

**PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA SITUS MANIK MOYO  
GEDANGSARI, GUNUNGKIDUL**

**Sigit Purnomo<sup>1\*</sup>, Muh Aga Sekamdo<sup>3</sup>, Dianna Ratnawati<sup>2</sup>, Setuju<sup>1</sup>, Samsul Hadi<sup>1</sup>,  
Adhan Efendi<sup>4</sup>**

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta<sup>1</sup>

Universitas Negeri Malang<sup>2</sup>

STIA Madani<sup>3</sup>

National Chin-Yi University of Technology<sup>4</sup>

\*Correspondence E-mail: [sigitpurnomo@ustjogja.ac.id](mailto:sigitpurnomo@ustjogja.ac.id)

**Kata Kunci:**

Situs Manik  
Moyo,  
Pendapatan Asli  
Desa,  
Wisata,  
Pengabdian.

**Abstrak**

Tujuan pengabdian ini untuk mengembangkan potensi wisata situs manik moyo di wilayah kapanewon Gedangsari, kabupaten Gunungkidul. Potensi wisata disana adalah potensi alam yang menarik, potensi sosial dan budaya yang unik. Obyek Wisata Situs Manik Moyo memiliki potensi agrowisata (kebun buah jambu), wisata budaya (candi manik moyo), wisata *adventure* (petualangan), *Camping ground* dan spot-spot foto. Pendapatan dari obyek wisata menjadi Pendapatan Asli Desa (PAD) Kalurahan Serut untuk pembangunan manusia dan fisik di masyarakat. Peningkatan jumlah kunjungan. Proses pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, *Forum Group Discussion* (FGD), dan studi pustaka. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan tahapan reduksi dan penyajian data serta penarikan kesimpulan. Uji Validitas dan reliabilitas dilakukan melalui proses triangulasi. Informan dalam penelitian ini adalah pemerintah, masyarakat, dan pengembang pariwisata yang berjumlah 8 orang. Terdapat tiga prinsip pokok keorganisasian yaitu keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka, pengelolaan dilakukan secara demokratis, dan kemandirian. Seluruh aktifitas pengembangan daya tarik wisata manik moyo untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan pendapatan masyarakat. Kriteria obyek wisata yang baik meliputi daya tarik, aksesibilitas, fasilitas umum dan fasilitas wisata, pemberdayaan masyarakat, dan pemasaran atau promosi. Semua aktivitas pengembangan daya tarik wisata situs manik moyo mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan meningkatkan pendapatan asli desa.

**Keywords:**

Manik Moyo  
Site,  
Village Original  
Income,  
Tour,  
Devotion.

**Abstract**

*The aim of this service is to develop the tourism potential of the Manik Moyo site in the Kapanewon Gedangsari area, Gunungkidul district. The tourism potential there is interesting natural potential, unique social and cultural potential. The Situs Manik Moyo tourist attraction has the potential for agrotourism (guava fruit gardens), cultural tourism (manic moyo temple), tourismadventure (adventure), Camping ground and photo spots. Income from tourist attractions becomes Serut Village Original Village Income for human and physical development in the community. Increased number of visits. The data collection process used is interviews, observation, Forum Group Discussion (FGD), and literature study. The data analysis technique in this research is descriptive with stages of data reduction and presentation as well as drawing conclusions. Validity and reliability tests were carried out through*



---

*a triangulation process. The informants in this research were the government, community, and tourism developers, totaling 8 people. There are three main organizational principles, namely membership is voluntary and open, management is carried out democratically, and independence. All activities to develop the Manik Moyo tourist attraction are to increase the number of tourists and community income. The criteria for a good tourist attraction include attractiveness, accessibility, public facilities and tourist facilities, community empowerment, and marketing or promotion. All activities to develop the tourist attraction of the Manik Moyo site can increase tourist visits and increase the village's original income.*

---

*Article submitted: 2024-05-21. Revision uploaded: 2024-05-28. Final acceptance: 2024-05-28.*

---

## PENDAHULUAN

Salah satu desa potensial di kabupaten Gunungkidul DIY adalah Serut yang pernah hits di era 80-90an sebagai tempat tujuan hiking. Aksesibilitas menuju Rejosari, Serut sangat mudah ditempuh, (1-2 jam dari kota Yogyakarta) dapat dilalui roda 2 dan roda 4. Mayoritas penduduk berprofesi sebagai buruh. Potensi alam yang ada meliputi : pemandangan asri, suhu udara sejuk 27-34°C, pemandangan dikelilingi pohon cemara, dan pohon jambu, memiliki 2 puncak (puncak cemara dan puncak pertapaan candi manikmaya), view puncak dapat melihat pemandangan yang luas memanjang dari dua gunung merapi dan gunung merbabu, hamparan sawah dan rowo jombor klaten. Kondisi saat ini wisata Rejosari, Serut dikelola oleh Petani dan fasilitas yang sudah ada meliputi agrowisata jambu, wisata *extreme trail, jeep, downhill outbond, track motor cross*, wisata religi pertapaan canti manikmoyo dan spot selfi gardu pandang, awan berkabut sunset. Kondisi wisata di wilayah Gedangsari, Gunungkidul melihat potensi yang ada sangat memungkinkan untuk dikembangkan. Tercatat dalam Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pelajar di tingkat Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA) di Indonesia sebanyak 39,2 juta [1] [2]. Dengan pergerakan jumlah pelajar ini dapat dibayangkan banyak peluang mata pencaharian alternatif yang tercipta di Gunung Jambu.

Gunung Jambu pada era 80-90an pernah dijadikan tempat tujuan Hiking. Dari puncak bukit ini pengunjung dapat menikmati pemandangan hamparan persawahan di sisi utara dan hamparan perbukitan serta gunung batu di sebelah selatan. Dari sisi timur pengunjung juga dapat memandang hamparan perbukitan dengan diselingi kelokan teras siring persawahan dan di pagi hari pengunjung akan disambut oleh matahari terbit. Di sisi barat terdapat terdapat hamparan perbukitan yang lebih tinggi dengan tingkat kemiringan yang besar, sehingga gunung dan bukit tampak menjulang di atas hamparan persawahan. Saat ini Situs Manik Moyo mulai dikelola oleh Pokdarwis warga sekitar dan mulai membangun fasilitas yang dibutuhkan wisatawan. Saat ini sudah dibangun track offroad mobil dan sepeda motor, *selfie spot, outbond*, argo wisata dan sebagainya sebagai sarana wisata [3] [4]. Meskipun sudah mulai dikembangkan fasilitasnya, masih banyak beberapa hal yang perlu dibenahi. Begitu pula "partisipasi masyarakat" mempengaruhi upaya-upaya meminimalkan lenyapnya budaya setempat. Dengan demikian dari kelima ciri-ciri Desa Wisata yang diinginkan, faktor-faktor yang perlu dicermati lebih jauh adalah: (1) Partisipasi masyarakat; (2) Keterlibatan pemerintah.

Terdapat dua konsep yang utama dalam komponen desa wisata: (1) Akomodasi: sebagian dari tempat tinggal para penduduk setempat dan atau unitunit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk; (2) Atraksi seluruh kehidupan keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti: kursus tari, bahasa dan lain-lain yang spesifik [5], [6]. Pemahaman tentang desa wisata cukup beragam antara lain mengatakan adalah suatu bentuk lingkungan permukiman

yang memiliki ciri khusus baik alam maupun budaya yang sesuai dengan tuntutan wisatawan dimana mereka dapat menikmati, mengenal, menghayati dan mempelajari kekhasan desa beserta segala daya tariknya.



Gambar 1. Obyek Wisata Manik Moyo Gedangsari, Gunungkidul

Wisatawan yang datang ke desa wisata itu akan dapat menikmati alam perdesaan yang masih 192 bersih dan merasakan hidup disuasana desa dengan sejumlah adat istiadatnya. Wisatawan tinggal bersama penduduk, tidur dikamar yang sederhana tapi bersih dan sehat, makanan tradisional merupakan hidangan utama yang hendak disajikan selama di desa wisata, wisatawan merasakan adanya kepuasan karena adanya penyambutan, dan pelayanan dari penduduk desa tersebut [7] [8]. Ada dua pendekatan dalam menyusun rangka kerja/konsep kerja dari pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata, yakni pendekatan Pasar untuk Pengembangan Desa Wisata dan Pendekatan Fisik Pengembangan Desa Wisata.

Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam pengembangan objek wisata adalah (Mario Barreto, 2015) [9]:

1. Kualitas objek wisata yaitu bagaimana untuk mengupayakan dan menjaga kelestarian alam
2. Keunikan agar banyak pengunjung dapat rekreasi.
3. Promosi melalui media sosial (instagram), youtube dan website
4. Sumber daya manusia yang menjaga kelestarian objek wisata
5. Inovasi objek wisata yakni bagaimana untuk melestarikan objek wisata yang baik

Supaya obyek wisata ini dapat dikenal maka perlu dilakukan promosi. Promosi dapat dilakukan menggunakan media online yaitu website, media sosial instagram dan youtube. Penggunaan website sebagai media promosi dilakukan dengan mengintegrasikan dengan website dinas pariwisata. Informasi yang disajikan adalah tempat-tempat wisata dan kegiatan-kegiatan pariwisata [10]. Media sosial seperti instagram juga sudah digunakan sebagai media promosi. Hal ini karena masifnya penggunaan smartphone dan kemudahan untuk mengakses media internet. Instagram merupakan media jejaring sosial yang memiliki fitur-fitur yang mendukung untuk melakukan kegiatan pariwisata (Agus Purnomo, 2018) [11]. Alasannya adalah instagram merupakan media jejaring sosial berbasis foto dan video. Pengguna instagram di Indonesia saat ini berkisar 22 juta orang, sehingga media ini sesuai sekali digunakan sebagai media promosi. Selain instagram, promosi dapat juga digunakan dengan youtube yang merupakan situs berbagi video yang disediakan oleh google. Penggunaan YouTube dalam mempromosikan objek wisata sangat bergantung bagaimana video yang diupload, durasi, pengambilan gambar, background, dan scene kawasan objek wisata [12], [13] [14].

Pengembangan objek wisata merupakan suatu hal yang besar karena melingkupi banyak pihak, biaya, pemikiran, partisipasi dari warga setempat, pemerintah dan investor yang berminat. Pengembangan daya tarik wisata sendiri memiliki tujuan untuk berkembang kearah yang lebih baik yang akhirnya dapat menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan oleh banyak orang disamping untuk konservasi objek wisata itu sendiri. Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan obyek wisata Situs Manik Moyo mudah dicari oleh pengunjung.
2. Membuat spot untuk lokasi foto di lokasi wisata yang menjadi daya tarik bagi pengunjung lokasi wisata.
3. Melakukan promosi dan sosialisasi obyek wisata Situs Manik Moyo kepada masyarakat

## **METODE**

Dalam pengabdian masyarakat pada “Pengembangan Daya Tarik Wisata Situs Manik Moyo di Gedangsari, Gunungkidul” sebagai media dalam memberikan edukasi terkait pengembangan wisata kepada masyarakat. Narasumber yang menjelaskan yang merupakan salah satu mahasiswa anggota Padepokan KKN.

Metode pengabdian masyarakat pada sosialisasi adalah Metode sosialisasi adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengenalkan individu atau kelompok kepada norma, nilai, budaya, atau tata cara sosial yang berlaku dalam masyarakat [15], [16]. Sosialisasi merupakan proses penting dalam pembentukan identitas individu dan membantu mereka memahami bagaimana berperilaku dan berinteraksi dalam masyarakat.

Pembangunan potensi objek wisata dengan salah satunya mendirikan spot foto yang menarik juga mengarah pada upaya untuk mengoptimalkan jumlah pariwisata atau pengunjung di Situs Manik Moyo. Besarnya jumlah pengunjung yang datang tentunya akan membantu perekonomian masyarakat, karena mata pencarian masyarakat desa sebagian besar adalah berdagang di lokasi objek wisata. Program-program yang ada terdiri dari tiga macam yaitu:

1. Program awal,
2. Program inti,
3. Program akhir.

Program awal adalah program yang direncanakan untuk memperoleh dukungan masyarakat setempat, berupa sosialisasi dan kunjungan, sosialisasi ini dilakukan kepada masyarakat untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan di desa mereka, serta meminta bantuan kepada pemuda setempat agar sekiranya dapat membantu jika terjadi kendala dalam pembuatan program kerja yang telah disusun.

Program inti adalah program yang direncanakan dan dalam pelaksanaannya sesuai dengan potensi yang bisa dikembangkan ditempat wisata tersebut, adapun program ini berupa program-program pembuatan spot-spot foto, yang bertujuan sebagai daya tarik objek wisata, memperbaiki serta memperindah fasilitas yang sudah ada [16], [17]. Selanjutnya program akhir adalah program yang direncanakan dan dilaksanakan sebagai salah satu bentuk silaturahmi dengan masyarakat desa tersebut. Dikatakan program akhir karena dalam tahap pelaksanaannya adalah yang paling akhir dilaksanakan. Program ini berupa bentuk silaturahmi dengan masyarakat di dusun lain yang ada di desa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan program pengabdian yang telah terlaksana memberikan dampak sosial bagi mitra yaitu (1) meningkatkan pengetahuan pengelolaan wisata, (2) memudahkan dan



mempercepat proses pengembangan obyek wisata dengan kearifan lokal, (3) menambah keterampilan pemandu wisata, (4) menambah rasa percaya diri untuk dapat memandu wisata dengan bekal pengetahuan dan keterampilan baru. Sehingga kedepannya juga akan berdampak dibidang ekonomi khususnya menambah *income* wisata.



Gambar 2. Pengembangan daya tarik wisata situs manik moyo Gunungkidul

Dalam pelatihan *e-commerce* selain membuat blog, pokdarwis juga membuat instagram sebagai media online promosi wisata daerah. Karena instagram merupakan media sosial online yang paling digemari oleh anak muda, maka dalam pelatihan pembuatan instagram tidak mengalami kendala yang berarti. Konten dari instagram yaitu memuat foto-foto kegiatan yang dilakukan oleh Pokdarwis Gunungjambu. Dalam kegiatan ini foto-foto tersebut sudah tersedia dan terdokumentasikan oleh pokdarwis Gunungjambu, sehingga tinggal diunggah di

instagram. Hasil dari pelatihan ini adalah tersedianya instagram sebagai sarana promosi online wisata gunung jambu.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian telah mencapai target keberhasilan dengan sangat baik dan memberikan manfaat bagi mitra yaitu (1) meningkatkan pengetahuan pengelolaan wisata, (2) memudahkan dan mempercepat proses pengembangan obyek wisata dengan kearifan lokal, (3) menambah keterampilan pemandu wisata, (4) menambah rasa percaya diri untuk dapat memandu wisata dengan bekal pengetahuan dan keterampilan baru. Sehingga kedepannya juga akan berdampak dibidang ekonomi khususnya menambah *income* wisata.

## REFERENSI

- [1] Dinas Pariwisata Daerah Istimewah Yogyakarta, “Statistik Kepariwisata 2017,” *Dinas pariwisata DIY*, 2017.
- [2] Badan Pusat Statistik Indonesia, “Statistik Indonesia Tahun 2020,” *Statistik Indonesia 2020*, 2020.
- [3] Budhi Pamungkas Gautama, A. K. Yuliatwati, N. S. Nurhayati, E. Fitriyani, and I. I. Pratiwi, “PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT,” *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2020, <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- [4] C. O. Charli and D. A. Putri, “Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung,” *Jurnal Ekobistek*, 2021, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- [5] A. T. Mumtaz and M. Karmilah, “Digitalisasi Wisata di Desa Wisata,” *Jurnal Kajian Ruang*, 2022, <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- [6] C. O. Charli and D. A. Putri, “Pengaruh Social Media Marketing, Fasilitas Wisata Dan Citra Destinasi Wisata Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung,” *Jurnal Ekobistek*, 2021, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i2.75>
- [7] A. N. Hantari and A. Nareswari, “PENGARUH WISATA TERHADAP PERUBAHAN SPASIAL PERMUKIMAN DI DESA WISATA ADILUHUR, KEBUMEN,” *MODUL*, 2021, <https://doi.org/10.14710/mdl.21.2.2021.81-90>
- [8] C. A. D. Kirana and R. A. Artisa, “Pengembangan Desa Wisata Berbasis Collaborative Governance di Kota Batu,” *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 2020, <https://doi.org/10.26618/kjap.v6i1.3119>
- [9] A. T. Mumtaz and M. Karmilah, “Digitalisasi Wisata di Desa Wisata,” *Jurnal Kajian Ruang*, 2022, <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- [10] N. Komariah, E. Saepudin, and P. M. Yusup, “Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal,” *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2018, <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i2.2340>
- [11] S. Samsuduha, “Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah,” *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 2020, <https://doi.org/10.33096/altafaqquh.v1i1.13>
- [12] Budhi Pamungkas Gautama, A. K. Yuliatwati, N. S. Nurhayati, E. Fitriyani, and I. I. Pratiwi, “PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT,” *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2020, <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- [13] S. Samsuduha, “Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah,” *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 2020, <https://doi.org/10.33096/altafaqquh.v1i1.13>



- [14] L. E. Suranny, "PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI PERDESAAN DI KABUPATEN WONOGIRI," *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan*, 2020, <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>
- [15] K. T. P. Arcana *et al.*, "Tata Kelola Desa Wisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal di Desa Tihingan Kabupaten Klungklung," *Jurnal Abdi Masyarakat*, 2021, <https://doi.org/10.22334/jam.v1i1.5>
- [16] I. C. Putri and A. I. Warnilah, "Analisa Sistem Penentuan Objek Wisata Alam pada DISPARPORA dengan Menggunakan Metode Electre," *EVOLUSI: Jurnal Sains dan Manajemen*, 2021, <https://doi.org/10.31294/evolusi.v9i1.10332>
- [17] L. E. Suranny, "PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN EKONOMI PERDESAAN DI KABUPATEN WONOGIRI," *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian dan Pengembangan*, 2020, <https://doi.org/10.32630/sukowati.v5i1.212>

