other tourist villages and be in line with what tourists expect. This understanding is useful for the management of a tourist village so that they can focus on its development and have an optimal impact on improving the welfare of the surrounding community.

A. PENDAHULUAN

Pada tahun 2015 Pemerintah Republik Indonesia mencetuskan perlunya pengembangan pariwisata yang lebih terfokus pada 10 destinasi wisata prioritas Indonesia di luar Bali. Pengembangan destinasi prioritas merupakan implementasi dari Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPKN) tahun 2010-2025 yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011. PP ini menjadi dasar pembangunan pariwisata baik dalam peningkatan kualitas maupun kuantitas destinasi dan sebagai pedoman untuk mewujudkan industri pariwisata yang mampu menjadi penggerak ekonomi nasional. Pada tahun 2019 Pemerintah mengerucutkan fokus prioritas pembangunan destinasi wisata tersebut ke lima tempat yang kemudian dikenal sebagai 5 Destinasi Super Prioritas (DSP), yaitu Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Danau Toba dan yang terakhir yang ditambahkan Likupang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Pemilihan Borobudur sebagai DSP tidak terlepas karena keberadaannya sebagai warisan budaya dunia (*world heritage*) yang ditetapkan oleh UNESCO pada 1991 yaitu sebagai salah satu monumen Budha terbesar di dunia yang dibangun pada masa pemerintahan Dinasti Syailendra pada abad ke-8 -9 masehi.

Kehadiran Borobudur sebagai salah satu dari 5 Daerah Super Prioritas (DSP) pengembangan pariwisata perlu dilakukan dengan ikut mengembangkan daerah sekitarnya: pertama agar



keberlanjutan (*sustainability*) suatu destinasi wisata terjaga kehadirannya maka masyarakat di sekitar lokasi destinasi (Candi Borobudur) harus mendapatkan kemanfaatan (*beneficiary*) dari keberadaan destinasi tersebut. Kedua, agar lama kunjungan wisatawan (*length of stay*) wisatawan di Kabupaten Magelang dapat lebih panjang karena ada magnet lain yang secara geografi terintegrasi dapat dikunjungi. Dalam konteks tersebut maka Direktorat Pengembangan Destinasi Pariwisata Regional I Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif kemudian menyepakati 3 desa di sekitar Candi Borobudur menjadi prioritas pengembangan desa wisata yaitu Desa Karanganyar, Desa Karangrejo, dan Desa Borobudur. Ke-3 desa tersebut secara eksisting menjadi penopang Candi Borobudur, bahkan Kantor Desa Borobudur tepat berada di pintu masuk Candi Borobudur. Penetapan Desa Borobudur menjadi desa yang diprioritaskan untuk pengembangan desa wisatanya harus menjadi peluang serta pintu masuk untuk meningkatkan kesejahteraan warganya.

Desa Borobudur secara geografis terdiri dari dataran yang di bagian tengahnya terdapat 3 bukit, yaitu Bukit Jaten, Bukit Borobudur dan Bukit Dagi. Di bagian Barat, yaitu di dusun Mahitan terdapat Bukit Bakal -warga setempat menyebutnya Gunung Bakal. Desa Borobudur dialiri 2 sungai yang sekaligus juga menjadi batas desa yaitu Sungai Sileng di Selatan dan Sungai Progo di Utara yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Mungkid.

Desa Borobudur merupakan desa dengan kategori perkotaan (*urban*). Populasi penduduk Desa Borobudur pada semester pertama tahun 2023 sebanyak 9,826 orang terdiri dari penduduk laki-laki sejumlah 4,836 dan perempuan sejumlah 4,990 (Disdukcapil Kabupaten Magelang, 2023). Mata pencaharian atau jenis pekerjaan penduduk desa Borobudur menurut Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Magelang antara lain: bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 1.826 (18,3%), karyawan swasta 1.698 orang (17,0%), petani/pekebun 355 orang (3,6%), PNS 239 orang (2,4%), pensiunan (157 orang)(1,6%); guru 141 orang (1,4%); 2011 BOROBUUDUR 4.836 4.990 9.826TNI/Polri 52 orang (0,5%); pedagang 471orang (4,7%); buruh harian lepas: 256 orang (2,6%), buruh tani perkebunan 53 orang (0,5%) tukang batu 24 orang (0,2%), honorer (13 orang), lain-lain (Diskominfo Kab Magelang 2023 (<https://pusaka.magelangkab.go.id/penduduk/pekerjaan>)).

Berdasarkan Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) – dahulu bernama Basis Data Terpadu/BDT- tahun 2020 maka dari 9.932 orang penduduk Desa Borobudur, sebanyak 2.550 orang (26%) terdaftar sebagai DTKS sedangkan yang tidak terdaftar sebagai DTKS sebanyak 7.382 orang (74%) (Desa Borobudur, 2023). (<https://desaborobudur.magelangkab.go.id/first/kesejahteraan>), ini berarti pekerjaan rumah (PR) besar dan tantangan bagi Lurah dan perangkat Desa Borobudur adalah bagaimana dapat mengentaskan/meningkatkan ekonomi sebanyak 2550 warganya ke arah kehidupan yang lebih baik, melalui penggalan dan pemanfaatan berbagai potensi desa. DTKS sendiri merupakan informasi yang berisi status sosial ekonomi dan demografi dari 40 persen penduduk mulai dari yang paling rendah status kesejahteraannya. Pemerintah Desa Borobudur kemudian melakukan klasifikasi data DTKS tersebut sehingga didapati gambaran yang lebih detail prevalensi kemiskinan di Desa Borobudur sebagai berikut: (1) penduduk desa yang sangat miskin: 0,5%; (2) terkategori miskin: 5,5%; (3) agak miskin:13,2%; rentan miskin: 35,1% dan sebanyak 45,7% penduduk Desa Borobudur terkategori menuju sejahtera (Desa Borobudur, 2023).

Penetapan Desa Borobudur sebagai desa yang mendapat prioritas pengembangan desa wisata dari Direktorat Pengembangan Destinasi Pariwisata Regional I Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif direspon Pemerintah Desa Borobudur dengan rencana mengembangkan potensi yang ada di setiap dusunnya melalui Program Kampung Tematik. Saat ini, dari 21 dusun yang ada, baru enam dusun yang sudah dapat menemukan potensi dan menjalankan usahanya berdasarkan potensi tersebut, sedangkan ke-15 dusun lainnya masih belum menemukan potensinya dan masih dalam proses penggalan potensi sehingga geliat ekonomi untuk pengembangan desa wisata baru tampak di enam dusun. Dari enam dusun yang sudah menemukan potensi dusunnya, 2 diantaranya mempunyai potensi dan mengembangkan daya tarik wisata yang sama, agrowisata kelengkeng, yaitu Dusun Gejagan dan Dusun Kaliabon.

Tim Pengabdian Masyarakat (PkM) dari Universitas Tidar Magelang berusaha untuk membantu mewujudkan keinginan Pemerintah Desa Borobudur dengan melakukan edukasi dan pendampingan kepada perangkat desa, kepala dusun, pemilik atau pengelola UMKM dan usaha lain yang terkait

dengan pariwisata seperti kelompok sadar wisata (pokdarwis) serta pengurus badan usaha milik desa (bumdes) dan karang taruna setempat untuk menemukenali potensi setiap dusun serta mengembangkan daya tarik wisata di dusunnya berdasarkan potensi unik (*unique selling point /USP*) yang dimiliki dusun tersebut. Tim PkM Universitas Tidar menyampaikan bahwa tujuan USP adalah agar pengembangan suatu desa wisata dapat fokus, dengan daya tarik yang cukup kuat dan unik. Keunikan produk atau jasa yang dijual serta paket wisatawan yang beragam dan dikemas secara menarik akan menyebabkan wisatawan datang dan betah tinggal berlama-lama di suatu tempat. Keunikan produk tersebut harus berbeda dari produk (sejenis) yang berasal dari desa (wisata) lain yang telah ada atau dengan dusun lain yang juga sama-sama ingin dikembangkan di Desa Borobudur.

Dari observasi, *in-depth interview* dan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan Tim PkM Universitas Tidar diketahui bahwa:

1. Pengembangan dusun dalam Desa Borobudur sebagai desa wisata belum terarah dengan baik, sehingga ada dusun yang "jualan barang yang sama" di satu lokasi desa, sehingga terkesan pengembangannya menjadi 'saling bersaing'.
2. Kepala Dusun dan para penggerak di dusun maupun Desa Borobudur belum memahami pentingnya pengembangan suatu desa wisata berdasarkan pada prinsip pengembangan keunikan lokal (*unique selling point*).
3. Sejumlah besar dusun (15 dusun) belum mampu menemukenali potensi yang ada di dusunnya serta bagaimana untuk menggali potensi tersebut.
4. Belum adanya pemikiran untuk melakukan pemaketan dan pemrograman yang kreatif dan terintegrasi antar dusun yang akan dikembangkan menjadi desa-desa wisata di lingkungan Desa Borobudur. Kegiatan masih dilakukan secara mandiri, belum terintegrasi dan belum teragendakan dalam suatu acara (*event*) terjadwal (*calendar of event*).

Di lain pihak penetapan Desa Borobudur menjadi salah satu prioritas pengembangan Desa wisata oleh Direktorat Pengembangan Destinasi Pariwisata Regional I Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membuka peluang yang dapat membantu menurunkan prevalensi Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) Desa Borobudur yang masih sebanyak 26%.

Kemampuan masyarakat dan perangkat dusun serta untuk menemukenali potensi yang ada di dusunnya serta mengembangkan atraksi yang ditawarkan berdasarkan keunggulan unik yang dimilikinya menjadi kekuatan yang akan mendorong wisatawan datang dan atau menyebabkan lama tinggal wisatawan (*length of stay/LoS*) meningkat. Dalam industri kepariwisataan diyakini LoS yang tinggi menyebabkan belanja wisatawan (*spend of money/SoM*) wisatawan juga meningkat. Oleh karena itu, tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang urgensi dari keunikan nilai jual (*unique selling point*) dari para pelaku wisata di Desa Borobudur sehingga selanjutnya keunikan tersebut dapat meningkatkan daya tarik wisata dan lama tinggal wisatawan di Desa Borobudur. Berdasarkan permasalahan yang ada maka diperlukan sosialisasi dan pendampingan dalam mempertajam *unique selling point* pada kawasan-kawasan yang sudah masuk dalam Kampung Tematik serta menemukan keunikan bagi kawasan Desa Borobudur yang belum tergali potensi wisatanya.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dari mulai bulan Agustus sampai November 2023. Metode pelaksanaan menggunakan observasi, koordinasi, wawancara mendalam dan diskusi terbatas (*FGD*) 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), Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Magelang serta pengelola Balai Ekonomi Desa (Balkondes). Wawancara mendalam dilakukan terhadap Kepala Desa dan pejabat koordinator pariwisata Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Magelang. Adapun diskusi terbatas (*FGD*) dilakukan guna mendapat masukan dari masyarakat dan perangkat, para pemangku kepentingan pengembangan desa wisata Borobudur tentang pemetaan posisi eksisting ke-21 dusun saat ini di Desa Borobudur serta mengetahui kegiatan kepariwisataan yang sudah berjalan di beberapa dusun meliputi jumlah, jenis dan kondisinya: masalah yang dihadapi/

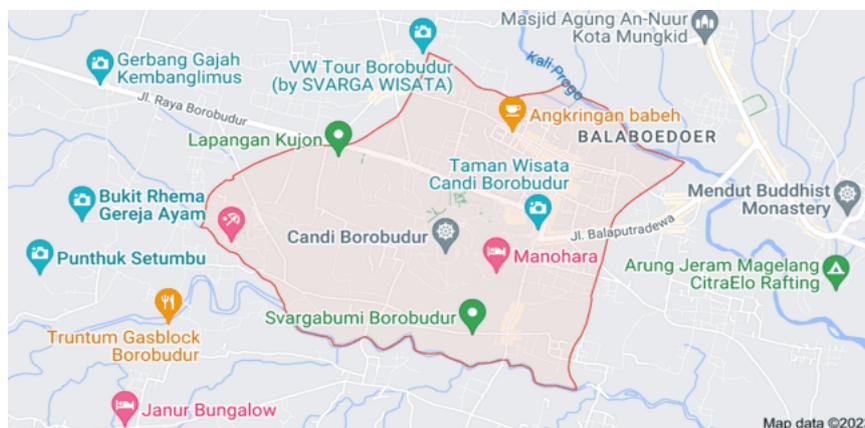
hambatannya. Berdasarkan hasil pertemuan tersebut kemudian tim pengabdian melakukan pemetaan dan menyampaikan bagaimana dusun dapat menemukan potensi yang ada didusunnya serta bagaimana sebaiknya mengembangkan desa wisata di dusunnya agar wisata yang ada di dusunnya dapat berkelanjutan dan dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakatnya. Tim Pendamping juga memberikan sejumlah saran kepada para pemangku kepentingan kepariwisataan di Desa Borobudur diantaranya perlunya dibentuk Forum Pengelola Desa Wisata di tingkat Desa Borobudur agar antar pengelola desa wisata di dusun tidak terjadi perang harga yang pada akhirnya akan sama-sama merugikan masyarakat dan menurunkan pelayanan yang diberikan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Geografi Desa Borobudur

Candi Borobudur merupakan salah satu Candi Budha terbesar di dunia dan sejak diresmikan menjadi salah satu dari 7 keajaiban dunia maka wisatawan yang berkunjung ke Candi Borobudur meningkat. Wisatawan yang datang ke Borobudur kebanyakan untuk tujuan wisata namun juga menjadi destinasi tempat religi yang mampu menarik wisatawan dari berbagai penjuru dunia. Posisi Candi Borobudur menjadi semakin penting dan strategis ketika tahun 2019 Pemerintah memutuskan Borobudur menjadi satu dari lima prioritas pembangunan destinasi wisata disamping Mandalika, Labuan Bajo, Danau Toba dan Likupang. Pemilihan Borobudur sebagai Destinasi Super Prioritas (DSP) kemudian didukung dengan pembangunan sejumlah sarana dan prasarana pendukungnya, seperti pembangunan 4 pintu gerbang menuju ke Candi Borobudur dari 4 penjuru mata angin: Gerbang Blondo merupakan pintu masuk dari arah Semarang, dan berjarak sekitar 10 kilometer dari Candi Borobudur; Gerbang Palbapang, yang jaraknya dari Candi Borobudur sekitar 8 kilometer merupakan penanda kawasan bagi wisatawan yang berangkatnya dari Yogyakarta, serta Gerbang Kembanglimus yang berjarak 4 kilometer dari Candi Borobudur, merupakan penanda tanda pintu masuk bagi wisatawan yang berangkat dari arah Purworejo, dan Gerbang Klangan yang merupakan penanda pintu masuk bagi wisatawan yang datang dari arah Kulonprogo. Pemerintah juga melakukan penataan di sekitar Candi Borobudur, pembangunan pusat informasi wisata dan *sculpture* Klangan, pusat kuliner, kios oleh-oleh, mushola, *deck view point*, area parkir, Tempat Pembuangan Sampah Sementara (TPST), dan toilet. Selain itu juga dilakukan penataan *pedestrian*/trotoar, drainase, *street furniture*, dan lansekap di jalur eksisting (Kompas.com 24 Mei 2022). Kementerian Parekras melalui Badan Pelaksana Otorita Borobudur (BPOB) dan melalui PT Taman Wisata Candi (TWC), BUMN yang bertugas mengelola Borobudur, dan Candi Prambanan serta Keraton Boko juga melakukan sejumlah langkah untuk pengembangan pariwisata Borobudur maupun promosi Borobudur diantaranya BPOB menginisiasi Penyusunan Kajian Strategi Pengembangan Pemasaran Kawasan Pariwisata Borobudur 2024 – 2029 yang merupakan kerjasama antara Badan Pelaksana Otorita Borobudur dengan Pusat Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada.

Candi Borobudur terletak di Desa Borobudur, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Berikut adalah gambaran posisi Candi Borobudur terhadap lingkungan sekitarnya.



Gambar 1. Peta Desa Borobudur, Kabupaten Magelang

Sumber: Google Map, 2023

Upaya pengembangan Borobudur harus sejalan dengan upaya untuk pengembangan desa wisata terutama di desa-desa yang memangku Candi Borobudur agar keberlangsungan obyek wisata Candi Borobudur terjaga dan pengembangan tersebut tidak meninggalkan masyarakat setempat sesuai dengan konsep dari Direktorat Pengembangan Destinasi Pariwisata Regional I Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif maka masyarakat sekitar juga perlu diberdayakan.

Kondisi Eksisting Kegiatan Kepariwisata di Desa Borobudur

Desa Borobudur mempunyai 21 dusun, yaitu: Ngaran I, Ngaran II, Ngaran III, Gopalan, Bumisegoro, Sabrangrowo, Tamanan, Tanjungan, Mahitan, Gejagan, Kujon, Gendhingan, Bogowanti Lor, Bogowanti Kidul, Kenayan, Janan, Jayan, Kaliabon, Jligudan, Kelon, Kurahan. Pada saat ini, dari 21 dusun yang ada di Desa Borobudur, geliat ekonomi baru tampak di 6 dusun yang sudah menemukan potensi untuk dikembangkan sedangkan 15 lainnya masih dalam proses penggalian potensi. Pemerintah Desa Borobudur tim PkM Universitas Tidar yang melakukan edukasi dan pendampingan pengenalan keunikan produk khas desa Borobudur menemukan 6 yang sudah "berjalan", yaitu:

1. Kampung Homestay dan Balai Ekonomi Desa (Balkondes) di Dusun Ngaran II. Dusun ini terletak hanya sekitar 500 meter dari Candi Borobudur. Di dusun ini terkenal dengan banyaknya masyarakat yang mempunyai rumah yang kamarnya dapat disewakan bagi turis. Namun ada kendala dalam optimalisasi homestay di Dusun Ngaran II yaitu terjadi persaingan harga sewa kamar, sehingga tim PkM menyarankan perlunya wadah organisasi (misalnya Pokdarwis, Forum Pengelola Desa Wisata, dll) yang menanungi dan membahas berbagai permasalahan yang ada. Sedangkan Balkondes didirikan dengan bantuan dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Taman Wisata Candi (TWC) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di bawah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pada tahun 2016 Menteri BUMN saat itu, Rini S. Soewandi, meminta BUMN menyalurkan CSRnya dengan membangun Balkondes untuk membantu menggerakkan perekonomian desa di sekitar Candi Borobudur. Di Desa Borobudur, Balkondes yang terdapat di Dusun Ngaran II saat ini Balkondes dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Borobudur yang bernama BUMDes Graha Mandala.
2. Kampung Gula yang terletak di Dusun Jligudan memproduksi gula jawa. Kampung Gula ini didirikan sejak tahun 2022 atas diinisiasi Bapak Agus Hariyanto dan pengelolaannya dibantu oleh dan pemuda /masyarakat sekitar. Wisatawan dapat mengakses edukasi pembuatan gula dan membeli produk-produk olahan gula. Selain itu, masyarakat Dusun Jligudan juga sudah ada upaya membuat kegiatan untuk menangkap wisatawan agar berkunjung ke dusun tersebut, kegiatan tersebut berupa Pasar Budaya yang dilaksanakan di pinggir sungai. Pasar ini khusus menjual makanan jaman dahulu seperti gethuk, clorot, jenang dan lain-lain, serta transaksinya dilakukan dengan menggunakan mata uang jaman dahulu (kepek) yang kemudian nantinya pada saat berakhirnya kegiatan pasar, pedagang dapat menukarkan kepek yang diperolehnya dengan uang (resmi) kepada panitia. Di dusun ini juga ada atraksi menangkap ikan secara tradisional dengan menggunakan jaring bambu. Kedua kegiatan tersebut dilaksanakan secara paralel dan terintegrasi. Namun karena sifatnya masih uji coba, maka kegiatan baru dilaksanakan sebulan sekali, yaitu setiap hari minggu di awal bulan. Ikan yang berhasil ditagkap biasanya dimasak di tempat menjadi olahan mangut ikan atau wader ikan.
3. Agroklenkeng di Dusun Kaliabon. Kehadiran agrowisata ini atas bantuan dan kerjasama dengan Kementerian Pertanian yang memberi bantuan bibit klengkeng untuk lahan seluas \pm 5 Ha. Lokasi Agrok wisata klengkeng ini di Dusun Kaliabon, sebelah utara Pasar Borobudur.
4. Budidaya Kambing Ettawa di Dusun Mahitan yang berlokasi di sebelah Barat Candi Borobudur. Usaha kambing Ettawa sudah dimulai sejak tahun 2015 namun pengolahan produk dari susu kambing etawanya baru dilakukan sejak tahun 2021. Usaha ini dimotori oleh Bapak Runyadi dan Ibu Rohmi.
5. Batik Borobudur berlokasi di Dusun Sabrangrowo. Usaha Rumah Batik ini berdiri sejak tahun 2017, yang pendiriannya dibantu oleh UNESCO. Kepemilikan dan pengelolaan usaha Rumah Batik Borobudur dilakukan oleh kelompok masyarakat yang anggotanya saat ini berjumlah 10 orang.

6. Agrowisata klengkeng di Dusun Gejagan. Selain di Dusun Kaliabon, agrowisata klengkeng juga ditawarkan oleh Dusun Gejagan. Agrowisata ini dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Graha Mandala dan mulai aktif sejak tahun 2015.

Pemerintah Desa beserta warga setempat sesungguhnya sudah melakukan beberapa upaya dalam meningkatkan kegiatan kepariwisataan di Desa Borobudur guna menggaet wisatawan dan meningkatkan lamanya tinggal di Kabupaten Magelang (di luar yang sudah dilaksanakan di enam dusun di atas), diantaranya:

- 1) Borobudur Banon Run 7K dimana event lomba lari sejauh 7 kilometer ini diselenggarakan untuk mengangkat potensi peninggalan Arca Ganesha Banon yang ditemukan di Dusun Jligudan, Desa Borobudur.
- 2) Borobudur *Car Free Night (BCFN)* agenda wisata ini dilaksanakan setiap malam minggu, Pengunjung dapat menikmati kuliner di sepanjang jalan menuju candi Borobudur. Selain kuliner, ada berbagai pementasan seni budaya, *fashion street* dan lain-lain.
- 3) Wisata Kuliner *Street Food* di sekitar Kawasan Candi Borobudur. Selain berwisata ke candi, di malam hari wisatawan juga dapat mencoba berbagai masakan khas daerah setempat dan juga makanan modern yang sudah dimodifikasi sesuai dengan cita rasa lidah masyarakat.

Edukasi tentang Pengembangan Desa Wisata

Tim PkM Universitas Tidar yang setelah memotret potensi, kondisi eksisting dan harapan dari pemerintah desa dan warga masyarakat tersebut kemudian melakukan edukasi dan pendampingan baik kepada 15 dusun yang belum terjun mengelola potensi dusunnya maupun kepada 6 dusun yang sudah menggeliat dan mengupayakan "menjual" potensi desanya untuk pariwisata dimulai dengan memperkenalkan konsep tentang:

- a. Pengertian potensi wisata
- b. Komponen yang menjadi daya tarik wisata
- c. Berbagai jenis desa wisata (4 jenis)
- d. Pengertian *Unique Selling Point (USP)* dan perlunya pengembangan Desa wisata harus memperhatikan USPnya
- e. Perbandingan Lama Tinggal (*Length of Stay/LoS*) Wisatawan di Kabupaten Magelang dibanding dengan di Kabupaten Sleman
- f. Perbandingan antara Produk Domestik Bruto (PDRB) sumbangan sektor pariwisata terhadap APBD di Kabupaten Magelang dibanding dengan Kabupaten Sleman.

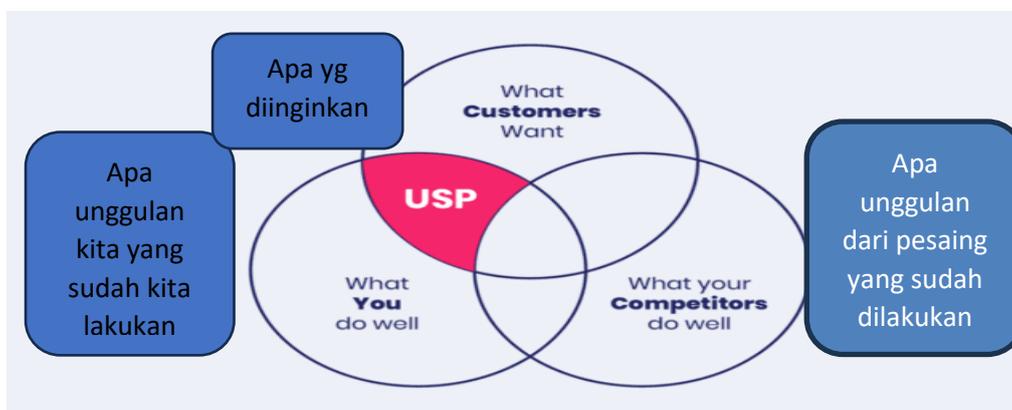
Sosialisasi dimulai dengan pengenalan pengertian potensi wisata yang merupakan segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata dan merupakan daya tarik agar orang mau datang berkunjung di tempat tersebut. Melalui pengenalan ini para (calon) pengelola desa wisata diminta untuk mulai memperkirakan dan mengidentifikasi potensi apa yang akan dikembangkan di dusunnya. Selanjutnya para (calon) pengelola juga diberitahu bahwa terdapat 4 komponen utama produk wisata jika suatu dusun akan dikembangkan menjadi suatu desa wisata: diantaranya adalah dusun harus mempunyai atraksi wisata yang akan dijual. Ini adalah merupakan komponen pembentuk desa wisata yang pertama dan utama artinya yang paling penting; selanjutnya adalah perlunya aksesibilitas untuk menuju ke lokasi tersebut. Melalui informasi ini para (calon) pengelola diajak memikirkan melalui rute mana wisatawan akan diarahkan ketika mereka ingin mengunjungi desa wisata yang akan dikembangkan. Selanjutnya para (calon) pengelola desa wisata diajak untuk memikirkan akomodasi jika wisatawan ingin berkunjung. Seandainya di dusun tidak tersedia akomodasi dimaksud, maka minimal pengurus desa wisata dapat memberi solusi tempat menginap terdekat atau tempat menginap yang sudah ada kerjasama dengan dusun/pengelola desa wisata, sehingga wisatawan merasa lebih aman dan nyaman.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Penyusunan *Unique Selling Point* (USP) di Desa Wisata Borobudur
Sumber: Sumber: Dokumentasi Tim PkM Universitas Tidar, 2023

Selanjutnya peserta pendampingan diajak untuk memahami tentang 4 konsep kategorisasi desa wisata sebagaimana yang dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), yaitu (1) Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam artinya yang menjadikan kondisi alam sebagai daya tarik utama wisatawan: seperti bentang lama, gunung, lembah, pantai, sungai dan lain sebagainya; (2) Desa Wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal yang artinya menjadikan keunikan adat tradisi dan kehidupan keseharian masyarakat menjadi daya tarikutama seperti aktivitas mata pencaharian, religi, maupun bentuk aktivitas lainnya; (3) Desa wisata kreatif artinya menjadikan keunikan aktivitas ekonomi kreatif dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal baik berupa kerajinanana,maupun aktivitas kesenian yang khas yang menjadi daya tarik utama; (4) Desa wisata berbasis kombinasi merupakan desa wisata yang mengkombinasikan anatar satu atau lebih daya tarik wisata yang dimiliki seperti alam, budaya, dan kraetif. Pada sesi ini peserta edukasi dan pendampingan diminta untuk memikirkan dusunnya akan dikembangkan dalam jenis desa wisata seperti apa. Hal tersebut tentunya bukan merupakan hal yang mudah dan dapat selesai dalam sekali pertemuan. Oleh karenanya (calon) pengurus diminta untuk dapat memikirkan dan membahasnya bersama para penggiat atau calon pengurus dan masyarakat di tingkat dusun, karena diperlukan identifikasi serta kesepakatan potensi mana yang akan diunggulkan sehingga pilihan kategorisasi jenis desa wisata disamping didasarkan pada kondisi geografi, demografi dan kodisi sosial warga juga didasarkan kesepakatan bersama.

Pada tahap ini, peserta diajak memahami arti *unique selling point* (USP). *Unique selling point* sering juga disebut sebagai *unique selling proposition* merupakan suatu pernyataan pemasaran yang menjadi pembeda suatu produk yang dihasilkan dengan produk pesaingnya.



Gambar 3. Konsep *Unique Selling Point* (USP)
(Sumber: Blythe, 2006)

Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tidar sesudah menjelaskan tentang pengertian dan gambaran USP kemudian Tim memberi tip kepada peserta edukasi tentang cara membuat *unique selling point* yang cepat. Ada 3 cara untuk membuat *USP*, yaitu:

1. Membuat daftar keunikan produk yang ditawarkan
2. Melakukan riset pasar
3. Membandingkan produk dengan produk yang kompetitor miliki

Tim PkM Universitas Tidar menyadari bahwa untuk mendorong atau membangkitkan semangat para peserta edukasi, maka para peserta perlu diberi gambaran tentang berbagai peluang yang mungkin diraih dari kegiatan kepariwisataan oleh suatu daerah. Tim kemudian memberi gambaran tentang bagaimana pariwisata di Kabupaten Sleman (tetangga sebelah Kabupaten Magelang) mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daerahnya dengan memperhatikan dan membandingkan beberapa indikator (capaian Kabupaten Magelang dibandingkan dengan capaian Kabupaten Sleman) berikut:

1. Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan Sumbangan dari Pariwisata Kabupaten Magelang



Gambar 4. Pendapatan Asli Daerah dan Kontribusi Sektor Pariwisata di Kabupaten Magelang

2. Tren Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PAD di Kabupaten Magelang



Gambar 5. Tren Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PAD di Kabupaten Magelang

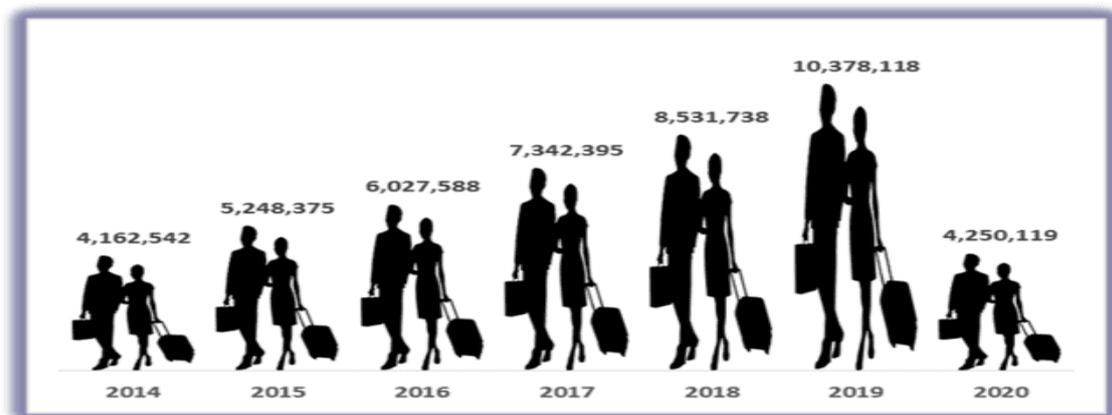
(Gambar 4 dan 5: Materi diambil dari bahan sosialisasi Tim PKM Universitas Tidar kepada Pemangku Kegiatan Kepariwisataan Desa Borobudur, 27 Agustus 2023)

Jumlah Kunjungan Wisata di Kabupaten Magelang Tahun 2019 sebanyak 5.063.027 dan pada tahun 2020 sebanyak 1.139.078 (Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga Kabupaten Magelang dan

Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Magelang). Sementara pada periode yang sama, Kabupaten Sleman yang berbatasan langsung di bagian selatan Kabupaten Magelang menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan sebagai berikut:

- a. Sleman pada tahun 2019 sudah mempunyai 53 desa wisata dalam berbagai kategori (rintisan, tumbuh, mandiri dan berkembang)
- b. Kunjungan wisatawan ke Sleman pada tahun 2019 sebanyak 10.378.118 kunjungan (Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, 2020). Pada tahun 2020 kunjungan wisatawan turun menjadi hanya sebesar 4.250.119 orang (59,05%) karena kebijakan *Physical distancing* guna menghindari penyebaran virus *Covid -19*.
- c. Kontribusi Sektor pariwisata memberi pada penerimaan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sleman melalui pajak hotel dan restoran serta retribusi obyek wisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah. Pada tahun 2019 pariwisata memberi sumbangan sebesar 24,42% pada PAD.

3. Tren jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Sleman tahun 2014-2020



Gambar 6. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Sleman Tahun 2014-2020

(Sumber: Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Dinas Pariwisata Sleman, 2021)

Dari data di atas nampak bahwa Kabupaten Sleman mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawannya tiap tahun. Pada saat sebelum pandemi Covid-19 menyerang, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sleman dua kali lebih banyak dari Kabupaten Magelang. Pada tahun 2019 kunjungan wisatawan di Kabupaten Magelang hanya 5.063.027 orang sementara di Kabupaten Sleman sudah mencapai 10.378.118 orang. Pada saat Covid-19 menyerang, kunjungan wisatawan ke Sleman jatuh hanya sejumlah 4.250.119 orang sementara jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Magelang hanya 1.139.078 atau sekitar 26,80% dari jumlah wisatawan Kabupaten Sleman.

4. Sumbangan Sektor Pariwisata terhadap PAD Kabupaten Sleman Tahun 2015-2020



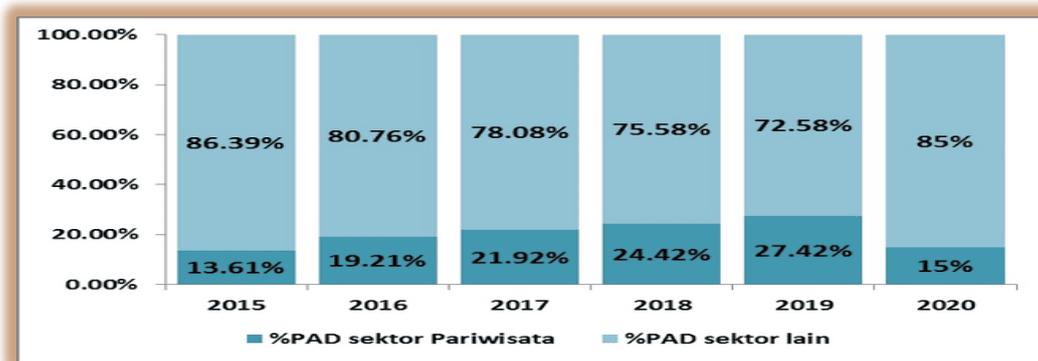
Gambar 7. Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PAD Kabupaten Sleman Tahun 2015-2020

(Sumber: Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Dinas Pariwisata Sleman, 2021)

Adapun jumlah sumbangan sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sleman adalah sebesar Rp104,985 Milyar pada tahun 2015 namun 4 tahun kemudian (pada tahun 2019) dapat meningkat 248% menjadi Rp260,993 Milyar, meskipun kemudian pada tahun 2020 sumbangan sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Sleman hanya sebesar Rp118,226 Milyar atau turun sebesar 54,7% dampak dari pandemi Covid yang menyebabkan geliat ekonomi di Kabupaten Sleman stagnan. Fenomena yang sama juga dialami daerah lain bahkan negara lain di dunia.

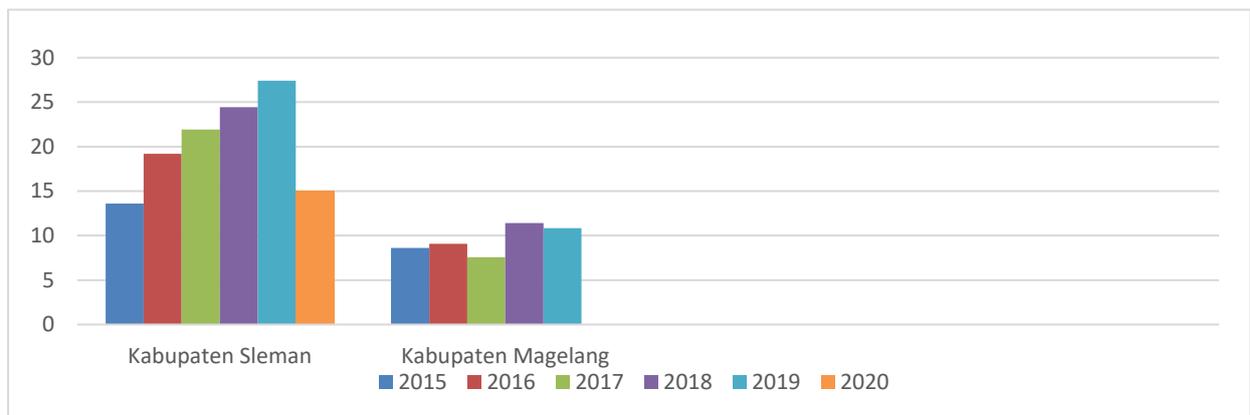
5. Proporsi Sumbangan Sektor Pariwisata terhadap PAD dibandingkan Sektor Lain

Gambar 8. Proporsi Sumbangan Sektor Pariwisata terhadap PAD dibandingkan Sektor Lain



(Sumber: Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Dinas Pariwisata Sleman, 2021)

Sementara itu dari berbagai data di atas jika diwujudkan dalam bagan seperti di bawah ini dapat lebih jelas terlihat prevalensi perbandingan sumbangan sektor pariwisata terhadap PAD antara Kabupaten Sleman dan Kabupaten Magelang pada tahun 2015-2020 adalah sebagai berikut:



Gambar 9. Prevalensi Perbandingan Sumbangan Sektor Pariwisata terhadap PAD antara Kabupaten Sleman dan Kabupaten Magelang Tahun 2015-2020

Sumber: Diolah Penulis, 2023

Tim PkM Universitas Tidar kemudian juga menunjukkan data perbandingan rata-rata lama tinggal wisatawan di Kabupaten Sleman dan di Kabupaten Magelang sebagai berikut:

1. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman (2021) rata-rata lama tinggal (*LoS*) wisatawan nusantara di Kabupaten Sleman adalah selama 1,50 hari, sedangkan rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara adalah selama 1,25 hari.
2. Selanjutnya Tim Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tidar kemudian menunjukkan data rata-rata lama menginap turis asing pada tahun 2021 di Kabupaten Magelang adalah 1,34 hari (dan pada tahun 2022: 2,42 hari) di hotel berbintang dan di hotel bukan berbintang tahun 2021 rata-rata 1,00 hari (dan pada tahun 2022 rata-rata 1,10 hari) sementara rata-rata lama menginap wisatawan nusantara di hotel berbintang tahun 2021 adalah 1,39 hari (dan pada tahun 2022 rata-rata 1,47 hari) sedangkan di hotel non bintang tahun 2021 rata-rata 1,08 hari (dan pada tahun 2022

rata-rata 1,05 hari) (Wawancara dengan Koordinator Pariwisata Disparpora Kabupaten Magelang, 31 Agustus 2023). Sehingga jika melihat berbagai data tersebut di atas dapat disimpulkan Kabupaten Magelang dan terutama Desa Borobudur sangat potensial untuk juga dapat menggaet turis lebih banyak dan lebih lama tinggal di Kabupaten Magelang, asalkan pengelolaan pariwisatanya dilakukan secara serius dan terintegrasi. Desa Borobudur memanfaatkan unsur *proximity* (kedekatan jarak) dapat menjadi penyangga (*buffer area*) destinasi wisata Candi Borobudur yaitu dengan menyediakan berbagai jasa untuk membantu kemudahan manuver serta kenyamanan wisatawan yang ingin mengunjungi Candi Borobudur dan sekitarnya dan atau menjual produk pendukung seperti berbagai souvenir atau kuliner khas setempat. Berbagai atraksi di desa wisata yang dikelola oleh dusun-dusun di Desa Borobudur dapat menjadi daya tarik alternatif atau pelengkap dari keberadaan Candi Borobudur dengan pemilihan atraksi unik yang berbasis pada potensi yang dimiliki desanya, atau kunjungan ke 21 dusun yang mengelola beragam desa wisata di Desa Borobudur tersebut dapat dapat diintegrasikan dalam satu tawaran paket wisata ke Candi Borobudur.

D. PENUTUP

Simpulan

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pemerintah Desa Borobudur dalam identifikasi serta pengembangan potensi lokal yang memiliki *Unique Selling Point* (USP). Hal ini dilakukan karena adanya branding yang sama di dua dusun di Desa Borobudur yang mengangkat wisata agro kelengkeng yaitu di Dusun Kaliabon dan Dusun Gejagan. Selain itu, 15 dusun yang belum tergali potensinya perlu menemukan ciri khas yang membedakannya dengan wisata lain. Kegiatan ini dapat menjadi modal untuk semakin mengembangkan Kampung Tematik yang dirintis oleh Pemerintah Desa Borobudur.

Saran

1. Para pengelola tempat wisata, penyedia akomodasi atau pihak pendukung kegiatan wisata di Desa Borobudur diharapkan dapat meningkatkan motivasi untuk dapat mengelola potensi serta aset yang dimilikinya secara profesional.
2. Dusun Gejagan dan Dusun Kaliabon masih menjual "produk wisata yang sama" berupa Agrowisata klengkeng. Ke depan diharapkan peran Kepala Desa Borobudur dapat menjadi mediator agar kedua dusun duduk mau bersama dan masing-masing dusun mau menambah atraksi/paket wisatanya sebagai pembeda agar kedua dusun tersebut tidak saling bersaing dengan produk yang sama serta lokasi yang berdekatan. Kedua dusun dapat menambah atraksi wisata tidak hanya agrowisata klengkeng namun dapat ditambah kegiatan lain, misalnya *glamping*, *village walk*, pengolahan klengkeng menjadi jus, sirup atau manisan klengkeng, kerajinan memanfaatkan biji klengkeng untuk sebagai keset, olahraga bagi syaraf kaki.
3. Lima belas (15) dusun di Desa Borobudur yang saat ini masih dalam proses penggalan untuk dapat menemukan serta menyepakati dengan masyarakat Desa Borobudur terkait potensi apa yang akan dikembangkan.
4. Sebagai desa yang secara alam diberkahi menjadi lintasan beberapa sungai maka Desa Borobudur memiliki keunggulan antara lain sumber air melimpah dan adanya pengetahuan dasar masyarakat dengan kemampuan turun-temurun untuk memelihara dan menangkap ikan (sungai). Sehingga rekreasi berbasis sungai yang dapat ditawarkan antara lain rekreasi sepeda sungai, kapal (jukung) kecil, arung jeram, kegiatan budi daya dan penangkapan serta pengolahan aneka makanan berbasis ikan serta pembuatan berbagai souvenir atau oleh-olehnya.
5. Pemerintah Desa Borobudur perlu mendorong berdirinya berbagai lembaga untuk mewadahi aktivitas usaha kepariwisataan warga sebagai tempat diskusi untuk berbagai masalah yang dihadapi maupun rencana-rencana pengembangan ke depan. Lembaga dimaksud misalnya: Forum Pengelola Desa Wisata Desa Borobudur antara lain untuk mencegah perang harga antar pengelola homestay dan pengelola tempat wisata di masing-masing dusun.

Demikian saran dan rekomendasi yang diberikan oleh Tim PkM Universitas Tidar dalam sosialisasi dalam penyusunan *Unique Selling Point* di Desa Borobudur. Tim PkM Universitas Tidar berharap dengan adanya sosialisasi/edukasi dan pendampingan yang telah dilakukan maka pengelola desa

wisata di di lingkungan Desa Borobudur menjadi bersemangat untuk menemukan potensi desanya, mengembangkan usaha kepariwisataannya berdasarkan potensi yang ada, serta dapat mengelola aset yang dimiliki secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan dan membuat wisatawan betah berkunjung yang pada akhirnya pendapatan yang diperoleh dari wisatawan dapat ikut membantu menyejahterakan masyarakat Desa Borobudur.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Blythe, J. (2006). *Essentials of Marketing Communications*. Pearson Education Limited:Essex (UK).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Magelang, 2022. Pariwisata diakses melalui <https://magelangkab.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html>, diunduh tanggal 15 Agustus 2023
- Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Disdukcapil) Kabupten Magelang. 2023. Data Agregat Kependudukan Kabupaten Magelang diakses melalui <https://disdukcapil.magelangkab.go.id/data-agregat-kependudukan-kabupaten-magelang-tahun-2023-semester-i/>, diunduh tanggal 15 Agustus 2023
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Magelang. 2021. Data Jumlah Penduduk Per Profesi Kab. Magelang Tahun 2021 diakses melalui <https://pusaka.magelangkab.go.id/penduduk/pekerjaan>, diunduh tanggal 15 Agustus 2023.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. 2021. Paparan RKPD Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.
- Google. Tanpa tahun. Peta Desa Borobudur diakses melalui <https://www.google.com/maps/@-7.6093056,110.2173203,13z?entry=ttu>, diunduh 10 Nopember 2023
- Laksono, Muhdany Yusuf , 'Mengintip 4 Gerbang Ikonik Kawasan Borobudur, Berupa Gajah hingga Perahu" dalam *kompas.com*, 24 Mei, 2022 diakses melalui <https://www.kompas.com/properti/read/2022/05/24/070000621/mengintip-4-gerbang-ikonik-kawasan-borobudur-berupa-gajah-hingga-perahu?page=all>, diunduh 10 Nopember 2023
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022, 5 Destinasi Super Prioritas <https://info5dsp.kememparekraf.go.id/> diunduh 10 November 2023
- Maysyaroh, Siti; N.Sumarjiyanto dan B. Maria (2022), Analisis Sumbangan Pendapatan Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Magelang, *Beranda Volume 9 No. 1* diunduh tanggal 25 Juli, 2023. DOI: <https://doi.org/10.31294/par.v9i1.11280>. P-ISSN: 2355-6587 dan E-ISSN: 2528-2220
- Pemerintah Desa Borobudur. 2022. Borobudur Banon Run 7K II 18 Desember 2022 diakses melalui https://desaborobudur.magelangkab.go.id/First/detail_artikel/borobudur-banon-run-7k-18-desember-2022
- Pemerintah Desa Borobudur. 2022. Borobudur Car Free Night diakses melalui https://desaborobudur.magelangkab.go.id/First/detail_artikel/borobudur-car-free-night-bcfn
- Pemerintah Desa Borobudur. 2022. Wisata Kuliner Night Street Food Kawasan Borobudur. Diakses melalui https://desaborobudur.magelangkab.go.id/First/detail_artikel/wisata-kuliner-night-street-food-kawasan-borobudur
- Purwaningsih, N., & Sunaningsih, S. N., 2021, Analisis Kontribusi Retribusi Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 471–478. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i3.892>, diunduh 15 Agustus 2023.