

PENGUATAN DAYA TARIK EDUKATIF LOKAMERTA MELALUI INOVASI LAYANAN DAN INFORMASI WISATA

Unia Luhbatirrofiah¹, Dina Sandrina¹, Andreas Valentino Obrient², Ivander Adrian Lie¹, Abdillah Toha Nur Sayoga³, Muhammad Irfan Afandy⁴, Sunarno¹, Solikhin¹, Ari Wibawa Budi Santosa⁵, Adnan Fauzi⁵

¹Fakultas Sains dan Matematika, Universitas Diponegoro

²Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro

³Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro

⁴Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Diponegoro

⁵Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, S. H. Tembalang, Semarang 50275

Email: unialuhbatirrofiah@gmail.com

Abstrak

Lokamerta, Desa Tirtomarto, Klaten memiliki potensi sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan edukasi, namun daya tariknya belum optimal karena kurangnya inovasi layanan dan informasi wisata. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya tarik edukatif Lokamerta melalui pengembangan paket layanan wisata yang terintegrasi dan berkelanjutan. Lingkup kegiatan yang dilakukan, meliputi penentuan harga dan susunan paket budaya-edukasi, pembuatan alat peraga sebagai pendukung paket edukasi, penyusunan hak konsumen sebagai pedoman pelayanan, serta pembuatan video promosi yang menampilkan proses rebranding Lokamerta dari kondisi awal sebelum renovasi hingga pasca revitalisasi. Metode pelaksanaan melibatkan survei lapangan, wawancara dengan pengelola, observasi fasilitas, studi literature, serta diskusi kelompok terarah untuk menyusun merancang paket dan strategi promosi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya paket layanan wisata yang lebih variatif, harga yang kompetitif, kelengkapan media edukasi, dan materi promosi yang mampu memperkuat citra Lokamerta sebagai destinasi wisata budaya dan edukasi.

Kata kunci: wisata edukasi, paket budaya, inovasi layanan

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek daya tarik wisata serta usaha-usaha di berbagai bidang melalui proses segmentasi pasar (Ilmawan dkk., 2023). Beberapa cara untuk menyusun segmen pasar antara lain berdasarkan demografis. Segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti usia konsumen (Feng, 2022), jenis kelamin, status pernikahan, pendapatan, dan pendidikan (Dassanayake, 2023). Faktor demografis ini merupakan dasar yang paling populer untuk membentuk kelompok konsumen (Hanggraito & Sanjiwani, 2020). Paket wisata (*package tour, inclusive tour*) diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau lebih tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual dengan harga tunggal yang mencakup seluruh komponen dari perjalanan wisata (Brahmanto, 2015).

Lokamerta merupakan salah satu objek wisata di Desa Tirtomarto, Cawas, Kabupaten Klaten, yang menyediakan beberapa layanan seperti *mini zoo*, kereta mini, dan pemancingan. Namun, layanan yang disediakan tergolong masih kurang sesuai dengan potensi dan minat konsumen. Situasi tersebut memerlukan pembaruan layanan dalam bentuk paket wisata eksklusif.

Perencanaan paket wisata menyangkut berbagai perhitungan, pertimbangan, dan perkiraan yang rumit (Tripathi & Kumar Singh, 2024). Pertimbangan dan perkiraan tersebut terkait dengan keunggulan dan fasilitas destinasi pariwisata, daya tarik wisata, aksesibilitas, transportasi, akomodasi, *event*, musim, serta kebijakan harga (Setiawan & Susilawati, 2025). Selain itu, diperlukan wawasan yang luas dan kemampuan menjalankan konsep manajemen operasional dalam penyusunan paket wisata agar pada saat pelaksanaannya berbagai kendala yang mungkin terjadi dapat dihindari (Rahmat Abdullah & Yunita Prihastuti, 2022). Paket layanan wisata bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan. Paket layanan dirangkai dari berbagai komponen wisata yang diperlukan dalam pencapaian tujuan perjalanan, yang dilengkapi dengan kunjungan ke objek wisata

Agar perjalanan wisata menjadi nyaman, aman, dan layak dijual, maka paket tersebut dikemas dalam suatu layanan wisata dengan harga yang telah mencakup biaya perjalanan dan fasilitas lainnya, sehingga memberikan kenyamanan bagi pembeli (Fiyan & Rachmadi, 2018). Dengan kata lain, paket wisata merupakan produk wisata berupa komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan serta kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata. Paket layanan wisata Lokamerta yang dirancang bersifat *ready-made tour*, di mana komponen-komponennya sudah ditetapkan dan tidak dapat diubah, serta dilaksanakan berdasarkan permintaan atau pemesanan (*by request*) dari wisatawan.

2. METODE PENGABDIAN

Penyusunan paket layanan wisata dilaksanakan pada bulan Juli hingga Agustus di lokasi wisata Lokamerta yang terletak di Desa Tirtomarto, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten. Proses penyusunan dilakukan dengan metode observasi dan studi literatur terkait paket wisata. Observasi meliputi pengamatan langsung, wawancara dengan masyarakat sekitar mengenai potensi budaya yang ada di Desa Tirtomarto, serta diskusi dengan POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) terkait hal-hal yang perlu dikembangkan di Lokamerta. Penyusunan paket layanan wisata mempertimbangkan beberapa hal, seperti sasaran dari setiap paket wisata yang dibagi ke dalam tiga segmentasi utama, yaitu paket untuk anak-anak, paket edukasi, dan paket budaya lokal.

Proses penyusunan paket layanan wisata di Lokamerta dilakukan dalam beberapa tahapan. Tahapan tersebut meliputi:

1. Identifikasi potensi wisata yang ada di Desa Tirtomarto, yang dilakukan melalui survei dan analisis potensi wisata, seperti fasilitas yang tersedia di Lokamerta maupun kegiatan yang dapat ditawarkan kepada pengunjung, baik dalam bidang budaya maupun edukasi. Data yang dianalisis diperoleh dari pengamatan langsung di Lokamerta, dokumentasi, serta informasi dari POKDARWIS, pemerintah Desa Tirtomarto, dan masyarakat setempat.
2. Perumusan konsep wisata untuk Lokamerta. Pada tahap ini disusun konsep wisata berdasarkan hasil identifikasi pada tahap sebelumnya. Konsep tersebut memuat beberapa hal seperti gambaran kegiatan yang dilakukan, durasi kegiatan, sasaran pengunjung, serta alat dan bahan yang digunakan untuk menunjang paket wisata.
3. Pembuatan rancangan paket wisata. Pada tahap ini dilakukan pembagian paket layanan wisata berdasarkan tiga segmentasi utama yang telah dirumuskan pada tahap sebelumnya, serta penentuan harga untuk tiap paket wisata dengan mempertimbangkan biaya tour guide dan fasilitas yang dibutuhkan untuk kegiatan.
4. Pembuatan fasilitas pendukung yang menunjang paket wisata, seperti alat peraga, banner harga paket, *leaflet*, dan poster untuk promosi, serta penyusunan hak konsumen terkait paket wisata yang ditawarkan.
5. Pembuatan video profil Lokamerta yang bertujuan untuk melakukan promosi sekaligus *rebranding* Lokamerta.
6. Penyerahan rincan paket, berupa *booklet* Mentor dan *Tour Guide* untuk keberlangsungan paket layanan wisata di Lokamerta.

Seluruh kegiatan dirancang untuk meningkatkan potensi wisata yang ada di Lokamerta dengan memanfaatkan potensi desa yang ada serta mengoptimalkan sumber daya alam dan manusia serta budaya lokal sebagai daya tarik utama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan kegiatan ini diawali dengan penentuan paket wisata yang disesuaikan dengan potensi masyarakat yang teridentifikasi melalui kegiatan sosialisasi, serta warisan budaya turun-temurun yang masih lestari di Desa Tirtomarto. Paket layanan wisata edukasi dan budaya yang dirumuskan mencakup berbagai kelas edukasi, antara lain pembuatan ecoenzyme, pembuatan spray anti nyamuk berbahan dasar alami, serta kelas pengolahan singkong seperti pembuatan tepung mocaf dan pembuatan plastik biodegradable. Pada paket edukasi, kelas-kelas tersebut dipadukan dengan akses ke *mini zoo* dan kereta sawah. Sementara itu, untuk paket budaya, tradisi lokal yang diangkat adalah Gejog Lesung, sebuah warisan budaya yang masih banyak dijumpai di Desa Tirtomarto, yang juga dilengkapi dengan akses *mini zoo* dan kereta sawah. Selain itu, terdapat pula paket khusus untuk anak-anak bernama LokaMini yang ditujukan bagi pengunjung usia TK hingga SD. Melalui LokaMini, anak-anak diajak belajar sekaligus bereksplorasi melalui berbagai fasilitas yang tersedia di Lokamerta, seperti edukasi mengenal hewan-hewan yang ada di *mini zoo*, edukasi perikanan sederhana yang dirancang secara menarik dan edukatif, bermain serta berkarya di ruang kreasi interaktif, dan diakhiri dengan hiburan kereta sawah.

Perumusan harga paket layanan wisata edukasi dan budaya Lokamerta didasarkan pada kebutuhan alat dan bahan untuk setiap kelas edukasi maupun budaya, biaya mentor, serta margin keuntungan pihak Lokamerta. Sistem penentuan harga dilakukan dengan segmentasi berdasarkan jumlah peserta, yang dibagi menjadi empat kategori: 1–5 orang, 6–10 orang, 11–15 orang, dan 16–20 orang. Segmentasi ini bertujuan memberikan variasi harga sekaligus mendorong kunjungan secara berkelompok. Adapun untuk paket LokaMini, segmentasi harga berbeda karena menyesuaikan karakteristik kunjungan anak-anak usia TK hingga SD yang umumnya datang secara rombongan, sehingga harga dibagi hanya menjadi dua kategori, yaitu 15–20 orang dan 21–30 orang. Daftar lengkap segmentasi harga dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Harga Paket

Nama Paket	Harga
Paket Fun:	
- Kereta	Rp15.000 per Orang
- <i>Mini zoo</i>	
Paket EcoFun:	
- Kereta	Rp35.000 per Orang (1-5 Orang)
- <i>Mini Zoo</i>	Rp25.000 per Orang (6-15 Orang)
- Kelas Pembuatan <i>Ecoenzyme</i> atau Spray Anti Nyamuk	Rp22.000 per Orang (16-20 Orang)
Paket CassaFun 1:	
- Kereta	Rp50.000 per Orang (1-5 Orang)
- <i>Mini Zoo</i>	Rp35.000 per Orang (6-15 Orang)
- Kelas Pembuatan Plastik <i>Biodegradable</i>	Rp25.000 per Orang (16-20 Orang)
Paket CassaFun 2:	
- Kereta	Rp40.000 per Orang (1-5 Orang)
- <i>Mini Zoo</i>	Rp30.000 per Orang (6-15 Orang)
- Kelas Pembuatan Tepung Mocaf	Rp25.000 per Orang (16-20 Orang)
Paket LokaBudaya:	
- Kereta	Rp40.000 per Orang (1-5 Orang)
- <i>Mini Zoo</i>	Rp30.000 per Orang (6-15 Orang)
- Gejog Lesung	Rp25.000 per Orang (16-20 Orang)

Paket LokaMini:

- | | |
|----------------|-----------------------------------|
| - Kereta | Rp200.000 per Orang (15-20 Orang) |
| - Mini Zoo | Rp300.000 per Orang (20-30 Orang) |
| - Edukasi | |
| - Ruang kreasi | |
-

Fasilitas pendukung paket layanan wisata utamanya adalah pada paket LokaMini, di mana untuk memberikan pembelajaran yang menarik dan inovatif, kelas dibuat lebih interaktif yang disertai dengan alat peraga. Alat peraga yang digunakan merupakan alat peraga beberapa jenis ikan air tawar dan siklus hidup ikan. Harapannya dengan menggunakan alat peraga ini, dapat menarik perhatian anak-anak sehingga lebih mudah dalam mencerna materi yang diberikan.



Gambar 1. Alat Peraga Siklus Hidup Hewan



Gambar 2. Alat Peraga Ikan Air Tawar

Kegiatan promosi dilakukan untuk *rebranding* paket layanan wisata budaya dan edukasi Lokamerta kepada masyarakat dan wisatawan. Media promosi yang dibuat, meliputi *banner*, *leaflet*, dan poster yang masing-masing memiliki fungsi dan target audiens berbeda. *Banner* dirancang untuk dipasang di lokasi strategis, seperti loket pintu masuk. Desainnya menggunakan warna cerah yang merepresentasikan identitas Lokamerta, disertai logo Lokamerta, daftar paket wisata, dan harga. Ukuran *banner* dibuat besar agar mudah dibaca dari jarak jauh. *Leaflet* berfungsi sebagai media informasi yang lebih detail. Isinya mencakup deskripsi setiap paket wisata fasilitas, harga, dan kontak pemesanan. *Leaflet* diletakkan di loket dan mading agar mudah diambil atau dibaca langsung sehingga sehingga memicu rasa penasaran bagi pengunjung. Desainnya dibuat ringkas, penuh warna, dan dilengkapi kata-kata yang menarik, sehingga pengunjung yang melihatnya terdorong untuk mencari tahu lebih lanjut dan mencoba pengalaman wisata yang ditawarkan. Media promosi selanjutnya berupa Poster yang dirancang dalam format digital agar dapat dimasukkan ke dalam *website* reservasi *e-ticketing* dan *website* desa. Desain dibuat dengan resolusi tinggi dan komposisi visual yang jelas sehingga tetap terbaca dan menarik ketika diakses melalui perangkat komputer maupun ponsel. Konten poster memuat informasi singkat tentang paket wisata, harga, dan kontak pemesanan.



Gambar 3. Desain Banner Paket Wisata



Gambar 4. Desain Leaflet Tampak Depan

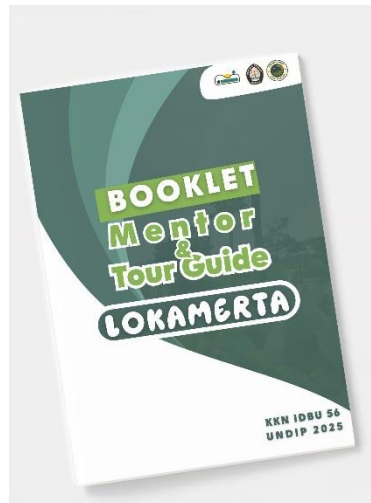


Gambar 5. Desain Leaflet Tampak Belakang



Gambar 6. Desain Poster

Selain media promosi, dibuat pula buku mentor dan tour guide sebagai panduan resmi bagi mentor kelas edukasi dan budaya serta bagi pemandu paket LokaMini. Buku ini berisi tata cara menjadi mentor, panduan khusus kelas edukasi dan budaya, tata cara menjadi *tour guide* LokaMini, panduan khusus tour guide LokaMini, serta transparansi dana dan operasional tiap paket. Penyusunannya dilakukan melalui pengumpulan materi dari setiap kelas dan observasi langsung terhadap kegiatan wisata. Desain buku dibuat menarik dengan perpaduan teks informatif, foto, serta tips penyampaian materi, dilengkapi alur kegiatan, estimasi waktu, dan materi edukasi yang harus disampaikan. Pembuatan buku ini bertujuan menjaga konsistensi penyampaian informasi dan meningkatkan kualitas layanan wisata (Gambar 5).



Gambar 7. Buku Pedoman Mentor dan *Tour Guide*

Sebagai bentuk edukasi kepada pengelola Lokamerta, dibuat poster mengenai hak-hak konsumen terkait paket layanan wisata. Poster ini berisi informasi singkat mengenai pengertian hak konsumen dan enam poin hak yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang dipasang di area strategis seperti papan mading agar dapat dilihat oleh pengelola maupun pengunjung (Gambar 6).



Gambar 8. Desain Poster Hak-Hak Konsumen

Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan, dilakukan prosesi penyerahan hasil kepada pihak pengelola Lokamerta dan perangkat desa setempat. Penyerahan ini meliputi alat peraga edukasi, media promosi berupa banner, leaflet, poster digital paket wisata, buku mentor dan tour guide, serta poster hak-hak konsumen. Selain itu, diserahkan pula video profil Lokamerta yang telah disusun untuk mendukung promosi dan pengenalan destinasi wisata ini kepada masyarakat luas. Dokumentasi prosesi penyerahan hasil kegiatan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 9. Penyerahan Media Promosi

Terakhir, disusun video profil Lokamerta yang berfungsi sebagai dokumenter perjalanan Lokamerta sejak proses perancangan, pembangunan, hingga operasional. Video ini diharapkan membuat masyarakat mengenal Lokamerta bukan sekadar sebagai destinasi wisata, melainkan sebagai entitas yang dijaga, dikembangkan, dan dirawat oleh masyarakat Desa Tirtomarto. Dalam video juga diceritakan bagaimana ide Lokamerta diinisiasi oleh perangkat desa, serta tantangan yang dihadapi, termasuk bencana yang pernah melanda hingga menyebabkan Lokamerta sepi bahkan sempat tutup.

Dengan selesainya rangkaian kegiatan mulai dari perumusan paket wisata, penentuan harga, pembuatan media promosi, penyusunan buku panduan, penyediaan materi edukasi hak-hak konsumen, hingga pembuatan video profil Lokamerta, seluruh elemen yang telah dirancang diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan wisata edukasi dan budaya Desa Tirtomarto secara berkelanjutan. Implementasi kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga memperkuat partisipasi masyarakat dalam pelestarian potensi lokal.

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada perancangan dan penyerahan inovasi berbentuk paket layanan wisata untuk memperkuat daya tarik Lokamerta, Desa Tirtomarto, sebagai destinasi wisata budaya dan edukasi. Kami berhasil menyusun paket wisata baru yang lebih variative, seperti paket edukasi (pembuatan *ecoenzyme*, *spray* anti nyamuk, tepung mocaf, dan plastik *biodegradable*), paket budaya (gejog lesung), serta paket khusus anak-anak (LokaMini) yang dilengkapi dengan aset Lokamerta, seperti *mini zoo* dan kereta. Paket-paket ini dilengkapi dengan penentuan harga yang kompetitif dan disesuaikan Berdasarkan jumlah peserta.

Selain itu, program ini juga menghasilkan beberapa luaran penting yang diserahkan kepada pengelola Lokamerta, di antaranya 1) Materi dan alat peraga edukasi, 2) Desain media promosi, 3) Buku panduan, 4) Poster edukasi hak konsumen, dan 4) video profil *rebranding* Lokamerta.

Kegiatan ini berhasil memberikan kerangka kerja dan materi yang lengkap bagi pengelola Lokamerta. Dengan memanfaatkan potensi budaya dan sumber daya local, materi yang telah dirancang ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi Lokamerta untuk berkembang menjadi destinasi wisata yang lebih terorganisir dan berdaya saing di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada pihak Desa Tirtomarto, pengelola Lokamerta, Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), Ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), dan masyarakat setempat yang mendukung pelaksanaan program penyusunan paket layanan wisata Lokamerta.

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmanto, E. (2015). Magnet Paket Wisata Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Asing Berkunjung Ke Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 13(2).
- Fiyan, M. A., & Rachmadi, H. (2018). Pengemasan Paket Wisata Dengan Memanfaatkan Potensi Destinasi Wisata Alternatif Di Kawasan Pantai Pardassanayake, D. M. C. (2023). Demographic Segmentation In The Travel Market: A Chaid Analysis Of Traveler Profiles And Trip Attributes Among Indian Prospective Visitors. *Journal Of Management Matters*, 10(2), 37–50.
<https://doi.org/10.4038/Jmm.V10i2.54>
- Feng, J. (2022). Market Segmentation In Tourism And Hotel Industry. *Proceedings Of The 2022 7th International Conference On Financial Innovation And Economic Development (Icfied 2022)*, 648(Icfied), 2241–2245. <https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.220307.368>
- Setiawan, R., & Susilawati, W. (2025). Revisit Intention Through The Development Of Tourism Components And Tourist Satisfaction At Hot Spring Tourism Destinations. *Khazanah Sosial*, 7(1), 16–31. <https://doi.org/10.15575/Ks.V7i1.38996>
- Tripathi, D., & Kumar Singh, P. (2024). Impact Of Tourist Experiences In Tour Packages On Intention To Repeat. *International Journal Of Innovative Science And Research Technology (Ijsirt)*, 1700–1710. <https://doi.org/10.38124/Ijsirt/Ijsirt24jul324>
- Angtritis. *Jurnal Media Wisata*, 16(1).
- Hanggraito, A. A., & Sanjiwani, N. M. G. (2020). Tren Segmentasi Pasar Dan Perilaku Wisatawan Taman Bunga Amaryllis Di Era 4.0. *Journal Of Tourism And Creativity*, 4(1), 43.
<https://doi.org/10.19184/Jtc.V4i1.14476>
- Ilmawan, K. F., Baiquni, M., & Widyaningsih, Y. A. (2023). Pengembangan Paket Wisata Berdasarkan Segmentasi Psikografis Wisatawan Pendaki Gunung Indonesia Di Kawasan Konservasi Annapurna, Nepal. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 13(1).
- Mbulu, Y. P., Rossi, F. N., Salsabila, A. D., & Bhilhaq, M. S. (2024). Perancangan Paket Wisata Di Desa Hambalang Kabupaten Bogor Berbasis Wisata Sport Tourism, Alam, Dan Religi. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 29(1), 89. <https://doi.org/10.30647/Jip.V29i1.1646>
- Rahmat Abdullah, & Yunita Prihastuti. (2022). Penerapan Manajemen Operasional Paket Wisata Tailor Made Tour Di Pt. Tunas Indonesia Tours And Travel Yogyakarta. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 77–96. <https://doi.org/10.36594/Jtec/85q06m80>