

PENDAMPINGAN IDENTIFIKASI *UNIQUE SELLING POINT* SEBAGAI STRATEGI DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DESA TEGAL BALONG, BIMOMARTANI, NGEMPLAK, SLEMAN

Fransisca Desiana Pranatasari¹, Maria Angela Diva², Ferrynela Purbo Laksono³

¹²³Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

email: fr.desiana@gmail.com

<https://doi.org/10.24071/aa.v5i1.3834>

diterima 5 November 2021; diterbitkan 19 April 2022

Abstrak

The issue of sustainable tourism development has now become a strategy that is widely applied in several countries. The sustainable aspect in question does not only look at the profit side but also the socio-cultural aspect. To be able to advance a tourist attraction, it is necessary to identify a Unique Selling Point (USP) so that it is more focused in every aspect of a sustainable tourism development strategy. Tegal Balong Village, Bimomartani, Ngemplak, Sleman is one of the villages in the Special Region of Yogyakarta which has extraordinary natural potential as a potential tourist attraction and other potentials. The problem faced by the village so far is the lack of a mechanism to determine the development of their tourism potential. The purpose of this service is to help Tegal Balong Village, Bimomartani, Ngemplak, Sleman find the identification of Unique Selling Point (USP) so that they are able to carry out their sustainable tourism development strategy. The implementation method is carried out by observation, field review, FGD, potential mapping, and proposed USP recommendations. As a result, there are several strengths and weaknesses of the village that should be addressed. Village potential is very abundant, especially natural potential, social entrepreneurship potential, cultural potential, and other potentials. USP recommendations can be used for the development of tourism packages and subsequent sustainable tourism development strategies.

Kata Kunci: *sustainable tourism, tourism, tourism potential, Unique Selling Point*

PENDAHULUAN

Salah satu ciri khas pengembangan pariwisata Indonesia terdapat pada eksplorasi alamnya dan pembangunan ekuitas sosialnya. Hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu kekuatan utama pengembangan destinasi wisata di Indonesia (Sofield, 2003). Dengan kemajuan pariwisata Indonesia, diyakini akan mendatangkan peningkatan standar kehidupan di masa yang akan datang (Sofield, 2003). Pemberdayaan masyarakat lokal dalam mengelola potensi wisata ini menjadi salah satu fokus utama *Community Based Tourism* (CBT) yang cocok diterapkan di Asia Tenggara khususnya Indonesia untuk bisa bersaing secara global (Postma et al, 2017). Pariwisata sampai saat ini masih menjadi salah satu prioritas utama Indonesia dalam mendongkrak pertumbuhan ekonominya, terutama perekonomian masyarakat desa. Melalui hal tersebut, pemerintah mengharapkan adanya kemandirian ekonomi yang berangkat dari level desa. Oleh karena itu, segala macam bentuk dukungan pengembangan destinasi wisata akan mendapatkan perhatian khusus bagi pemerintah (Satya, et al, 2015).

Dalam kaitannya dengan isu pengembangan pariwisata inilah, banyak sekali daerah di Indonesia yang masih bisa dikembangkan potensinya. Desa Tegal Balong, terletak di daerah Bimomartani,

Ngemplak, Sleman ini adalah salah satu desa yang memiliki begitu banyak potensi wisata. Masyarakat desa meyakini bahwa desa mereka memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan sebagai salah satu tempat wisata di masa yang akan datang. Hanya saja mereka belum memiliki pengetahuan yang komprehensif untuk melakukan pengembangan ini.

Secara geografis Desa Tegal Balong, terletak di daerah Bimomartani, Ngemplak, Sleman memiliki kondisi lingkungan yang asri dan sejuk. Beberapa makanan khas juga sudah mulai dikembangkan untuk menjadi komoditas perdagangan kuliner, mulai dari makanan daerah hingga kuliner khas yang enak berasal dari potensi tanaman lokal. Hanya saja potensi ini belum digarap secara maksimal karena keterbatasan masyarakat desa.

Identifikasi permasalahan yang muncul adalah setidaknya masyarakat Desa Tegal Balong, terletak di daerah Bimomartani, Ngemplak, Sleman ini memiliki keinginan kuat untuk menjadikan desa mereka menjadi desa wisata namun belum memiliki banyak pengetahuan kepariwisataan. Banyak sekali potensi baik potensi alam dan budaya, namun belum mampu mengidentifikasi keunikan desanya. Suasana desa yang mendukung, kolam renang Tuk Bulus yang belum terkelola dan banyaknya rumah yang dapat dijadikan homestay namun belum ada pengelolaan yang maksimal. Berikut ini adalah Gambar 1, Kolam Renang Pancuran Tuk Bulus



Gambar 1. Potensi Kolam Renang Pancuran Tuk Bulus

Lokasi desa yang tidak jauh dari pusat kota DIY ini menjadikan desa menjadi salah satu lokasi yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Hanya saja, masyarakat desa belum memiliki gambaran mengenai langkah apa yang harus dilakukan untuk menjadikan desa mereka sebagai destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan. Mereka masih bingung untuk memulai langkah dari mana. Padahal perangkat desa setempat cukup mendukung ide pengembangan desa menjadi destinasi wisata.

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk membantu Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman menemukan identifikasi *Unique Selling Point* (USP) mereka agar dapat fokus mengembangkan pariwisata berkelanjutan. Menurut Capsey (2010). Langkah pertama yang perlu dilakukan sebuah wilayah untuk mengembangkan kepariwisataannya adalah dengan melakukan identifikasi *Unique Selling Point* (USP) agar pengembangannya dapat dilakukan dengan tepat dan berbeda dengan wilayah lainnya. Maka solusi yang ditawarkan tim pegabdi adalah dengan memberikan rekomendasi USP karena dengan menjadi berbeda, destinasi pariwisata ini akan menjadi menonjol dan menarik dengan sendirinya untuk dikunjungi (Murdana, 2019). Dengan keunikannya, maka paket wisatapun dikelola dengan ekuitas yang kuat tanpa melakukan perang harga antar wilayah destinasi wisata (Ristiawan, 2017). Manfaat diadakannya pengabdian ini adalah adanya hasil identifikasi *Unique Selling Point* (USP) sebagai strategi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan, memberikan pemahaman kepada masyarakat setempat terkait pentingnya pengelolaan pariwisata berkelanjutan, memberikan usulan rekomendasi pemaketan wisata yang cocok dengan USP yang sudah dikembangkan.

METODE PELAKSANAAN

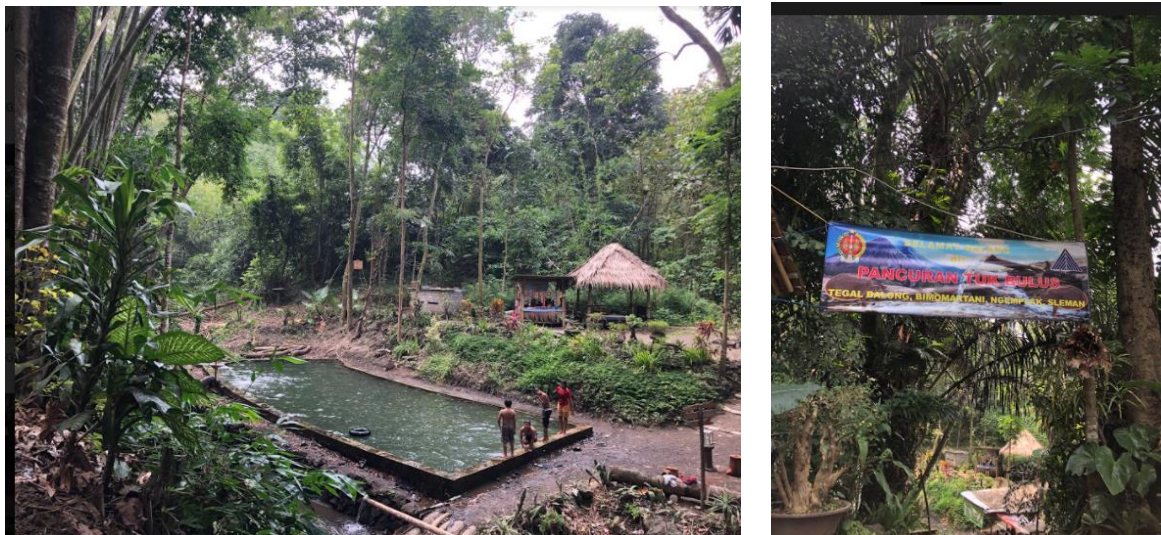
Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan oleh tim pengabdian dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma yang terdiri dari dosen, mahasiswa asisten dan juga mahasiswa yang sedang mengambil KKN. Pengabdian kali ini secara khusus dilakukan dengan sistem terintegrasi KKN yang bekerjasama dengan mitra. Keterlibatan mahasiswa dalam pengabdian ini mendukung proses identifikasi awal hingga proses pembuatan video pemasaran online terkait *Unique Selling Point* (USP).

Proses pelaksanaannya dilakukan pada tahun 2021 baik secara luring dan daring. Salah satu pokok utama pengabdian ini adalah ingin memecahkan permasalahan Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman dengan menemukan identifikasi *Unique Selling Point* (USP) sehingga ke depan masyarakat akan mampu mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat dengan sendirinya. Sasaran pengabdian kepada masyarakat ini adalah masyarakat Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman terkhusus adalah pengelola daya tarik wisata Pancuran Tuk Bulus.

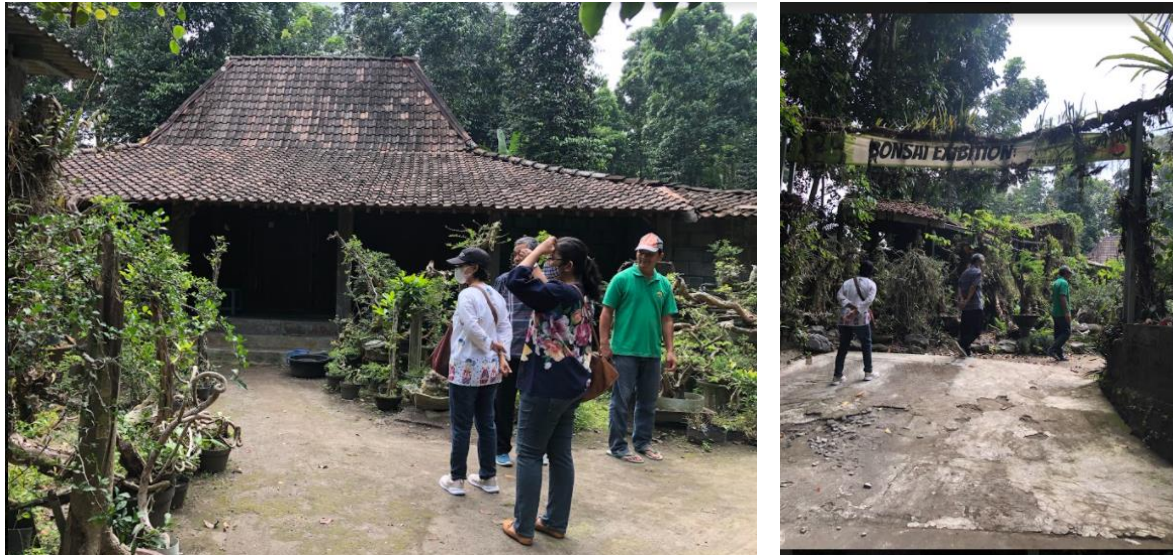
Tim pengabdian melakukan brainstorming dengan pengurus inti mengenai kondisi wisata Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman melalui wawancara mendalam dibantu mahasiswa asisten dan mahasiswa KKN. Pemetaan lokasi potensi wisata Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman dilakukan untuk mempermudah proses berikutnya mengenai analisis geospasial. Dengan bantuan mahasiswa KKN juga sudah melakukan penyelesaian transkrip wawancara dan pemetaan analisis geospasial wisata Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman. Proses penyebaran kuesioner kepada masyarakat desa dan pengurus. Proses penyelesaian pengembangan desa (pembenahan fasilitas) wisata Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian memulai rangkaian kegiatan pengabdian dengan melakukan kegiatan pre survey dilanjutkan dengan wawancara awal bersama pengelola termasuk Bapak RT 04 yang juga menjadi pengelola daya tarik wisata Pancuran Tuk Bulus. Selanjutnya tim pengabdian melakukan identifikasi potensi wisata dengan melakukan wawancara mendalam di lokasi secara langsung. Berikut ini adalah Gambar 2 dan 3, potensi alam pancuran Tuk Bulus dan fasilitas pendukungnya



Gambar 2. Potensi Alam Pancuran Tuk bulus beserta fasilitas yang ditawarkan



Gambar 3. Potensi Edukasi Tanaman Bonsai

Tim pengabdian mendapatkan setidaknya ada banyak potensi alam yang dapat dikembangkan sebagai wisata di Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman. Pancuran tuk Bulus, Gua yang memiliki cerita magis didalamnya, konservasi sungai di dekat Pancuran Tuk Bulus, pematang sawah dan masih banyak lagi. Hal ini terlihat pada Gambar 2. Pancuran Tuk Bulus ini memang sudah bisa dikunjungi wisatawan untuk menikmati daya tariknya. Namun masih minim fasilitas yang ditawarkan. Gambar 3 ini adalah lokasi pembudidayaan tanaman bonsai. Potensi inilah yang kemudian dapat dikembangkan sebagai wisata edukasi tanaman bonsai. Hal ini akan menjadi keunikan tersendiri bila dikemas dengan aktivitas warga masyarakat di dalamnya.

Beberapa rumah sudah akan dijadikan kandidat *homestay* bila desa ini akan dikembangkan secara berkelanjutan sebagai daya tarik wisata. Gambar 4 menampilkan salah satu Homestay yang sedang dipersiapkan pembangunannya. Lahan luas yang menjadi bagian lain dari *homestay* ini akan ditanam berbagai macam pisang dari seluruh wilayah di Indonesia sehingga akan dinamakan kebun pisang Nusantara. Hal inilah yang sangat dimungkinkan menjadi keunikan wisata pada Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman.



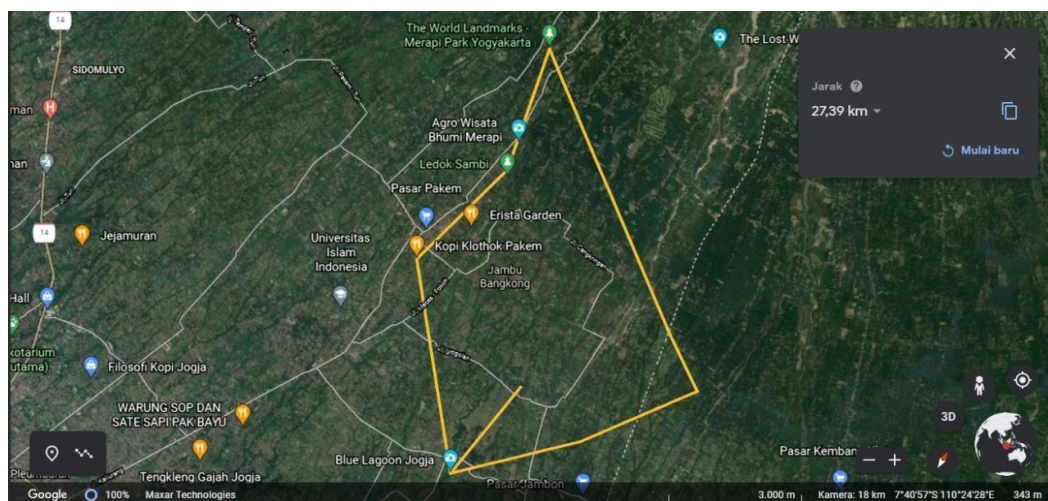
Gambar 4. Lokasi yang akan menjadi Homestay dan Kebun Pisang Nusantara

Proses setelah pre survey adalah proses pengisian kuesioner dan dilanjutkan dengan penyuluhan. Karena ditengah tahun 2021 terjadi PPKM di Indonesia maka tim melakukan FGD dan penyuluhan secara hybrid dengan luring dan daring. FGD Luring dilakukan di rumah salah satu Pengurus dengan protocol Kesehatan yang ketat. FGD Daring melalui media zoom untuk mengerucutkan kebutuhan Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman. Gambar 5 merupakan foto kegiatan FGD bersama pengelola wisata.



Gambar 5. FGD yang dilakukan dengan Pengelola Wisata

Hasil seluruh rangkaian pengabdian adalah dokumen geospasial seperti gambar 6 berikut ini yang menjelaskan mengenai gambaran lokasi Pancuran Tuk bulus yang berada pada Radius 27 KM antara lain The world Landmarks, Agro wisata Bhumi merapi, Ledok Sambi, Kopi Klothok dan Blue Lagoon. Objek wisata ini memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri disetiap tempatnya. Berikut ini Gambar 6 merupakan peta *Google Earth* yang mempresentasikan lokasi-lokasi wisata radius 27 Km dari Pancuran Tuk Bulus.



Gambar 6. Geospasial dalam radius 27km Pancuran tuk Bulus dibanding Daya Tarik Wisata lainnya.

Menghasilkan dokumen rumusan Unique Selling Point (USP)

Unique Selling Point (USP) merupakan keunikan yang akan kita jual kepada pasar sehingga menjadi daya tarik untuk wisatawan berkunjung ke destinasi wisata. Dalam mengidentifikasi USP, dimulai dengan melihat potensi yang ada pada Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman baik potensi kesenian, potensi budaya, potensi makanan khas, dan lain sebagainya. Hasilnya diramu dan dipilih yang mana merupakan kekhasan dan keunikan Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman untuk diangkat sebagai USP.

Kita dapat berangkat dari hal-hal yang sudah ada dan menjadi potensi Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman. Aktivitas masyarakat umumnya yang dapat dikatakan sebagai potensi setidaknya adalah sebagai berikut:

1. Nyadran yang secara rutin dilakukan pada setiap ruwah yang biasanya dilengkapi dengan semacam festival dengan kirab mengitari rumah warga.
2. Hadroh yang sudah ada komunitasnya
3. Tari-tarian seperti gambyong yang mulai dihidupkan lagi.
4. Klenengan yang menjadi aktivitas rutin di rumah penduduk dilengkapi dengan uyon-uyon (musik dan lagu jawa)
5. Kenduri rutin
6. Pentas tahunan setiap HUT RI dan ulang tahun desa
7. Bersih kali

Selain aktivitas harian dan rutin warga, terdapat pula potensi lain yang sangat mendukung dalam pengembangan wisata di Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman ini, seperti:

1. Kesadaran budaya sudah mulai tumbuh
2. Terdapat jogjlo besar yang rencana untuk homestay dan lahan kosongnya ditanami berbagai macam tanaman pisang sehingga disebut dengan kebun pisang Nusantara.
3. Potensi alam (gua, pancuran, belik) yang kemudian disebut dengan Pancuran Tuk Bulus
4. Berbagai macam pepohonan (mahoni, wadang, pepeng, pisang, nangka, rambutan)
5. Sudah tersedia lokasi pengembangan tanaman Bonsay
6. Mata pencaharian dominan adalah pegawai dan petani
7. Agama yang dominan adalah Islam dan Katolik
8. Ada cerita mistis yang dipercaya menjadi jalur Nyi Roro Kidul
9. Terdapat Batu-batu pembatas yang menjadi semacam pagar di setiap rumah yang dulu cukup tinggi
10. Sudah ada warung setiap hari di lokasi wisata

Dari potensi tersebut maka tim pengabdian memberikan rekomendasi dan usulan *Unique Selling Point* (USP) yaitu: “Wisata konservasi alam Pancoran Tuk Bulus dengan kekhasan magis yang dilengkapi pengembangan wisata edukasi tanaman pisang Nusantara dan tanaman Bonsay serta adat istiadat sebagai budaya lokal keseharian masyarakat pedesaan.” *Unique Selling Point* (USP) inilah yang kemudian dapat digunakan untuk membuat paket wisata hingga pemasaran online lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian dan memberikan hibah pengabdian kepada tim pengabdian. Terima kasih pula kepada Ketua Pusat Kuliah Kerja Nyata Universitas Sanata Dharma yang mendukung kegiatan pengabdian ini melalui partisipasi mahasiswa KKN sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar. Mitra pengelola daya tarik wisata Pancuran Tuk Bulus di Dusun Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman yang sangat kooperatif dalam serangkaian proses pengabdian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman memiliki potensi yang luar biasa yang dapat diolah untuk menjadi pariwisata berkelanjutan. Dengan menemukan USP, maka Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman dapat secara fokus mengembangkan desa mereka sehingga siap menerima wisatawan secara kontinyu agar kesejahteraan warga akan terangkat dan kemandirian desa akan terdukung.

Kegiatan ini dilaksanakan untuk menjawab keterbatasan warga desa dalam mengembangkan wilayah mereka sebagai salah satu destinasi wisata. Kenyataannya, memang potensi alam dan potensi lokal sudah tersedia, namun belum ada yang mengelola dengan baik sehingga masih terbengkalai. Masyarakat merasa belum tahu dan tidak mengerti mengenai proses pengembangan pariwisata desa mereka yang menarik dimata calon wisatawan. Perlu ada strategi pemasaran pariwisata yang tepat dalam mengembangkan Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman ini sebagai desa wisata. Oleh karena itu, melalui tim pengabdian ini telah membantu proses merumuskan *Unique Selling Point* (USP) sebagai Strategi Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan yaitu Wisata konservasi alam berupa Pancoran Tuk Bulus dengan kekhasan magis dilengkapi pengembangan wisata edukasi tanaman pisang Nusantara dan tanaman Bonsai serta adat istiadat yang menjadi ritual keseharian warga.

Saran

Pengamatan yang dilakukan ini mendapatkan beberapa hasil yang menyatakan kelemahan Desa Tegal Balong, Bimomartani, Ngemplak, Sleman terutama tentang kesiapan daya tarik wisata (atraksi, akses, fasilitas, layanan dll) yang masih terbilang rendah. Untuk itu perlu melakukan fokus utama pengembangan unit seling point sehingga ke depan akan lebih siap melakukan pemasaran .

DAFTAR REFERENSI

- Bernik, M., Indika, D. R., & Dewi, R. K. (2019). Standar penerapan wisata halal bagi pelaku industri pariwisata di Kota Bandung. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 3(1), 83-93.
- Capsey, M. (2010). What is our unique selling point?. *Journal of Paramedic Practice*, 2(6), 242-244.
- Mulasari, S. A., Ana, N. F., & Anggi, S. (2018). Upaya penanggulangan rentenir oleh kuliah kerja nyata Universitas Ahmad Dahlan di Nglegi, Patuk, Gunung Kidul. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 479-486.
- Murdana, I. M. (2019). Pendekatan unique point selling (ups) dlm reformulasi strategi pemasaran Pulau Gili Trawangan Pasca Gempa. *Ganec Swara*, 13(1), 181-187.
- Postma, A., Cavagnaro, E., & Spruyt, E. (2017). Sustainable tourism 2040. *Journal of Tourism Futures*.
- Ristiawan, R. R. A critical perspective of the unique selling point for sustainable tourism development: Pentingsari tourism village. *Gadjah Mada Journal of Tourism Studies*, 2(1), 45-53.
- Satya, A. P., Siddiq, F. R., & Pratama, R. A. (2015). Permainan edukasi pariwisata pulau Jawa berbasis android. *eProceedings of Applied Science*, 1(2).
- Sofield, T. H. (Ed.). (2003). *Empowerment for sustainable tourism development*. Emerald Group Publishing.