



KAJIAN VISI DAN MISI KABUPATEN MAGELANG 2030

RINGKASAN EKSEKUTIF

Desember 2021

**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN,
PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN DAERAH
PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**

**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**



RINGKASAN EKSEKUTIF

Overview Kajian

Dalam menentukan value pada suatu daerah, bukan hanya memerlukan kajian terhadap potensi dan keunggulan yang ada. Melainkan juga perlu menentukan “kata kunci” yang dapat menjadi pembeda dengan daerah lainnya sebagai core value. Bagi Kabupaten Magelang keunggulan yang ditemui berbagai macam di antaranya dari sektor agrikultur, ekonomi kreatif, dan pariwisata. Dari setiap sektor tersebut disusun sebuah visi dan misi yang dapat saling terhubung untuk mendukung satu sama lain. Ketika pengembangan terhadap sektor agrikultur mencapai potensi hilirisasi produk unggulan, maka kondisi industri ekonomi kreatif juga akan naik, meliputi sektor pariwisata yang dapat menarik lebih banyak minat kunjungan ke Kabupaten Magelang. Dari temuan konsultan, maka dapat ditentukan branding yang akan digunakan adalah **Magelang Wutuh – The Center of Java Ecotherapy** menuju tahun 2030. Di mana Kabupaten Magelang akan menonjolkan keunggulan wisata dari segi healing experience, yang ditujukan untuk wisatawan mencari ketenangan raga, jiwa, dan mental. Sehingga fasilitas yang disuguhkan kepada wisatawan agar mereka dapat beristirahat dan menghilangkan stress. Dari kunjungan yang meningkat, maka dapat dijadikan sarana pemasaran produk unggulan Kabupaten Magelang. Diperlukan olahan produk dari sektor agrikultur seperti ubi dan salak menjadi kreasi modern sehingga banyak diminati masyarakat. Sehingga menuju tahun 2030, Kabupaten Magelang dapat bertumbuh dan berkelanjutan menjaga eksistensi potensinya dengan branding kabupaten yang menenangkan.



**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**

Pendahuluan dan Uraian Penelitian

Kajian dilakukan dengan mempertimbangkan potensi dan keunggulan Kabupaten Magelang. Telah dilakukan pengumpulan data primer melalui FGD dan IDI untuk mendapatkan insight terkait program dan harapan dari berbagai sektor. Dilakukan kepada beberapa OPD Kabupaten Magelang dan melakukan sesi diskusi bersama. Dari kegiatan tersebut, ditemukan beberapa indikator tertentu yang perlu di capai dari perumusan visi sehingga menjadi acuan yang tepat. Tiap OPD juga memberikan gambaran terkait potensi yang dapat dikembangkan kedepannya yang kemudian dipetakan sesuai keunggulan dari sektor-sektor yang ada di Kabupaten Magelang. Selain itu, untuk melengkapi kebutuhan data, digunakan pula metode desk research untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai Kabupaten Magelang.

Temuan dan Analisis

Kabupaten Magelang memiliki tiga potensi sebagai sektor yang dapat menunjang Visi Misi Kabupaten Magelang 2030, yaitu sektor agrikultur, ekonomi kreatif, dan pariwisata. Ketiga sektor ini termasuk dalam sektor yang berkontribusi besar terhadap angka PDRB Kabupaten Magelang di tahun 2020. Pada sektor agrikultur yang terdiri dari pertanian, perkebunan, peternakan dan perikanan telah lama memiliki potensi yang besar dan berkontribusi terhadap perekonomian Kabupaten Magelang. Pada sektor ekonomi kreatif, pertumbuhannya didukung oleh pegiat di industri perdagangan seperti UMKM. Selain itu, subsektor ekraf lainnya juga mendukung perekonomian daerah. Sementara itu, potensi pariwisata Kab. Magelang sangat beragam khususnya wisata alam dan budaya, dengan wisata Borobudur sebagai super prioritas yang di kembangkan.

Hasil analisis revelansi dengan kajian pengembangan Visi dan Misi tahun 2030, maka dapat tersusun branding dengan tagline yang dapat mengenalkan Kabupaten Magelang lebih maksimal. Branding visi Kabupaten Magelang: *The Center of Java Ecotherapy* pada sektor pariwisata merupakan sasaran pokok

**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**

pembangunan jangka panjang agar Kabupaten Magelang dikenal dengan wisata untuk mencari ketenangan di mana juga berdampak pada peningkatan angka okupansi dan kunjungan pada desa-desa wisata demi kesejahteraan masyarakat lokal. Branding visi **Magelang Wutuh** pada sektor ekonomi kreatif berbasis makanan dan kerajinan menjadi daya saing yang kuat jika dapat dikenal sebagai oleh-oleh khas. Dengan memetakan potensi unggulan dari agrikultur yang ada, maka dapat tercipta inovasi produk yang dapat dipasarkan dengan identitas Magelang. Sekaligus menerapkan prinsip keterbukaan untuk investor masuk menanamkan modal pada pengembangan inovasi produk potensial. Jika dirangkai pada tiap komponen visi dan misi, di antaranya adalah Sejahtera, Berdaya Saing, dan Amanah.

Visi Kabupaten Magelang 2030

Berikut merupakan rancangan visi Kabupaten Magelang yang disusun melalui *positioning, differentiation, dan brand* dari Kabupaten Magelang.

Gambar 1. *Positioning, Differentiation dan Brand* Kabupaten Magelang





**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**

Berdasarkan pemaparan potensi Kabupaten Magelang, tim konsultan merancang *Positioning* untuk Kabupaten Magelang dengan *frame of reference* sebagai “Daerah wisata alam & budaya yang menghasilkan produk olahan berkualitas”. Memanfaatkan potensi unggulan yang khas dengan menciptakan fasilitas ataupun olahan yang memang hanya bersumber dari Kabupaten Magelang. Hal tersebut dibuktikan melalui *Point of Differentiation*:

- *Java Wonders of the World*: Keberadaan warisan dunia Candi Borobudur
- *Agro Meets Culture*: Wilayah Agrikultur yang hidup berkesinambungan dengan budaya kerajaan
- *Ready to Invest City*: Ekosistem wilayah yang siap untuk menerima Investasi serta kesiapan SDM kompetitif.

Dari landasan *positioning, differentiation* yang disusun tersebut, Tim Konsultan merekomendasikan beberapa visi branding Kabupaten Magelang 2030 dengan mempertimbangkan pada potensi serta citra yang dimiliki oleh Kabupaten Magelang.

Selain itu *branding* Kabupaten Magelang yang dapat diterapkan untuk menggambarkan Kabupaten Magelang antara lain sebagai berikut:

“Magelang Wutuh – The Center of Java Ecotherapy”

Kabupaten Magelang: The Center of Ecotherapy

Berikut merupakan rancangan Tagline Visi dari tersebut:

Kabupaten Magelang: <i>The Center of Ecotherapy</i>	
Relax	Kabupaten Magelang merupakan daerah dengan beragam tempat wisata yang bertema alam, sehingga dapat diasosiasikan sebagai tempat yang bermanfaat untuk penyegaran jiwa dan raga (<i>healing</i>). Hal tersebut menjadi aspek pembeda Kabupaten Magelang dengan daerah lain yang ada di Jawa Tengah. Dengan begitu menjadi destinasi utama di Jawa untuk beristirahat dengan objek wisata yang



**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**

	sudah mendukung. Tentunya berdiri dengan fasilitas <i>amenities</i> (pendukung) seperti tempat spa, pemandian, workshop, dan pemandangan indah.
Nature	Dengan keunggulan alam yang variatif dari pangan hingga pariwisata, dikembangkan melalui gastronomi modern yang sehat dan dapat dijumpai pada tempat wisata ketenangan Magelang
Hangat	Menumbuhkan perasaan “seperti di rumah” pada para wisatawan karena kehangatan sambutan yang dirasakan.

Magelang Wutuh

Berikut merupakan rancangan Tagline Visi dari “MagelangWutuh”:

	Magelang Kalem
Menyeluruh	Kabupaten Magelang dipersepsikan sebagai Kota Wisata yang hidup bukan saja dari alam tapi juga dari kekayaan budaya, sehingga bertumbuh menjadi pusat ekosistem bisnis dan infrastruktur yang terbaru di Jawa Tengah.
Agrowisata	<ol style="list-style-type: none">1. Kabupaten Magelang sebagai salah satu pusat hasil pertanian terbesar di Jawa Tengah.2. Membangun Daerah Agrowisata baru dengan tetap mengedepankan kenyamanan & pembangunan berkelanjutan. <p>Penggambaran tagline ini juga merepresentasikan Kabupaten Magelang sebagai daerah yang dengan mengedepankan kenyamanan seluruh kalangan masyarakat dan lingkungan hidup. Pembangunan daerah turut dilakukan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa</p>

**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**



	mengorbankan pemenuhan kebutuhan pada masa yang akan datang.
Merangkul	Merupakan penggambaran kebersamaan yang ingin dibangun oleh Kabupaten Magelang terhadap pengunjung, investor, dan pihak luar. Selain itu, kata ini menggambarkan keramahan manusia dan suasana yang dirasakan ketika berada di Kabupaten Magelang.

Marketing Communication

NAMA PROGRAM	KONSEP
CAMPAIGN THEME: CARI #NIKUMAGELANG	<p>Memasarkan Kabupaten Magelang untuk menarik segmen pelaku bisnis untuk melihat potensi Kabupaten Magelang dari sudut pandang masyarakat lokal</p> <p>Menggunakan rangkaian pemasaran yang melibatkan langsung masyarakat lokal untuk memasarkan Kota Kabupaten Magelang untuk menumbuhkan rasa kepemilikan</p> <p>Menggunakan pendekatan fungsional kepada stakeholder eksternal dengan mengangkat aspek lokasi yang strategis, potensi keragaman, serta infrastruktur yang ada di Kabupaten Magelang</p>
Video Competition: BERSAMA MAGELANG	<p>Kompetisi Video singkat merupakan media promosi efektif yang minim anggaran namun memiliki dampak besar dalam meningkatkan ketertarikan. Perlombaan menyasar peserta dari masyarakat yang tinggal di Kabupaten Magelang untuk mengenalkan potensi lokal daerah masing-masing. Video diupload pada media sosial resmi Kabupaten Magelang untuk meningkatkan engagement.</p>

**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**



Social Media Posting – Magelang Syahdu	<p>Meningkatkan publikasi konten sosial media yang sering digunakan oleh masyarakat (TikTok) , dengan rutin publish berita ataupun informasi terbaru tentang Kabupaten Magelang.</p> <p>Dilakukan dengan menarik seleb/influencer lokal dan nasional untuk menyebarluaskan kreasi lokal masyarakat Magelang dan pariwisata untuk tujuan healing. Mengangkat tema Magelang Syahdu dengan fasilitas healing yang ditawarkan.</p>
Testimony #MagelangTenang	<p>Mendorong masyarakat di daerah pariwisata alam untuk meng-upload konten dengan tagar #MagelangTenang sebagai media publikasi untuk mengajak wisatawan luar untuk datang ke destinasi yang direkomendasikan dengan tujuan penghilang stress.</p>
Public Event – Desa Kalem Festival	<p>Menentukan 1 bulan dalam kalender untuk menyelenggarakan khusus event-event bertemakan wellness di mana menjadi rangkaian acara untuk puncaknya pada event untuk menenangkan pikiran</p> <p>Peserta event akan diajak berkeliling desa wisata ataupun keindahan alam dengan melihat proses produksi olahan makanan, edu-rekreasi, workshop kerajinan, green movement activity, kebudayaan, dan festival musik ketenangan.</p>

**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030
BAPPEDA PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**



Timeline Prioritisasi Marketing Communication Plan

AKTIVITAS MARKETING 2022	PERIODE 2022											
	Q1			Q2			Q3			Q4		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Campaign Cari #NikuMagelang	[Yellow hatched bar spanning all 12 months]											
2 Social Media Posting – Magelang Syahdu	[Grey hatched bar spanning all 12 months]											
3 Video Competition: Bersama Magelang			[Grey oval]					[Grey oval]				
4 Testimony #Magelangtenang	[Yellow hatched bar spanning all 12 months]											
5 Public Event – Desa Kalem Festival						[Grey oval]			[Grey oval]			[Grey oval]



**KAJIAN VISI DAN MISI
KABUPATEN MAGELANG 2030**

**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAN PENELITIAN
DAN PENGEMBANGAN DAERAH
PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG**