

## Desa Wisata Gerbang Utama Bantul: Inovasi Kegiatan Kepariwisataan dan UMKM untuk Kemandirian Ekonomi Masyarakat Kalurahan Trimurti

Fian Damasdino<sup>1</sup>, Fuadi Afif<sup>2</sup>, \*Sahlit Sugesti<sup>3</sup>, Anggita Dyah Putri Nuraeni<sup>4</sup>, Bulqis Purnama Dewi<sup>5</sup>, Nur Dina Camelia<sup>6</sup>, M. Ikhlusal Amal<sup>7</sup>, Anggi Puspa Baharezky<sup>8</sup>, Viya Riska Safitri<sup>9</sup>



<sup>1-10</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA, Yogyakarta, Indonesia, email: [sugestisahlit@gmail.com](mailto:sugestisahlit@gmail.com)

Informasi artikel	ABSTRAK
<p><b>Sejarah artikel</b></p> <p>Diterima : 28 Desember 2022</p> <p>Revisi : 1 Januari 2023</p> <p>Dipublikasikan : 15 Januari 2023</p> <p><b>Kata kunci:</b></p> <p>Kegiatan Kepariwisataan</p> <p>SDM</p> <p>UMKM</p>	<p>Minimnya kemampuan pengemasan produk pariwisata dan UMKM serta digital marketing membuat potensi kalurahan ini kurang kompetitif pemasarannya dibandingkan dengan kalurahan-kalurahan lain di wilayah Bantul dan DIY. Adapun bentuk program kegiatan yang telah diimplementasikan selama kegiatan pengabdian masyarakat di Kalurahan Trimurti meliputi: (1) Pembuatan storynomics pemanduan wisata untuk Desa Wisata (2) Bimbingan teknis guiding / pemanduan wisata untuk Desa Wisata (3) Pelatihan penyusunan dan perhitungan tarif harga paket wisata untuk Desa Wisata (4) Implementasi penggunaan teknologi digital untuk Desa Wisata dan Penjualan paket wisata (5) Pelatihan foto produk UMKM (6) Pelatihan fotografi dan konten digital produk UMKM (7) Pelatihan desain dan packaging produk UMKM (8) Pelatihan branding produk UMKM (9) Pelatihan pengelolaan media social untuk akun jualan produk UMKM (10) Pelatihan penjualan produk UMKM di marketplace (11) Pembuatan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran marketplace (12) Pengurusan legalitas usaha UMKM.</p>
<p><b>Keywords:</b></p> <p>Tourism Activities</p> <p>Human Resources</p> <p>SMEs</p>	<p><b>ABSTRACT</b></p> <p><b>Bantul Main Gate Tourism Village</b></p> <p>Tourism and SMEs product packaging skill that can be considered lacking, including digital marketing, has made the potentials of this village become less competitive in term of marketing compared to other districts in Bantul and DIY regions. The forms of activity programs that have been implemented during community service activities in Trimurti Village include: (1) Development of storynomics guiding tours for Tourism Villages (2) technical supervision for tourism village guiding (3) preparation and calculation Training for tour package price rates for tourism villages (4) Implementation of the use of digital technology for tourism villages and tour packages sales (5) SMEs product photo training (6) Photography and digital content training for SMEs products (7) SMEs product designing and packaging training (8) SMEs product branding training (9) Social media management training for SMEs products selling accounts (10) SMEs product selling on the marketplace training (11) QRIS implementation as a marketplace payment method (12) Managing the legality of SMEs businesses.</p>

### Pendahuluan

Yogyakarta adalah salah satu kota pariwisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, masing-masing daerah memiliki ciri khas tersendiri. Sleman dengan bentangan wisata alam pegunungan yang sangat indah, Wonosari memiliki pantai-pantai yang sangat eksotik, Yogyakarta kota dengan wisata



budaya Keraton yang masih di jaga kelestariannya hingga saat ini, Kulon Progo dengan wisata alam yang sangat memukau, dan Bantul memiliki wisata kuliner serta wisata alam yang menarik untuk dinikmati.

Bantul memiliki luas wilayah 506,8 km<sup>2</sup>, dengan 17 kecamatan dan dibagi menjadi 75 desa. Salah satu Kecamatan yang ada di Bantul adalah Srandakan. Srandakan terdiri dari dua Kalurahan yaitu Kalurahan Poncosari dan Kalurahan Trimurti. Kalurahan Trimurti berada di wilayah perbatasan antara Bantul dengan Kulon Progo. Wilayah ini sangat strategis karena wilayah ini merupakan gerbang utama dari Bandara Internasional Yogyakarta.

Ada banyak potensi yang bisa dikembangkan di Kalurahan Trimurti, baik dari sisi ekonomi kreatif, sosial, dan budaya. Potensi-potensi tersebut terbagi seperti wisata kuliner, desa wisata, wisata budaya, dan tempat penghasil souvenir. Trimurti juga memiliki dua desa wisata yang sudah memiliki nomor registrasi, yaitu Desa Wisata Bendo dan Desa Wisata Lopati. Dua desa wisata tersebut memiliki ciri atau khasnya masing-masing. Menurut Fandeli (dalam Masitah, 2019), desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan tersebut, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, struktur tata ruang desa serta potensi yang mampu di kembangkan sebagai daya tarik wisata, contoh: atraksi, kuliner, souvenir, penginapan dan kebutuhan wisata lainnya. Sedangkan menurut Purwanggono (2009) menyebutkan bahwa, didesa itu dapat terjadi kegiatan pariwisata karena adanya daya tarik kehidupan desa, dengan karakteristik yang ada didalamnya, termasuk masyarakat yang ada di desa itu. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa desa wisata adalah suatu desa yang memiliki ciri khas tersendiri dengan semua yang ada didalamnya. Desa wisata merupakan wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan

Jika dilihat berdasarkan kriterianya, sebuah desa disebut desa wisata ketika: a. Adanya potensi daya tarik wisata dalam hal ini terdiri dari daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya/sejarah, dan daya tarik wisata buatan/karya kreatif); b. Adanya komunitas masyarakat yang saling bekerjasama; c. Adanya potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata; d. Memiliki kelembagaan pengelolaan sebagai wadah bagi masyarakat untuk melaksanakan giat pariwisata; e. Adanya dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung aktivitas pariwisata; dan f. Adanya potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan. (Aryani et al., 2019).

Kini, Desa Wisata Bendo mulai melakukan pembangunan-pembangunan untuk memajukan dan mengoptimalkan desa wisata. Ada outbond yang bisa dijual dan menjadi daya tarik ketika mengunjungi Desa Wisata Bendo. Sedangkan Desa Wisata Lopati memiliki daya tarik seperti adanya kerajinan bambu. Selain ekonomi kreatif, ada banyak potensi wisata kuliner yang tersebar luas di Kalurahan Trimurti.

Wisata kuliner yang kini bisa dinikmati oleh wisatawan adalah seperti mie letheck, bahkan wisatawan bisa datang dan melihat langsung di pabrik bagaimana proses pembuatan mie letheck. Ada banyak penjual bakpia dan wingko, jika wisatawan beruntung maka akan bisa ikut melihat dan membuat produk-produk. Hingga minuman sehat tradisional, jamu, juga masih ada yang menjualnya di Kalurahan Trimurti. Dari sisi kebudayaan, Kalurahan Trimurti juga memiliki banyak kesenian. Data dari 2021 menunjukkan bahwa ada 53 kelompok kesenian yang tersebar di

19 padusunan. Selain itu, ada berbagai jenis permainan tradisional seperti layangan, egrang, gobag sodor, hingga delikan. Kini, berbagai kesenian yang sempat pudar kembali dihidupkan oleh para pelaku kesenian dan pariwisata. Seperti di Desa Wisata Bendo, kesenian tari reog kembali dihidupkan dengan banyaknya potensi pemuda yang bisa menari. Potensi-potensi yang ada di Trimurti saling melengkapi dan terus berkembang seiring dengan naiknya geliat pariwisata di Indonesia. Hal ini merupakan kegiatan positif yang harus didukung agar semakin banyak masyarakat yang sadar wisata dan bisa menyejahterakan kehidupannya melalui pariwisata.

Dibalik adanya potensi-potensi tersebut dan semangat para penggiat pariwisata serta Usah Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Definisi UMKM di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Pada pasal 1 disebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur

dalam Undang-Undang tersebut. Sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Kriteria UMKM di dalam Undang-Undang diatur dalam pasal 6 tentang nilai aset kekayaan bersih tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan penjualan tahunan. Sebagaimana kriteria nya sebagai berikut: 1) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut: a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). 2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Ada beberapa kendala atau permasalahan sehingga dalam mengembangkannya belum maksimal. Kendala tersebut antara lain: pengemasan paket wisata yang belum maksimal dalam perhitungan dan cara dalam menyampaikan sebuah cerita, cara pengemasan produk, pemasaran produk ke digital marketing belum optimal, serta pengambilan foto produk juga belum maksimal. Banyak dari pelaku UMKM juga belum memiliki Nomor Izin Berusaha (NIB), padahal dengan memiliki NIB para pelaku UMKM bisa mendapat banyak kemudahan salah satunya yaitu bisa mengurus Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) juga label halal. Kendala lain yaitu belum optimalnya Desa Wisata di Kalurahan Trimurti seperti fasilitas homestay di desa wisata yang belum berjalan dengan baik. Adanya desa wisata dengan memberdayakan masyarakat sekitar diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang ada, Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta bekerjasama dengan Pemerintahan Kalurahan Trimurti yang didukung dana hibah oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi hadir untuk membantu dengan memberikan pengabdian masyarakat di

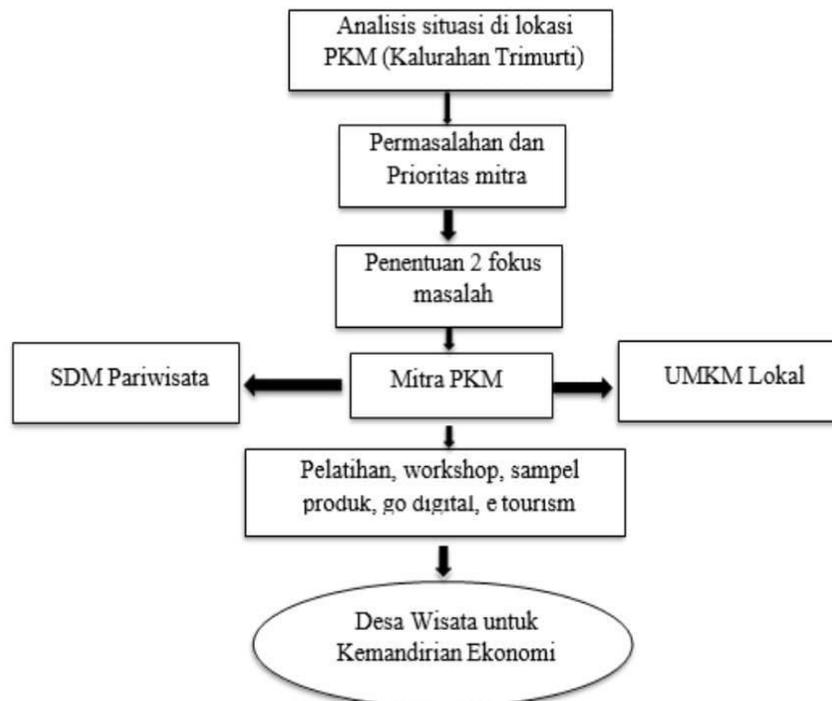
Kalurahan Trimurti. Bentuk dari pengabdian masyarakat yaitu mengadakan pelatihan dengan sasaran para pelaku pariwisata dan UMKM. Fokus dari pelatihan ini adalah untuk mengoptimalkan kegiatan kepariwisataan dan meningkatkan skill serta nilai jual berbagai produk UMKM di Kalurahan Trimurti.

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta telah membina Kalurahan Trimurti sejak 2020. Kedepannya, pemerintahan Kalurahan Trimurti dengan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta akan terus bersinergi untuk membangun pariwisata serta menjadikan Bantul sebagai gerbang utama pariwisata untuk meningkatkan kemandirian masyarakat.

## **Metode**

Metode pendekatan yang dilakukan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan model Participatory Action Research (PAR) dimana masyarakat terlibat secara aktif bersama-sama

mengkaji tindakan yang sedang berlangsung untuk mendorong terjadinya aksi- aksi yang transformatif (perubahan kondisi hidup yang lebih baik). Metode lain yang digunakan juga metode ceramah dimana cara penyampaian materi pelatihan dengan mengutamakan interaksi antara narasumber dengan peserta. Tahapan pelaksanaan kegiatan diturunkan ke beberapa langkah.



Gambar 1  
Alur Tahapan Kegiatan PKM  
Sumber: Analisi tim 2022

**Tahap persiapan**

Tahapan persiapan tim melakukan koordinasi dan perizinan dengan stakeholder terkait seperti Kalurahan Trimurti dan Panewu Kapanewon Srandakan. Dilanjutkan dengan analisis situasi pemetaan kelompok mitra, memfokuskan program pada permasalahan, pembahasan materi, lokasi, waktu pelaksanaan dan pendataan peserta pelatihan.

**Pelaksanaan Kegiatan**

Tahapan pelaksanaan kegiatan yaitu sosialisasi, implementasi program dan pendampingan program. Pelaksanaan kegiatan pada tahapan ini kegiatan dibagi menjadi 2 sesi. Pelatihan SDM pariwisata dilaksanakan pada tanggal 19 Desember 2022 diikuti 20 peserta dengan materi pelatihan dari pembuatan storynomic pemanduan desa wisata, bimbingan teknis guiding/pemanduan wisata untul Desa Wisata, pelatihan penyusunan dan perhitungan tarif harga wisata, dan implementasi penggunaan teknologi digital untuk desa wisata dan penjualan paket wisata di marketplace.

Sementara pelaksanaan pelatihan digitalisasi UMKM diikuti 20 peserta hari pertama dilaksanakan pada tanggal 20 Desember diisi dalam empat tema yang berbeda Pelatihan foto produk UMKM, Pelatihan Fotografi dan Konten Digital UMKM, Pelatihan Desain dan packaging produk UMKM, dan Pelatihan Branding Produk UMKM. Hari kedua dengan peserta yang sama dalam empat tema berbeda yaitu Pelatihan Pengelolaan media sosial untuk akun jualan produk UMKM, pelatihan penjualan produk UMKM di marketplace, pembuatan qris sebagai salah satu metode pembayaran, dan pengurusan legalitas UMKM.

### **Tahapan Akhir Kegiatan**

Pada tahapan akhir kegiatan, dilaksanakan evaluasi dan monitoring program yang terlaksana. Selain melakukan evaluasi dan monitoring untuk melihat sejauh mana hasil pelatihan dan pendampingan dilanjutkan dengan baik oleh peserta pelatihan, dan melakukan publikasi media cetak di koran rakyat (KR), Harian Jogja (Harjo), dan bernas. Untuk media media digital dipublikasikan di website dan youtube Kalurahan Trimurti.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Pelatihan Kepariwisataan**

Pelatihan kepariwisataan dengan tujuan untuk meningkatkan inovasi berbagai kegiatan pariwisata diikuti oleh 20 peserta selama 1 (satu) hari pada tanggal 19 Desember 2022. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di Kedai Nyawiji Desa Wisata Bendo. Ada beberapa tema pada pelatihan kepariwisataan, diantaranya: pembuatan storynomics, bimbingan teknis guiding, penyusunan dan penghitungan tarif harga wisata, serta implementasi penggunaan teknologi digital.

#### **Pelatihan Pembuatan Storynomics**

Pada pelatihan ini, Bapak Suhartana, S.E., dari Himpunan Pramuwisata Indonesia menjelaskan bagaimana caranya agar para pelaku wisata dapat membuat sebuah cerita yang menarik sebagai konten. Pembuatan cerita yang menarik dengan menghidupkan kebudayaan, mengedepankan narasi, membuat konten yang kreatif bertujuan untuk menarik minat wisatawan. Selain itu, ada kerangka yang perlu diperhatikan dalam membuat sebuah storynomics, yaitu: Menentukan tiga target audience, anrgsa cipta, bumbu dalam mengolah cerita, objek tujuan, tindakan, reaksi pertama.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Storynomics

#### **Pelatihan Pemanduan Wisata**

Setelah mengetahui bagaimana cara membuat storynomics, Bapak Suhartana S.E., memberikan pengetahuan mengenai pemanduan wisata. Materi yang diberikan yaitu mengenai pengetahuan, keterampilan dan etika, dalam melakukan pemanduan yang berkualitas, berdaya saing dan profesional. Pemanduan wisata dilakukan mulai sejak wisatawan datang, saat wisatawan di destinasi wisata, hingga wisatawan akan meninggalkan lokasi destinasi wisata. Pemandu memiliki tugas dari panduan awal, alokasi waktu, informasi mengenai destinasi wisata, sampai pergerakan para wisatawan. Pada pelatihan kali ini, para peserta diberikan kesempatan untuk praktik secara langsung bagaimana jika mereka menjadi pemandu dengan membawakan potensi yang ada pada desa masing-masing peserta.

#### **Pelatihan Penyusunan Dan Perhitungan Tarif Paket Wisata**

Sebuah paket wisata tentu harus memiliki susunan kegiatan dan perhitungan secara terperinci. Menghitung rincian biaya untuk paket wisata mencakup transportasi, hotel, akomodasi, serta fasilitas perjalanan yang tertera dalam paket. Penentuan tarif dan perhitungan harus dipahami, sekecil

apapun biaya yang dikeluarkan harus masuk dalam perhitungan tersebut. Hal ini disampaikan langsung oleh pemateri pelatihan sesi ke-3, Bapak Edwin Hendra Kusuma dari Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI).

Tidak hanya memberikan penjelasan secara teori saja, pada pelatihan ini para peserta diberi ruang untuk mencoba secara berkelompok bagaimana cara menentukan tarif harga dari sebuah paket berdasarkan wisata yang ada di Kalurahan Trimurti. Adanya pelatihan ini diharapkan para peserta mampu mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dan dapat menyusun paket wisata dengan baik dan benar.

### **Pelatihan Penggunaan Teknologi Digital Untuk Desa Wisata dan Penjualan Paket**

Pelatihan terakhir pada 19 Desember 2022 ditutup dengan pemateri Bapak Rudi Wijayanto dari Maldewatour. Penggunaan teknologi digital ada untuk memudahkan pekerjaan manusia. Saat ini pemasaran paket wisata sudah banyak dilakukan secara digital. Maka, adanya pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman sekaligus pengetahuan baru kepada para peserta mengenai pemasaran produk pariwisata melalui pemasaran daring. Penggunaan internet atau pemasaran daring akan membantu memperluas sekaligus meningkatkan fungsi dari pemasaran tradisional sebelumnya.



Gambar 3. Materi Pelatihan Implementasi Penggunaan Teknologi Digital untuk Desa Wisata dan Penjualan Paket Wisata

Pemasaran secara digital bermanfaat untuk menginformasikan mengenai potensi daerah, desa wisata, dan paket wisata yang di tawarkan melalui hard selling maupun soft selling.

### **Pelatihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Pelatihan Digitalisasi dan branding UMKM diikuti oleh 20 peserta dilaksanakan selama 2 hari pada tanggal 20-21 Desember 2022. Proses pelaksanaan pelatihan menggunakan metode ceramah dan dilanjutkan dengan praktik setiap peserta. Hari pertama pelatihan diisi dalam empat tema yaitu pelatihan foto produk UMKM, pelatihan fotografi dan konten digital UMKM, pelatihan desain dan packing produk UMKM, dan pelatihan branding produk UMKM. Sedangkan untuk hari kedua dengan peserta yang sama dalam empat tema yang berbeda yaitu pelatihan pengelolaan media sosial untuk akun jualan, pelatihan penjualan produk UMKM di marketplace, pembuatan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran di marketplace, dan pengurusan legalitas usaha UMKM.

### **Pelatihan Foto Produk UMKM**

Pada kegiatan pelatihan ini narasumber Hardiyan Azka S.Ak menyampaikan materi bagaimana teknik-teknik mengambil gambar atau foto dengan baik dan benar. Pelatihan foto produk ditujukan untuk melatih kemampuan dan memberikan pengetahuan bagi pelaku UMKM agar menambah nilai plus terhadap produk yang dijual. Mengingat bahwa saat ini mayoritas penjualan produk menggunakan sosial media, sehingga teknik pengambilan gambar yang bagus akan menarik konsumen dan mempengaruhi minat beli konsumen. Peserta diajarkan bagaimana menghasilkan foto yang menarik dengan memperhatikan beberapa hal seperti angle, model, rasio foto, pencahayaan, background, dan komposisi foto.

**Pelatihan fotografi dan konten digital UMKM**

Pelatihan fotografi dan konten digital UMKM disampaikan oleh narasumber yang sama Hardiyan Azka S. Ak, setelah melakukan pelatihan foto produk UMKM dilanjutkan dengan pelatihan fotografi dan konten digital UMKMK tujuannya agar peserta mampu membuat konten digital mengenai produk UMKM mereka untuk dipasarkan di sosial media. Peserta melakukan praktik fotografi dengan menggunakan produk UMKM yang sudah dibawa. Alat potret yang digunakan menggunakan kamera smartphone milik masing-masing peserta dengan difasilitasi lighting, backdrop dan peralatan pendukung lainnya oleh panitia.



Gambar 4. Narasumber memberikan arahan teknik pengambilan gambar

**Pelatihan Desain dan Packaging Produk UMKM**

Packaging merupakan kemasan atau wadah yang digunakan untuk membungkus produk yang berfungsi untuk melindungi dan sebagai identitas produk yang dijual. Pemilihan packaging tidak boleh sembarangan karena akan berpengaruh terhadap citra produk dan penilaian konsumen terhadap produk. Melalui pelatihan ini peserta diberikan arahan mengenai bagaimana mendesain dan mengemas produk dengan kemasan yang menarik dan informatif.



Gambar 5. Pelatihan desain dan packaging produk UMKM

**Pelatihan Branding Produk UMKM**

Branding bukan hanya sekedar logo dan tagline dari produk atau jasa yang kita jual, tetapi branding merupakan identitas atau ciri khas yang menjadi pembeda dari kompetitor. Dengan adanya pelatihan branding produk ini diharapkan peserta mampu memberikan branding terhadap produk UMKM yang dijual, sehingga dapat menjadi daya tarik dan promosi produk.



Gambar 6. Penyampaian materi branding produk UMKM

### **Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Untuk Akun Jualan Produk UMKM**

Media sosial saat ini menjadi sarana pemasaran produk, penggunaan media sosial sebagai akun jualan dinilai sangat efisien karena menghemat waktu dan tenaga. Pada pelatihan ini peserta diajarkan menggunakan aplikasi canva yang berfungsi untuk menunjang pembuatan konten digital, karena pada dasarnya konten di media sosial yang bagus mampu menarik perhatian konsumen terhadap produk yang kita jual. Salah satu media sosial yang sering digunakan yaitu instagram dan facebook.



Gambar 7. Contoh desain canva peserta pelatihan

### **Pelatihan Penjualan produk UMKM di Marketplace**

Marketplace merupakan suatu wadah yang disediakan oleh perusahaan penyedia yang digunakan para penjual agar dapat menjual barang maupun jasanya kepada pelanggan tanpa bertemu secara fisik atau secara online. Pada pelatihan ini peserta diberikan arahan untuk membuat akun instagram dan akun shopee seller yang merupakan sosial media yang memiliki wadah untuk memasarkan hingga menjual suatu produk.

### **Pembuatan QRIS Sebagai Salah Satu Metode Pembayaran Marketplace**

Quick Respon Code Indonesian (QRIS) merupakan standar kode QR Nasional untuk memafisilitasi pembayaran kode QR di Indonesia yang diluncurkan oleh Bank Indonesia. Prinsipnya QRIS ini berfungsi untuk mempermudah pembayaran dengan menghindari kontak fisik, sehingga pembayaran cukup dengan scan kode QR saja. Pada pelatihan QRIS yang diisi oleh Bank BPD DIY memberikan pemahaman akan fungsi dan manfaat penggunaan QRIS. Bagi peserta pelatihan UMKM dapat mendapatkan kode QR hanya dengan mendaftarkan diri menjadi nasabah Bank BPD dan akan langsung mendapatkan kode QR. Uang transaksi dari QRIS akan langsung masuk ke rekening penjual.

### **Pengurusan legalitasi usaha UMKM**

Pengurusan legalitas usaha diberikan kepada peserta pelatihan agar usaha yang dijual tercatat secara resmi. Pengurusan legalitas berfungsi agar brand yang dijual tidak dapat di tiru oleh orang lain. Salah satu pengurusan legalitas usaha melalui pembuatan NIB. Nomor Induk Badan (NIB) adalah identitas pelaku usaha dalam rangka pelaksanaan kegiatan berusaha sesuai bidang usahanya. NIB wajib dimiliki pelaku usaha yang ingin mengurus perizinan berusaha baik perseorangan maupun non perseorangan. Peserta pelatihan diberikan pelatihan proses pembuatan NIB yang diakses melalui website [www.oss.go.id](http://www.oss.go.id), peserta pelatihan mendapatkan NIB dengan cepat karena syarat dan proses pembuatannya secara realtime.



Gambar 10. Peserta Pelatihan mendapatkan NIB

### **Kesimpulan**

Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta telah selesai melaksanakan Pengabdian Masyarakat Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) skema Kegiatan Kemandirian Masyarakat (KKM) yang telah dimulai sejak tanggal 19 Desember sampai dengan 21 Desember 2022 di Kalurahan Trimurti, Srandakan, Bantul, DIY.

Kegiatan tersebut meliputi (1) Pembuatan storynomics pemanduan wisata untuk Desa Wisata (2) Bimbingan teknis guiding / pemanduan wisata untuk Desa Wisata (3) Pelatihan penyusunan dan perhitungan tarif harga paket wisata untuk Desa Wisata (4) Implementasi penggunaan teknologi digital untuk Desa Wisata dan Penjualan paket wisata (5) Pelatihan foto produk UMKM (6) Pelatihan fotografi dan konten digital produk UMKM (7) Pelatihan desain dan packaging produk UMKM (8) Pelatihan branding produk UMKM (9) Pelatihan pengelolaan media social untuk akun jualan produk UMKM (10) Pelatihan penjualan produk UMKM di marketplace (11) Pembuatan QRIS sebagai salah satu metode pembayaran marketplace (12) Pengurusan legalitas usaha UMKM

### **Ucapan Terima Kasih**

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu kegiatan Pengabdian Masyarakat Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) skema Kegiatan Kemandirian Masyarakat (KKM) telah berjalan dengan sukses tanpa kendala yang cukup berarti. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi – Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

**Referensi**

- Aryani, V., Rahadian, D., Axioma, A., Nasution, T., Yogantoro, D., Hutagalung, H. M., & Marbun, S. (2019). *Buku Pedoman Desa Wisata Kementerian Pariwisata*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Arieli, D., Friedman, V. J., & Agbaria, K. (2009). The Paradox Of Participation In Action Research. *Action research*, 7(3), 263-290.
- Asmoro, A. Y., Yusrizal, F., & Saputra, I. (2021). *Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Sekapuk: Sebuah Participatory Action Research*. *JPPM (Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 30-47.
- Bintoro dan Daryanto. 2017. *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan*. Cetakan 1. Yogyakarta: Gava Media
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dewi, M. H. U., Fandeli, C., dan Baiquni, M., 2013. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139.
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*.  
<https://doi.org/10.24843/jumpa.2019.v06.i01.p04>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020, June). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed (Vol. 9, No. 1)*.
- Masita, I. (2019). Pengembangan Desa Wisata Oleh Pemerintah Desa Babakan Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. *Jurnal UNIGAL*  
<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/2806>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Rahmat Abdul, Minarwati Mira. 2020. *Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Tanpa Kota: Aksara: *Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*
- Sidiq, A. J., & Resnawaty, R. (2017). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa Wisata Linggarjati Kuningan, Jawa Barat. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 38-44
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (PAR). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74-81