

# EDUKASI PELAKU UMKM SEBAGAI IMPLEMENTASI DESA PRIMA GUNA MENDUKUNG DAYA TARIK WISATA

Endang Widayati<sup>1</sup>, Susilo Budi  
Winarno<sup>2</sup>, Andhyka Murti<sup>3</sup>, Nida  
Urrahma Hidayati<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen,  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Pariwisata API

Email :  
[endangwidayati187@gmail.com](mailto:endangwidayati187@gmail.com)

## Abstrak

Desa Sambirejo merupakan salah satu Desa Prima yang berada di Kapanewon Prambanan, Kabupaten Sleman, DIY. Memiliki beberapa destinasi wisata, diantaranya Tebing Breksi, Candi Ijo, Watu Payung, Candi Barong, Lereng Ijo dan desa wisata Sambi (Dewi Sambi). Semua ini merupakan peluang bagi UMKM yang berada di Desa Sambirejo untuk memasarkan produknya sekaligus menambah daya tarik wisata. Namun peluang ini belum bisa ditangkap oleh para pelaku UMKM, tercermin belum banyak produk-produk UMKM yang ditawarkan di lokasi-lokasi destinasi wisata di Sambirejo dalam bentuk kuliner, produk oleh-oleh maupun cenderamata. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kompetensi pelaku UMKM khususnya pelaku perempuan dalam motivasi usaha sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas guna mendukung daya tarik wisata sekaligus sebagai implementasi Desa Prima. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahapan yakni: a). pra pelaksanaan; b). pelaksanaan; dan c). evaluasi. Pra pelaksanaan dilakukan guna mengidentifikasi potensi dan permasalahan sehingga kegiatan yang dilakukan dapat menjawab prioritas masalah dengan memanfaatkan potensi yang ada. Dalam tahap pelaksanaan, metode pelatihan dengan pendekatan pendidikan orang dewasa, melalui pemaparan materi, brainstorming dan diskusi, untuk pemecah suasana digunakan icebreaking sehingga pelatihan berjalan dinamis dengan melibatkan (partisipasi) peserta sebanyak mungkin. Evaluasi keterserapan materi dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test serta evaluasi proses kegiatan pengabdian oleh tim pengabdian. Hasil kegiatan menunjukkan terjadi kenaikan rata-rata pemahaman motivasi usaha dari 54,76 (pre-test) menjadi 84,76 (post-test). Pelatihan yang efektif tidak sekedar terjadi kenaikan pemahaman tetapi lebih pada terjadinya perubahan perilaku. Untuk itu setelah penyampaian materi, peserta menyusun RKTL (Rencana Kerja Tindak Lanjut) sebagai komitmen untuk merubah perilaku dalam mengelola usahanya sehingga menghasilkan produk yang berkualitas sebagai penunjang daya tarik wisata. Hal ini sekaligus sebagai implementasi Desa Prima Sambirejo.

Kata Kunci: Desa\_Prima, Edukasi; Motivasi; UMKM

## Abstract

Sambirejo Village is one of Prima Villages located in Kapanewon Prambanan, Sleman Regency, DIY. It has several tourist destinations, including Tebing Breksi, Candi Ijo, Watu Payung, Candi Barong, Lereng Ijo and the Sambi tourist village (Dewi Sambi). All of these destinations gave opportunities for MSMEs in Sambirejo Village to market their products while increasing tourist attractions. However, this opportunity has not been captured by MSME actors, reflected in the limited number of MSME products offered at tourist destination locations in Sambirejo in the form of culinary, souvenir products or souvenirs. The purpose of this community service activity is to improve the competence of MSME actors, especially women actors in business motivation so that they can produce quality products to support tourist attractions as well as the implementation of the Prima Village. The method of implementing the activity includes three stages, namely: a). pre-implementation; b). implementation; and c). evaluation. Pre-implementation is carried out to identify potential and problems so that the activities carried out can answer priority problems by utilizing existing potential. During the implementation phase, the training method employed an adult education approach, through presentations, brainstorming sessions, and discussions. Icebreakers were used to ensure a dynamic training environment with maximum participants participation. Material absorption was evaluated by comparing pre-test and post-test results, as well as by evaluating the community service process by the community

service team. The results showed an increase in the average understanding of business motivation, from 54.76 (pre-test) to 84.76 (post-test). Effective training involves more than just increased understanding, but also behavioral change. Therefore, after the presentation, participants developed a Follow-up Work Plan (RKTL) as a commitment to changing their business behavior to produce quality products that support tourism attractions. This also serves as an implementation of the Sambirejo Prima Village program.

Keywords: Prime village; Education; Motivation; MSMEs

© 2025 Some rights reserved

## PENDAHULUAN

Perempuan sebagai pelaku UMKM memiliki peran strategis dalam menunjang perkembangan perekonomian baik di keluarganya maupun di masyarakat. Terkait dengan hal ini pemerintah menginisiasi berdirinya Desa PRIMA guna mendorong peran perempuan dalam pemberdayaan ekonomi. Desa PRIMA (Perempuan Indonesia Maju Mandiri) merupakan desa yang memiliki program pemberdayaan perempuan. Program ini salah satunya dimulai dengan meningkatkan kemandirian perempuan melalui pengembangan usaha bisnis (Nursanti et al., 2025). Desa PRIMA diinisiasi oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Pengendalian Penduduk sebagai bagian dari Desa Mandiri Budaya. Selain mengedepankan nilai-nilai filosofi Jawa, dalam semua elemen kehidupan masyarakat (Buku Pedoman Desa Prima [Pedoman Umum Pengembangan Desa Prima Di DIY], 2019), program desa PRIMA memberikan dampak positif terhadap peningkatan perekonomian pelaku UMKM. Melalui program ini, desa di DIY menerima dukungan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan, pengembangan infrastruktur dasar, hingga akses permodalan, yang kemudian berkontribusi pada peningkatan produktivitas serta pendapatan masyarakat (Simanjuntak et al., 2024). Desa PRIMA mendorong perempuan menjadi mandiri dan berdaya untuk menciptakan sebuah peluang usaha dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada sehingga mampu menciptakan daya tarik di daerahnya (Safitri, 2024). Tujuan lain dari program desa PRIMA ini adalah meningkatkan kapasitas perempuan agar dapat menunjang kesejahteraan perekonomian (Nurrohmah & Khozin, 2022). Apabila dikaitkan dengan salah satu tujuan pengembangan pariwisata yakni meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka desa PRIMA merupakan wadah khusus bagi perempuan untuk mewujudkannya. Pariwisata menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam kegiatan transformasi perekonomian daerah pedesaan saat ini, terutama di kawasan pedesaan yang memiliki potensi alam, budaya, dan sosial yang khas (Priatmoko et al., 2025)

Desa Sambirejo merupakan salah satu Desa Prima yang berada di Kapanewon Prambanan, Kabupaten Sleman, DIY. Memiliki beberapa destinasi wisata, diantaranya

Tebing Breksi area bekas tambang yang cukup viral, Candi Ijo, Watu Payung, Candi Barong, Lereng Ijo dan desa wisata Sambi (Dewi Sambi). Semua ini merupakan peluang bagi UMKM yang berada di Desa Sambirejo untuk memasarkan produknya sekaligus menambah daya tarik wisata. Dari pengamatan tim pengabdian maupun diskusi dengan pamong desa, peluang ini belum bisa ditangkap oleh para pelaku UMKM, tercermin belum banyak produk-produk UMKM yang ditawarkan di lokasi-lokasi destinasi wisata di Sambirejo baik dalam bentuk kuliner, produk oleh-oleh maupun cenderamata. Hal ini mengindikasikan masih rendahnya motivasi usaha (jiwa kewirausahaan) pelaku UMKM karena belum bisa menangkap (memanfaatkan) peluang yang ada, padahal Dewi Sambi merupakan desa wisata dengan kategori maju dan pernah masuk sebagai 50 besar ADWI (Anugerah Desa Wisata Indonesia) pada tahun 2021. ADWI merupakan program penghargaan yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kememparekraf) untuk mengapresiasi desa-desa di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata unggul.

Menurut Isnugroho et al., (2025). untuk menghadapi tantangan dan permasalahan UMKM yang belum dapat memanfaatkan potensi sumberdaya lokal yang sangat besar ini maka perlu dilakukan assessment dan pengembangan potensi serta pemberdayaan sumberdaya manusia, budaya, pengetahuan, kreativitas dan sumberdaya lokal lainnya. Oleh karenanya perlu dilakukan edukasi bagi pelaku UMKM melalui pelatihan motivasi usaha. Motivasi usaha diartikan sebagai suatu rangsangan yang mampu membuat individu melakukan usaha dengan penuh semangat, inovatif, serta berani mengambil risiko untuk mengembangkan usahanya (Santoso et al., 2018). Menurut Lingappa et al., (2023), kompetensi wirausaha perempuan dipengaruhi oleh motivasi untuk belajar serta kemampuan untuk melihat kebutuhan dan peluang. Peluang

ini muncul karena adanya interaksi dengan lingkungan sekitar (Harianto et al., 2023).

Pergeseran tren pariwisata dari wisata massal ke wisata alternatif dan kemudian menjadi wisata pedesaan, turut meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, khususnya di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Murti A., et al., 2024). Peningkatan minat berkunjung wisatawan ini membuka peluang bagi UMKM untuk memasarkan produknya sekaligus menambah daya tarik wisata ketika produknya memiliki keunikan/kekhasan. Pada dasarnya semua destinasi wisata yang berada di Desa Sambirejo sudah memiliki unsur daya tarik wisata yang memadai, terdiri dari aksesibilitas, atraksi dan amenitas. Daya Tarik merupakan sebuah persepsi mengenai suatu destinasi dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan seseorang (Aldino & Bustami, 2024) sedangkan Daya Tarik wisata mengacu pada segala potensi yang memiliki nilai lebih (Hendradewi et al., 2025) dan dapat memikat individu untuk mengunjungi destinasi tersebut.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kompetensi pelaku UMKM khususnya pelaku perempuan dalam motivasi usaha sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas guna mendukung daya tarik wisata. Kegiatan ini sekaligus sebagai implementasi Desa Prima dalam pemberdayaan perempuan di Desa Sambirejo.

### METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian meliputi tiga tahapan yakni: a). pra pelaksanaan; b). pelaksanaan; dan c). evaluasi.

#### a) Pra pelaksanaan

Pra pelaksanaan, mengawali kegiatan pengabdian dengan mengidentifikasi potensi dan masalah yang dihadapi, sehingga pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan. Kegiatan ini melibatkan pamong desa dan pelaku UMKM dalam diskusi, serta melalui pengamatan tim pengabdian.

#### b) Pelaksanaan

Pelatihan motivasi usaha dilaksanakan pada hari Sabtu, 21 Desember 2024 di Desa Sambirejo. Diikuti 21 orang pelaku UMKM yang kesemuanya adalah perempuan. Metode pendekatan menggunakan metode pendidikan orang dewasa dengan konsep belajar bersama sehingga proses pelatihan berjalan dinamis dan lancar. Dalam pendekatan ini juga menggunakan teknik *brainstorming* dimana peserta dilibatkan untuk saling bertukar pikiran, menceritakan tentang usahanya dan hambatan yang ditemui dalam menjalankan usahanya. Penyampaian materi dengan ceramah dan diskusi, komunikasi yang digunakan multiarah baik antar narasumber dengan peserta atau sebaliknya serta komunikasi antar peserta. Sebagai pemecah suasana digunakan *icebreaking* sehingga pelatihan tidak berjalan monoton dan tetap dinamis.

#### c) Evaluasi

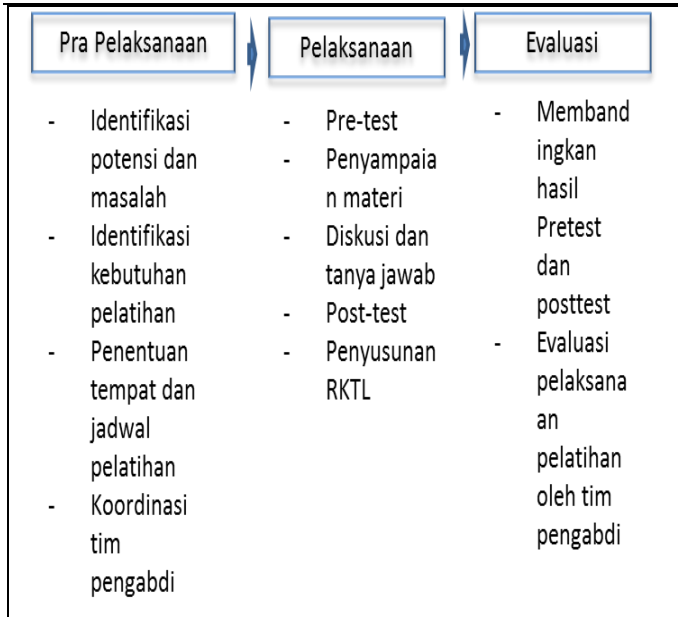
Tahap terakhir dalam kegiatan pengabdian adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan. Terdiri dari evaluasi keterserapan materi pelatihan dengan membandingkan hasil/nilai pre-test dan post-test. Keterserapan materi pelatihan dikatakan efektif apabila rata-rata nilai post-test  $\geq 70$ . Serta evaluasi pelaksanaan proses pelatihan, evaluasi ini dilakukan oleh tim pengabdian setelah pelatihan berakhir. Pre-test dilakukan sebelum penyampaian materi untuk mengetahui pemahaman peserta dalam mengelola usahanya terutama motivasi usaha. Setelah penyampaian materi dilakukan post-test guna mengetahui peningkatan pemahaman peserta. Gambar 1, menunjukkan proses evaluasi pelatihan diadopsi dari Widayati, Et,al. (2024)



**Gambar 1.** Proses Evaluasi Keterserapan Materi Pelatihan

Sumber: Widayati, et al (2024)

Tahapan kegiatan pengabdian dari pra pelaksanaan, pelaksanaan dan evaluasi secara menyeluruh tersaji dalam gambar 1.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan motivasi usaha dilakukan guna meningkatkan jiwa kewirausahaan pelaku UMKM, sehingga mereka menyadari potensi yang dimiliki, menumbuhkan kreativitas dan inovasi serta dapat mengelola risiko yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Pada tahap pra pelaksanaan pengabdian, teridentifikasi adanya potensi pasar yang cukup besar bagi UMKM Desa Sambirejo dengan adanya beberapa destinasi wisata yang cukup viral, diantaranya Tebing Breksi, Candi Ijo, Watu Payung, Candi Barong, Lereng Ijo dan desa wisata Sambi. Potensi ini ditunjang dengan adanya beberapa UMKM yang dikelola oleh para perempuan yang menghasilkan produk makanan dan minuman seperti keripik aneka sayur, keripik pisang, keripik ketela, karak (kerupuk berbahan dasar beras), tahu bakso, moci, minuman berbahan empon-empon seperti jahe, kunir, serih yang berkhasiat meningkatkan stamina, dan lain-lain. Namun dari pengamatan pengabdian, produk-produk tersebut sebagian besar masih rendah kualitasnya, baik dari produk maupun kemasannya sehingga tidak/belum layak dipasarkan sebagai produk unggulan UMKM Desa Sambirejo dalam menunjang daya tarik wisata sekaligus sebagai implementasi pelaksanaan program Desa PRIMA.



Gambar 3. Identifikasi potensi dan masalah dengan salah satu pamong Desa Sambirejo

Pelatihan motivasi usaha bagi pengelola UMKM di Kalurahan Sambirejo bertujuan untuk meningkatkan motivasi usaha bagi pemilik/pengelola UMKM sehingga dapat mendorong semangat peserta untuk meningkatkan usahanya dan menghasilkan produk yang berkualitas dan layak jual. Produk UMKM yang layak jual merupakan faktor penunjang peningkatan daya tarik wisata dan pada gilirannya memberikan kontribusi pada pencapaian tujuan Desa Prima yakni mendorong peran perempuan dalam pemberdayaan ekonomi. Kaitan antara pelatihan motivasi usaha, UMKM naik kelas, daya tarik wisata dan implementasi Desa Prima, tersaji dalam gambar 3.



Gambar 4. Kaitan Desa Prima, Pelatihan Motivasi Usaha dan Daya Tarik Wisata

Dalam kegiatan ini proses peningkatan motivasi meliputi:

**a) Menggugah Kesadaran untuk Mengembangkan Usaha**

Kesadaran untuk mengembangkan usaha guna menangkap peluang pasar diawali dengan menggali potensi yang ada dan yang sudah mereka miliki sebagai modal dalam berusaha dengan melalui *brainstorming*. Potensi ini meliputi jiwa kewirausahaan, ketrampilan dalam membuat produk (kuliner), ketersediaan sumberdaya lokal, waktu luang dan yang lebih utama adalah adanya potensi pasar yang cukup besar karena Desa Sambirejo memiliki beberapa destinasi wisata. Cukup besar pengaruh potensi pasar produk UMKM

terhadap keberhasilan usaha ketika pengusaha dapat menangkap peluang pasar tersebut dan menetapkan target pasar yang akan dikuasai. Motivasi dan keberhasilan setiap bisnis sangat bergantung pada potensi wirausahawan untuk melihat peluang pasar, pengembangan produk dan layanan, serta kemampuan dalam mengelola modal kerja secara efisien (Eniola, 2021). Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap proses pengambilan keputusan dan kinerja proses bisnis (Hanandeh et al., 2023). Oleh karena itu, dalam menghadapi lingkungan wisata yang sangat kompetitif, meningkatkan motivasi pengelola UMKM perlu dilakukan untuk memanfaatkan sumber daya yang terbatas secara efektif (Zha et al., 2021), menciptakan inovasi produk (Setiawan & Shiratina, 2023) dan pada akhirnya meningkatkan daya saing objek wisata itu sendiri. Hal inilah yang kemudian menjadikan UMKM sebagai salah satu daya Tarik melalui produk lokalnya (Eljawati, 2021).

#### **b) Kemauan Untuk Berubah.**

Setelah paham dengan potensi yang ada serta muncul kesadaran untuk mengembangkan usaha guna menangkap peluang pasar, diharapkan timbul kemauan untuk menyesuaikan usaha yang dijalankan dengan kebutuhan segmen pasar yang dituju. Target pasar sasaran adalah wisatawan yang berkunjung ke Sambirejo, maka UMKM peserta pelatihan harus mau berubah untuk menscale up usahanya melalui peningkatan kualitas produknya sehingga sesuai dengan permintaan pasar. Kemauan untuk berubah ini merupakan motivasi intrinsik yang muncul dari dalam diri pelaku UMKM Desa Sambirejo. Motivasi intrinsik menimbulkan kemauan pelaku UMKM untuk menghadapi tantangan guna mencapai kinerja yang lebih baik. Seperti yang disampaikan oleh Harianto et al (2023), motivasi dapat dibagi menjadi dua macam yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik sebagai penggerak kerja yang berasal dari dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi pikiran dan perilaku seseorang sedangkan motivasi ekstrinsik lebih berkaitan dengan faktor eksternal seperti harga produksi yang rendah, harga jual yang terjangkau, kualitas produk, kepuasan pengunjung yang dapat mendorong seseorang untuk memberikan upaya terbaiknya (Harianto et al., 2023). Motivasi ini membantu wirausahawan untuk membuat perubahan dalam melakukan bisnis. Produk yang mereka hasilkan kebanyakan produk kuliner, ini tepat sebagai produk penunjang destinasi wisata. Salah satu daya Tarik wisata adalah produk unggulan UMKM di kawasan wisata (Renanti et al., 2024), kualitas produk gastronomi yang beragam (Andy Putra & Sugeng Pradikto, 2025), dan pengolahannya yang artistik (Dancausa Millán & Millán Vázquez de la Torre, 2022) merupakan salah satu produk unggulan yang dapat menjadi daya Tarik wisata. Bahkan daya saing suatu destinasi wisata sangat bergantung pada daya tarik wisata (Chen & Wu, 2021). Kemauan untuk berubah menggambarkan kemauan untuk menyesuaikan usaha

terhadap perubahan situasi. Kemauan untuk berubah ini akan menyebabkan ide-ide terus berkembang dan menumbuhkan kesadaran untuk terus mengevaluasi usaha, agar sesuai dengan permintaan pasar dan lingkungan usaha. Semakin memukau Daya Tarik Wisata, semakin tinggi pula kunjungan di suatu destinasi (Anggraeni et al., 2022).

Wirausahawan pariwisata kreatif selain memainkan peran penting dalam daya saing dan inovasi destinasi wisata (Dias et al., 2025) mereka juga memiliki peranan dalam mendorong keberlanjutan (Purnomo & Purwandari, 2025). Hal ini dikarenakan objek wisata mengalami efek limpahan dari perkembangan bisnis di sekitarnya (Song et al., 2020). Oleh karenanya integrasi UMKM ke dalam sektor pariwisata akan mengubah UMKM menjadi daya tarik wisata yang unik dengan menampilkan kerajinan dan kuliner lokal, sekaligus memperkaya pengalaman pengunjung (Purnomo & Purwandari, 2025). Faktor – faktor inilah yang kemudian dapat menjadi motivasi UMKM untuk dapat memenuhi kebutuhan wisatawan serta secara tidak langsung menjadikan hal yang diusahakannya tersebut sebagai daya Tarik yang dapat memikat wisatawan (Eljawati, 2021).

#### **c) Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan dan Ketrampilan Usaha**

Konsep kewirausahaan tidak berhenti ketika suatu usaha telah berdiri tetapi juga mencakup keinginan untuk melebarkan usaha tersebut (Srimulyani & Hermanto, 2022). Hal ini berarti UMKM perlu naik kelas melalui peningkatan kemampuan dalam mengelola usaha maupun meningkatkan ketrampilan berusaha. Peningkatan kemampuan dalam mengelola usaha meliputi pengelolaan produksi atau operasi, pengelolaan pemasaran, pengelolaan keuangan maupun pengelolaan SDM. Selain itu ketrampilan usaha perlu dikuasai pelaku UMKM karena cukup besar peranannya dalam pengembangan usahanya. Ketrampilan ini meliputi ketrampilan teknis, ketrampilan adaptasi dan inovasi serta ketrampilan personal. Termasuk didalamnya ketrampilan untuk menyusun perencanaan bisnis (*business plan*) sebagai gambaran tujuan jangka panjang (visi) dan strategi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Menurut Widayati et al., (2025) SDM yang memiliki kompetensi sesuai dengan bidangnya diperlukan dalam pengembangan desa wisata. Termasuk pelaku UMKM sebagai penghasil produk penunjang daya tarik wisata.

Dalam pelatihan ini ditekankan pada pembahasan kasus-kasus yang dihadapi peserta dalam mengelola usahanya dikaitkan dengan produk-produk UMKM yang menambah daya tarik wisata.



Gambar 5. pre-test



Gambar 6. Penyampaian materi



Gambar 7. Pemberian Souvenir Kepada Peserta Aktif



Gambar 8. Penyusunan RKTL

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui efektivitas pelatihan dengan membandingkan nilai pre-test dan post-test. Hasil perbandingan nilai pre-test dan post-test tersaji dalam tabel 1.

Tabel 1. Hasil Nilai Pre-test dan Post-test

No. Peserta	Nilai	
	Pre-test	Post-test
1	50	80
2	50	80
3	60	90
4	50	100
5	60	80
6	50	70
7	60	80
8	50	80
9	50	90
10	60	90
11	40	80
12	50	80
13	50	80
14	60	80
15	70	80

16	60	80
17	60	90
18	40	90
19	60	90
20	50	90
21	70	100
Mean	54,76	84,76
Median	50,00	80,00
Modus	50	80

Sumber: data primer, diolah (2024)

Dari tabel 1, menunjukkan terjadi peningkatan pemahaman peserta pelatihan yang cukup signifikan, dilihat dari nilai rerata (mean) sebelum dan sesudah mengikuti pelatihan. Terjadi kenaikan, rerata nilai pre-test 54,76 menjadi 84,76 setelah mengikuti pelatihan (post-test). Sehingga dapat disimpulkan pelatihan berjalan efektif dari aspek penyerapan terhadap materi karena nilai rerata post-test > 70.



Gambar 9. Penyampaian materi



Gambar 10. Foto Bersama

Diakhir pelatihan, masing-masing peserta diminta menyusun RKTL (Rencana Kerja Tindak Lanjut) dari usaha mereka sebagai bentuk komitmen setelah mengikuti pelatihan dalam meningkatkan usahanya agar bisa menjadi UMKM yang naik kelas dan produk yang dihasilkan berkualitas serta menambah daya tarik wisata.

Evaluasi berikutnya dilakukan oleh tim pengabdian guna mengevaluasi proses kegiatan pengabdian secara keseluruhan dan hasilnya cukup efektif karena dapat menjawab permasalahan yang ada dan tepat sasaran.

### KESIMPULAN

Potensi daya tarik wisata yang cukup besar di desa Sambirejo perlu ditunjang produk UMKM

yang memadai. Sehingga perlu adanya pelatihan motivasi usaha agar UMKM naik kelas dan menghasilkan produk yang berkualitas, hal ini sekaligus sebagai implementasi Desa Prima Sambirejo. Hasil pelatihan menunjukkan terjadi kenaikan rerata pemahaman motivasi usaha dari 54,76 (pre-test) menjadi 84,76 (post-test). Pelatihan yang efektif tidak sekedar terjadinya kenaikan pemahaman tetapi lebih pada terjadinya perubahan perilaku. Oleh karenanya setelah pelatihan peserta menyusun RKT (Rencana Kerja Tindak Lanjut) sebagai komitmen untuk merubah perilaku dalam mengelola usahanya sehingga menghasilkan produk yang berkualitas sebagai penunjang daya tarik wisata.

## SARAN

Pendampingan dan pengembangan UMKM Desa Sambirejo, perlu terus dilanjutkan melalui kolaborasi dengan berbagai pihak yang terkait diantaranya pemerintah, perguruan tinggi, pihak swasta (melalui CSR), dan lain sebagainya sesuai dengan kebutuhan sehingga tepat sasaran.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Atas terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, disampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. STIE Pariwisata API Yogyakarta yang telah memfasilitasi pendanaan dan memberi kesempatan kepada tim pengabdian untuk mengadakan kegiatan pelatihan bagi pelaku UMKM
2. Desa Sambirejo yang telah bersedia berkolaborasi dengan tim pengabdian dan menyediakan fasilitas yang diperlukan dalam pelaksanaan pelatihan.

## DAFTAR PUSTAKA

Aldino, F. R., & Bustami, T. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Wisata, Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Wisata Sungai Trokon Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 5(2), 413–434. [www.jurnal.umb.ac.id](http://www.jurnal.umb.ac.id)

Andy Putra, & Sugeng Pradikto. (2025). Pengaruh UMKM Kuliner dan Wisata Lokal terhadap Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Desa Ranggeh Kecamatan Gondangwetan Kabupaten Pasuruan. *Student Research Journal*, 3(1), 97–106. <https://doi.org/10.55606/srj-yappi.v3i1.1693>

Anggraeni, P. W. P., Antara, M., & Ratna Sari, N. P. (2022). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi Terhadap Niat Berkunjung Kembali yang Dimediasi oleh Memorable Tourism Experience. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 9, 179. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v09.i01.p08>

Buku Pedoman Desa Prima [Pedoman Umum Pengembangan Desa Prima Di DIY] (2019).

Chen, Y. S., & Wu, S. T. (2021). An exploration of actor-network theory and social affordance for the development of a tourist attraction: A case study of a Jimmy-related theme park, Taiwan. *Tourism Management*, 82(August 2020), 104206. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104206>

Dancausa Millán, M. G., & Millán Vázquez de la Torre, M. G. (2022). Quality Food Products as a Tourist Attraction in the

Province of Córdoba (Spain). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912754>

Dias, Á., González-Rodríguez, M. R., Pereira, L., & Costa, R. (2025). Attracting and retaining creative tourism entrepreneurs. *Creative Industries Journal*, 18(1), 88–103. <https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2203290>

Eljawati. (2021). Peran UMKM dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik*, 8(32–46), 32–46.

Eniola, A. A. (2021). The entrepreneur motivation and financing sources. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010025>

Hanandeh, A., Altaher, A. M., Halim, M., Rezk, W., Mahfoudh, N., Hammouri, Q., & Darawsheh, S. R. (2023). The effects of digital transformation, digital leadership, and entrepreneurial motivation on business decision making and business process performance: Evidence from greater Amman municipality. *International Journal of Data and Network Science*, 7(2), 575–582. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.3.014>

Harianto, S. P., Arioen, R., Tsani, M. K., Zuhelmi, T. P., & Surnayanti. (2023). Traders' motivation in business development-based coastal forest ecotourism: a case study of small islands in the City Of Bandar Lampung. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1282(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1282/1/012007>

Hendradewi, S., Pangkorego, E. R., & Chairani, A. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Museum Gajah, Jakarta Indonesia. 12(1), 16–27. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/jp>

Isnugroho, E., Priatmoko, S., Purwoko, Y., Winarno, S. B., Widayati, E., Panghastuti, T., & Wigati, E. (2025). Pelatihan Kemasan Produk Bagi Anggota Umkm Girikerta, Turi, Sleman. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 2(Jan), 81–85. <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtcs/article/view/179>

Lingappa, A. K., Rodrigues L.R. L., & Shetty, D. K. (2023). Women entrepreneurial motivation and business performance: the role of learning motivation and female entrepreneurial competencies. *Industrial and Commercial Training*, 55(2), 269–283. <https://doi.org/10.1108/ICT-06-2022-0042>

Murti, A., Panghastuti, T., Sulistiono, Wigati, E. (2024). Peningkatan Kompetensi Pengelola Desa Wisata Melalui Pelatihan Bahasa Inggris Di Desa Wisata Provinsi D.I. Yogyakarta.. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 1(Juli), 19 - 27. <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtcd/article/view/138>

Nurrohman, A., & Khozin, M. (2022). The Role Of Desa Prima Program Towards Women's Economic Independence In Sumberrahayu Village Moyudan District Sleman Regency. *Jurnal Hukum Dan Sosial Peranan*, 2(2), 194.

Nursanti, V., Djaja, D. K., & Apriyani, T. (2025). Implementasi Program Desa Perempuan

- Indonesia Maju Mandiri (Prima) Dalam Upaya Pemberdayaan Perempuan Di Kalurahan Piyaman, Wonosari, Gunungkidul. 7(1), 207–214. <http://ejournal.stia-lk-dumai.ac.id/index.php/japabis>
- Priatmoko, S., Purwoko, Y., Winarno, S. B., Widayati, E., Panghastuti, T., Wigati, E., & Isnugroho, E. (2025). Potensi Dan Tantangan Pengembangan Pariwisata Di Dusun Wotawati Di Desa Wisata "Dewi Purbo", Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 2(2), 49–55. <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtcs/article/view/174>
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2025). A Comprehensive Micro, Small, and Medium Enterprise Empowerment Model for Developing Sustainable Tourism Villages in Rural Communities: A Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 17(4). <https://doi.org/10.3390/su17041368>
- Renanti, M. D., Wicaksono, A., Nasir, M., Aziezah, N., Barus, I. R. G., Fami, A., & Indriasari, S. (2024). Prototype of a digital village application for potential and distribution of village's superior products and recommendations for tourist attractions. *E3S Web of Conferences*, 577. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202457703004>
- Safitri, R. D. (2024). *Poverty Alleviation Through Women's Empowerment in the Desa Prima Program in Putat Village, Yogyakarta Special Region*. 2(58), 34–38. <https://jurnal.devitara.or.id/index.php/pendidikan> E-ISSN:
- Santoso, S., Sutedjo, B., & Oetomo, D. (2018). Influence of Motivation and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention to Run a Business. *Expert Journal of Marketing*, 6(1), 14–21.
- Setiawan, A., & Shiratina, A. (2023). The Role of Small and Medium Enterprises (SME) Innovation and Lifestyle in Enhance Revisit Intention Through Destination Image at Tourist Attraction of Untung Jawa Island. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 4(6), 1702–1713. <https://doi.org/10.38142/ijess.v4i6.906>
- Simanjuntak, A. Y., Purwandari, I., & Ismiasih. (2024). Perkembangan Usaha UMKM Program Desa Prima di Desa Wedomartani, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi Yogyakarta. *Agroforetech*, 2, 760–767. <http://ejournal.stia-lk-dumai.ac.id/index.php/japabis>
- Song, H., Xie, K., Park, J., & Chen, W. (2020). Impact of accommodation sharing on tourist attractions. *Annals of Tourism Research*, 80(October 2019), 102820. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102820>
- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2022). Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia. *Economies*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/economies10010010>
- Widayati, E., Budi, S., & Murti, A. (2025). Edukasi Keuangan Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Bagi Pengelola Homestay Di Desa Ekowisata Pancoh Turi Sleman. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 2(2), 86–91.
- Widayati, E., Sulistiono, Purwoko, Y. (2024). *Peningkatan Kompetensi Pelayanan Prima Bagi Pengelola dan Pelaku Usaha Pariwisata Di Desa Wisata Pulewulung Turi Sleman*. *ABDIMAS: Journal Tourism & Community Service (JTCS)*, 1(Juli), 1 - 6. <https://jurnal.stieparapi.ac.id/index.php/jtcd/article/view/138>
- Zha, J., Dai, J., Xu, H., Zhao, C., Tan, T., & Li, Z. (2021). Assessing efficiency and determinants of tourist attractions based on a two-subprocess perspective: A case of Chengdu, southwestern China. *Journal of Destination Marketing and*