

Pengembangan Produk Wedang Uwuh Bunga Turi (*Sesbania grandiflora*) Sebagai Sarana Branding Desa Wisata Kebonagung, Imogiri, Bantul

Nur Indah Septriani^{1*}, Faulindra Dita Arsanti², Febina Sholihati³, Datu Maulana Ahmad⁴

¹Fakultas Biologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

²Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

³Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

⁴Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

Diterima: 25 Agustus 2023; Direvisi: 18 September 2023; Disetujui: 25 Oktober 2023

Abstract

Kebonagung tourist village offers a variety of tourist destinations ranging from agricultural education, traditions, to crafts. As a complement, the manager of the tourist village provides a welcoming drink for visiting tourists. However, there has not been a welcoming drink and typical souvenirs from the Kebonagung Village. The dedication aims to create product processing innovations from local resources. The KKN-PPM UGM from Imogiri unit took the initiative to develop the Vegetable Hummingbird Wedang Uwuh product. This dedication begins with a preliminary survey, then continues with the process of developing wedang uwuh products using the drying method. At the end of the dedication activity, socialization was carried out regarding the production process of Vegetable Hummingbird Wedang Uwuh and a survey has done through interviews to determine the level of success of the dedication activity. Making Vegetable Hummingbird Wedang Uwuh begins with washing the ingredients thoroughly, sun drying the ingredients, drying the ingredients using an oven at 50°C, then packing the dry ingredients in tea bags to make the product easier to consume. The product is also repackaged in a paper pouch by paying attention to the packaging design so that a product prototype is produced. Vegetable Hummingbird Wedang Uwuh product development program is quite successful. This is proven by the results of interviews regarding the level of participants' understanding of the techniques for processing and packaging designs for Vegetable Hummingbird Wedang Uwuh. The commitment of local SME actors also supports the goals of sustainable development or Sustainable Development Goals (SDGs).

Keywords: Tourism destination branding; Welcoming drink; Drying technique; Kebonagung

Abstrak

Desa wisata Kebonagung menawarkan berbagai wisata khas daerah mulai dari edukasi pertanian, tradisi, hingga kerajinan. Sebagai pelengkap, pengelola desa wisata menyediakan suguhan atau *welcoming drink* kepada wisatawan yang datang ke Desa Wisata Kebonagung. Namun, Desa Wisata Kebonagung belum memiliki *welcoming drink* dan oleh-oleh khas daerah. Sementara oleh-oleh merupakan salah satu aspek penting dalam branding desa wisata, bahkan sebagian dari wisatawan akan membeli oleh-oleh ketika berkunjung ke suatu destinasi wisata. Pengabdian bertujuan untuk menciptakan inovasi pengolahan produk dari sumber daya lokal. Maka dari itu Tim Kuliah Kerja Nyata-Pembelajaran dan Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM UGM) Unit Imogiri berinisiatif mengembangkan produk Wedang Uwuh Bunga Turi. Pengabdian ini diawali dengan survei pendahuluan, kemudian dilanjutkan dengan proses pengembangan produk wedang uwuh dengan metode pengeringan. Di akhir kegiatan pengabdian, dilakukan sosialisasi terkait proses produksi Wedang Uwuh Bunga Turi serta dilakukan survei melalui wawancara untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian. Pembuatan wedang uwuh bunga turi diawali dengan mencuci bersih bahan, menjemur bahan di bawah sinar matahari, mengeringkan bahan menggunakan oven dengan suhu 50°C, lalu mengemas bahan kering dalam kantong teh untuk memudahkan konsumsi produk. Produk juga dikemas kembali dalam *paper pouch* dengan memperhatikan desain pengemasan produk sehingga dihasilkan *prototype* produk. Program pengembangan produk Wedang Uwuh Bunga Turi terbilang cukup berhasil. Hal ini dibuktikan hasil wawancara mengenai tingkat pemahaman peserta akan teknik pengolahan Wedang Uwuh Bunga Turi dan pembuatan desain kemasan. Komitmen bersama pelaku UMKM setempat juga mendukung tujuan dari pembangunan berkelanjutan atau *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Kata kunci: Citra wisata; Minuman penyambutan; Pengeringan; Kebonagung

ISSN 3025-633X (print), ISSN 3025-6747 (online)

*Penulis korespondensi: Nur Indah Septriani

Fakultas Biologi, Universitas Gadjah Mada, Jalan Teknik Selatan, Sekip Utara, Yogyakarta, Indonesia 55281

Email: nurindahseptriani@ugm.ac.id

Copyright © 2023 Jurnal Pengabdian, Riset, Kreativitas, Inovasi, dan Teknologi Tepat Guna (Jurnal Parikesit)
This work is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Bantul (2022), Imogiri merupakan salah satu dari tujuh belas kapanewon di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kapanewon Imogiri terdiri dari delapan kalurahan, salah satunya adalah Kalurahan Kebonagung (Pemerintah Kabupaten Bantul, 2022). Jumlah keseluruhan penduduk Kapanewon Imogiri yaitu 63.446 orang dengan jumlah penduduk laki-laki 31.549 orang dan penduduk perempuan 31.987 orang (Pemerintah Kecamatan Imogiri, 2022)

Kalurahan Kebonagung memiliki banyak destinasi wisata yang terangkum dalam Desa Wisata Kebonagung. Desa Wisata Kebonagung terkenal sebagai desa wisata edukasi pertanian yang bernuansa budaya. Masyarakat Desa Kebonagung juga masih melestarikan berbagai tradisi seni, budaya, dan kerajinan. Tradisi yang masih sering dilakukan yaitu gejog lesung, karawitan, wayang kulit, jatilan, wiwitan, hadroh, dan kenduri. Tradisi-tradisi tersebut biasanya dilakukan untuk menyambut wisatawan dari luar daerah. Selain menyuguhkan pemandangan yang menarik, Desa Wisata Kebonagung juga menawarkan wisata kerajinan, seperti wisata anyaman bambu, membuat, melukis, mencetak gerabah, dan merias janur. Sebagai pelengkap destinasi wisata, pengurus Desa Wisata Kebonagung juga menyediakan suguhan berupa makanan dan minuman tradisional seperti apem, klepon, dan wedang uwuh untuk menyambut wisatawan yang datang.

Berbagai hidangan yang disuguhkan di Desa Wisata Kebonagung ini dikelola oleh UMKM setempat. Menurut Pemerintah Kabupaten Bantul (2023), jumlah UKM yang ada di Kabupaten Bantul per tahun 2023 yaitu setidaknya berjumlah 128.000 unit. Jumlah UMKM ini cukup potensial untuk dikembangkan dalam menciptakan produk-produk turunan termasuk suguhan dan oleh-oleh. Oleh-oleh sendiri merupakan buah tangan yang pada umumnya dibawa oleh keluarga atau kerabat saat bepergian. Menurut survei yang telah dilakukan, 73,65% responden menyatakan akan membeli makanan sebagai oleh-oleh saat liburan akhir tahun 2022 (Rizaty, 2022). Oleh-oleh juga dapat menjadi sarana *branding* serta daya tarik bagi suatu destinasi wisata. Namun, berdasarkan keterangan dari Kepala Dukuh Kebonagung dan Pengelola Desa Wisata, Desa Wisata Kebonagung ini belum memiliki *welcoming drink* dan oleh-oleh yang khas dari Kebonagung. Oleh karena itu, perlu adanya penggalian potensi sumber daya alam yang ada di Kebonagung dalam mengembangkan produk yang khas. Dalam pengembangan produk ini, juga dibutuhkan peran dari UMKM sekitar dalam keberlanjutan proses produksi dan pemasaran produk yang akan dikembangkan. Dengan demikian, dibutuhkan pula kesiapan dari UMKM yang ada di Kebonagung untuk memproduksi dan memasarkan produk.

Berdasarkan survei pendahuluan yang telah dilakukan, salah satu potensi sumber daya alam yang telah dibudidayakan adalah tanaman turi (*Sesbania grandiflora*). Tanaman turi telah dibudidayakan oleh masyarakat Kebonagung bertujuan sebagai ikon Desa Kebonagung pada tahun 2018 (Pemerintah Kalurahan Kebonagung, 2018). Salah satu alasan penanaman tanaman turi di Desa Kebonagung karena tanaman ini cukup mudah untuk dibudidayakan. Tanaman turi yang dibudidayakan oleh warga Kebonagung telah berhasil berbunga, tetapi tidak ada tindakan regenerasi sehingga tanaman tersebut banyak yang mati dan cukup langka saat ini. Tindakan regenerasi ini tidak dilakukan salah satunya karena olahan dari turi juga belum banyak dikembangkan menjadi suatu produk yang memiliki nilai jual. Biasanya, bagian tanaman turi yang diolah hanya bagian bunga untuk menjadi salah satu bahan pechel sayur. Padahal, tanaman turi ini memiliki berbagai khasiat untuk kesehatan. Bunga pada tanaman turi memiliki kandungan flavonoid yang tinggi yang berperan dalam menghambat pertumbuhan mikroba. Selain itu, bunga turi juga dapat menjadi *expectorant* atau pelancar dahak saat batuk (Setiawan, 2018). Oleh karena itu, bunga turi dapat menjadi salah satu potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi suatu produk olahan.

Sementara itu, berdasarkan survei Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Kebonagung, terdapat produk olahan yang masih potensial untuk dikembangkan proses produksinya serta memiliki peminat yang cukup banyak. Produk tersebut adalah wedang uwuh. Wedang uwuh merupakan

salah satu minuman tradisional yang berasal dari Imogiri, Bantul. Uwuh adalah serutan kayu kering, rimpang ranting, atau daun, bersama jahe, daun cengkeh, cengkeh, kayu manis, kapulaga, serutan kulit pohon secang, dan gula batu, yang bermanfaat bagi kesehatan dan memiliki rasa yang nikmat (Setyowati, dkk., 2023). Proses produksi wedang uwuh ini masih tergolong tradisional karena hanya memanfaatkan sinar matahari untuk mengeringkan bahan.

Berdasarkan uraian di atas, salah satu ide pengembangan produk yang memungkinkan untuk diproduksi oleh masyarakat serta dapat menjadi ciri khas Desa Wisata Kebonagung yaitu Wedang Uwuh Bunga Turi. Wedang uwuh bunga turi ini dapat menjadi diferensiasi (pembeda) dari wedang uwuh yang ada di pasaran sehingga dapat menjadi minuman khas yang ada di Kebonagung. Selain itu, pengolahan wedang uwuh ini tergolong cukup sederhana karena tidak membutuhkan peralatan dan teknik khusus sehingga dapat dilanjutkan oleh masyarakat sekitar. Pengabdian ini bertujuan untuk mengembangkan produk baru berupa wedang uwuh yang memanfaatkan bunga turi sebagai bahan utama. Dengan demikian, pengabdian ini bermanfaat untuk meningkatkan branding desa wisata. Pengabdian ini juga bertujuan untuk mengenalkan teknologi berupa oven kompor untuk pengeringan bahan sehingga proses produksi wedang uwuh dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Pengabdian ini juga selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan atau SDGs yang meliputi:

1. Mengembangkan produk baru melalui inovasi pengolahan dan pengemasan produk olahan sumber daya alam lokal.
2. Memperbaiki dan meningkatkan produksi UMKM setempat untuk mendorong tingkat konsumsi wisatawan terhadap produk olahan sumber daya alam lokal.
3. Membangun kemitraan dengan UMKM setempat untuk keberhasilan penciptaan olahan produk sumber daya alam lokal.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu diawali dengan metode survei dengan teknik pengumpulan data wawancara. Wawancara dilakukan pada ketua RT dan Kepala Dukuh di Dukuh Kanten, Kebonagung untuk memperoleh data potensi kekayaan alam yang ada di Desa Kebonagung, Imogiri. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, diperoleh daftar kekayaan alam yang ada di Desa Kebonagung, salah satunya adalah bunga turi (*Sesbania grandiflora*). Kemudian, pengabdian ini dilanjutkan dengan menggunakan metode pengabdian pengembangan atau *research and development* (R&D). Metode pengabdian ini digunakan untuk mengembangkan produk wedang uwuh dari bunga turi (*Sesbania grandiflora*). Teknik pengolahan yang digunakan dalam proses pengolahan wedang uwuh yaitu teknik pengeringan. Pengeringan merupakan proses perpindahan panas dan massa secara transien atau terjadinya penguapan air dari bahan yang dikeringkan dengan memberikan panas atau energi (Biksono, 2022).

Tahapan proses pengembangan produk Wedang Uwuh Bunga Turi yaitu diawali dengan persiapan alat dan bahan. Alat yang digunakan dalam pengembangan produk yaitu baskom, saringan, loyang, oven kompor, dan kompor gas. Sementara itu, bahan yang digunakan dalam pengembangan produk ini yaitu bunga turi putih (*Sesbania grandiflora*), jahe merah, daun serai, batang serai, daun cengkeh, daun pala, kapulaga, cengkeh, dan kayu manis. Sebagian besar bahan dibeli dalam keadaan kering sehingga tidak perlu proses pengeringan. Bahan yang dibeli dalam keadaan segar yaitu bunga turi putih dan jahe. Setelah alat dan bahan disiapkan, langkah kedua yaitu bunga turi putih dan jahe dicuci dengan menggunakan air bersih dan ditiriskan menggunakan saringan. Bunga turi putih dan jahe kemudian dijemur di bawah sinar matahari selama 2x12 jam saat siang hari supaya kandungan air dalam bahan berkurang dan mempercepat proses pengeringan menggunakan oven dengan suhu 50 derajat Celcius. Setelah dijemur, bunga turi dapat dikeringkan menggunakan oven kompor kurang lebih selama 15-30 menit hingga berwarna kecoklatan. Sementara itu, sebelum dikeringkan dengan oven kompor, jahe perlu diiris tipis dengan ketebalan 2-3 mm

terlebih dahulu. Jahe yang telah diiris, selanjutnya dikeringkan dengan oven kompor selama kurang lebih 2 jam. Langkah selanjutnya yaitu hasil pengeringan didinginkan dengan diletakkan pada suhu ruang hingga dingin. Setelah dingin, bunga turi putih dan jahe dapat dikemas.

Selain dilakukan inovasi pada bahan dan proses produksi wedang uwuh bunga turi, dilakukan pula inovasi pada proses pengemasan wedang uwuh bunga turi. Bahan-bahan kering untuk wedang uwuh dikemas dengan menggunakan *tea bag* (Gambar 1) sebagai kemasan primer untuk mempermudah proses penyeduhan. Selanjutnya, *tea bag* dikemas kembali menggunakan *paper pouch* dan diberi label kemasan (Gambar 2). Label kemasan wedang uwuh bunga turi berisi informasi produk berupa komposisi produk, manfaat produk, *expired date*, berat bersih, kode produksi, dan lembaga atau organisasi yang memproduksi. Pengemasan dapat meningkatkan penyampaian informasi produsen ke konsumen (Bettels, dkk., 2020). Label kemasan juga didesain semenarik mungkin dengan bantuan Canva. Desain kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan branding usaha UMKM dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Desain kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda dari kompetitor. Melalui desain kemasan produk, dapat menyampaikan informasi mengenai *brand*, logo, kualitas, dan lain-lain. Hal ini juga yang akan menarik perhatian pelanggan untuk jatuh cinta pada produk produk UMKM (Hendrayani & Manihuruk, 2020).



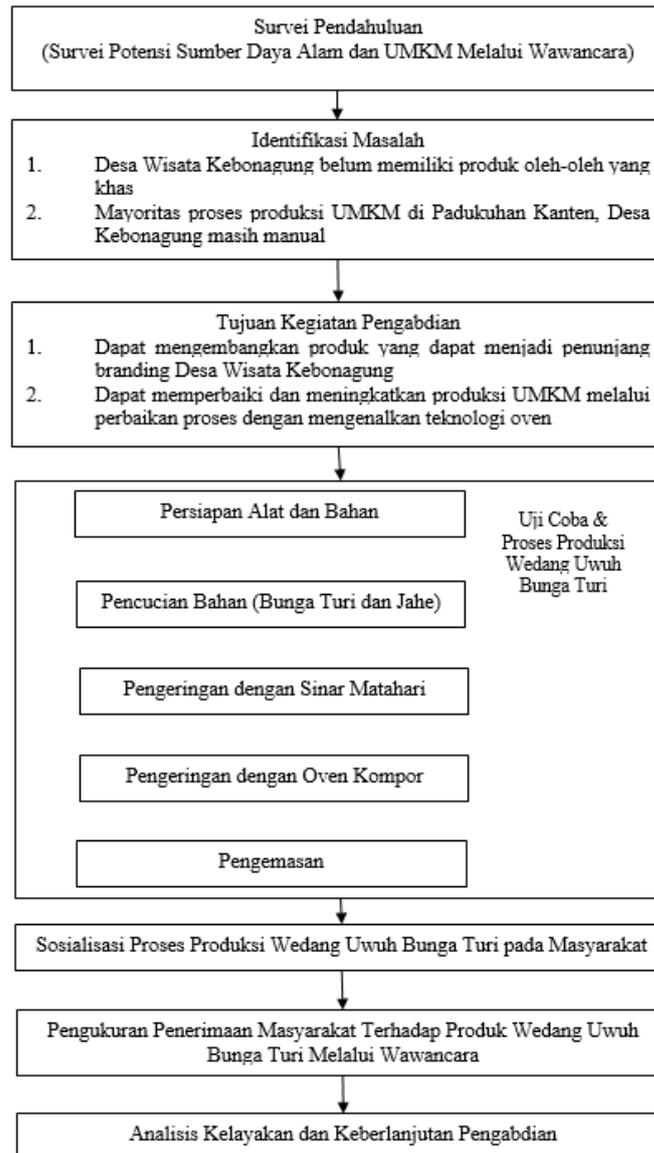
Gambar 1. Proses pengemasan dengan kantung teh (*tea bag*)



Gambar 2. Proses pengemasan *paper pouch*: (a) Label kemasan; (b) Kemasan tampak depan; (c) Kemasan tampak belakang

Hasil dari pengembangan produk ini disosialisasikan kepada ibu-ibu dan pemilik UMKM yang ada di Padukuhan Kanten, Kebonagung sebanyak 25 orang. Ibu-ibu dan pemilik UMKM ini nantinya akan terlibat dalam keberlanjutan proses produksi wedang uwuh bunga turi. Materi yang disosialisasikan yaitu terkait teknik pengeringan bahan dengan alat dan mesin seperti oven dan *food dehydrator*. Selanjutnya, dilakukan sosialisasi terkait pentingnya desain kemasan untuk meningkatkan *branding* dari produk. Kemudian, sosialisasi ini diakhiri dengan penyampaian materi terkait pemanfaatan media sosial sebagai media

promosi produk. Ketercapaian dari pengembangan produk dan sosialisasi ini diukur dengan metode survei. Pengumpulan data ketercapaian program dilakukan dengan teknik wawancara. Wawancara ini dilakukan kepada peserta yang mengikuti sosialisasi pengembangan produk. Indikator keberhasilan dari program pengembangan produk dan sosialisasi ini yaitu pemahaman masyarakat terhadap pentingnya pemilihan teknik dan teknologi yang tepat pada proses produksi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi UMKM di Padukuhan Kanten, Kebonagung, pentingnya desain kemasan yang menarik terhadap *branding* suatu produk UMKM, serta keberlanjutan dari proses produksi Wedang Uwuh Bunga Turi di Padukuhan Kanten, Kebonagung. Gambar 3 menunjukkan alir kegiatan pengabdian di Desa Wisata Kebonagung.



Gambar 3. Diagram alir kegiatan pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian di Desa Wisata Kebonagung, yaitu pengembangan produk dari tanaman turi (*Sesbania grandiflora*) berupa wedang uwuh serta kegiatan sosialisasi proses produksi wedang uwuh bunga turi dengan bantuan teknologi oven kompor. Berdasarkan uji coba pembuatan produk, dapat diketahui bahwa dengan bantuan oven kompor proses pengeringan bahan dapat berlangsung lebih efektif dan efisien. Proses pengeringan yang semula menggunakan bantuan sinar matahari dengan lama pengeringan satu minggu dapat berlangsung lebih cepat dengan bantuan oven kompor yang hanya

membutuhkan waktu beberapa jam saja. Penggunaan oven kompor sebagai alat bantu pengeringan juga cukup mudah serta harganya cukup terjangkau, yaitu berkisar Rp100.000,00 hingga Rp2.000.000,00 di *online shop*. Selain pengenalan teknologi pada proses produksi, juga dilakukan pengenalan teknologi dalam proses pengemasan yaitu *active packaging*. *Active packaging* atau pengemasan aktif adalah teknologi pengemasan yang dilengkapi dengan bahan tambahan seperti antimikroba, antioksidan, dan pengatur gas yang dirancang untuk berinteraksi dengan produk yang dikemas (Safirin, dkk., 2023). Tujuan dari pengemasan aktif yaitu meningkatkan kualitas dan keamanan produk pangan dengan cara mencegah kontaminasi, memperpanjang umur simpan, dan menjaga kualitas sensorik. Jenis pengemasan aktif yang coba dikenalkan kepada masyarakat yaitu *silica gel*. *Silica gel* ini berfungsi untuk menyerap uap air dalam kemasan sehingga dapat menghambat pertumbuhan jamur pada bahan-bahan wedang uwuh. *Silica gel* yang digunakan merupakan *jenis food grade* sehingga dapat digunakan untuk produk olahan dengan harga Rp40.000,00 per kilogram di *online shop*.

Seluruh proses produksi termasuk dalam proses pengolahan dan pengemasan wedang uwuh bunga turi disampaikan kepada masyarakat dalam bentuk sosialisasi. Sosialisasi ini dihadiri oleh ibu-ibu dan pemilik UMKM sebanyak dua puluh lima orang sebagai perwakilan dari warga Padukuhan Kanten, Kalurahan Kebonagung (Gambar 4). Selama acara berlangsung, audiens cukup antusias dengan bertanya terkait teknologi-teknologi dalam proses produksi dan pengemasan yang dikenalkan. Di akhir kegiatan sosialisasi, juga dilakukan kegiatan wawancara kepada beberapa audiens yang hadir untuk mengetahui respon masyarakat terhadap pengembangan produk baru serta teknologi yang dikenalkan untuk memperbaiki proses produksi wedang uwuh. Wawancara ini digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan kegiatan pengabdian ini. Kegiatan wawancara dilakukan karena tidak memungkinkan untuk dilakukan penyebaran kuesioner kepada audiens, sebab kebanyakan dari audiens merupakan ibu-ibu yang sudah lanjut usia. Masyarakat cukup antusias terhadap pengembangan produk wedang uwuh bunga turi serta teknologi yang dikenalkan kepada masyarakat. Berdasarkan keterangan salah satu Ketua RT yang mengikuti program ini, produk wedang uwuh bunga turi cukup inovatif serta telah memiliki ciri khas atau keunikan yang dapat merepresentasikan Desa Wisata Kebonagung. Sementara itu, menurut ibu-ibu yang memiliki usaha wedang uwuh, kegiatan ini cukup memberikan wawasan pengolahan wedang uwuh, lalu teknologi yang digunakan juga mudah untuk diterapkan. Kemudian, keberlanjutan proses produksi Wedang Uwuh Bunga Turi ini akan dilakukan oleh pengurus Desa Wisata Kebonagung dengan tetap berada di bawah arahan TIM KKN-PPM UGM. Oleh karena itu, berdasarkan indikator-indikator keberhasilan dari kegiatan pengabdian ini, dapat dikatakan bahwa kegiatan pengabdian ini cukup sukses dilaksanakan.



Gambar 4. Sosialisasi pengolahan produk wedang uwuh bunga turi

Harapan dari keberlanjutan program pengabdian ini yaitu penetapan merek, logo dan kemasan karena hal ini merupakan hal yang sangat penting. Bagi pengelola bisnis, sebuah merek menunjukkan kualitas dari produk yang mereka miliki untuk menarik minat konsumen. Sementara itu, bagi konsumen, sebuah merek mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan produk tersebut (Sukmadewi, 2018). Selain sebagai

tanda pembeda, sebuah merek juga memiliki fungsi penting sebagai bentuk hak kepemilikan, memastikan bahwa merek yang dimiliki terlindungi dari replikasi atau tiruan oleh entitas bisnis lain. Namun, fungsi ini tetap tidak diketahui oleh pengelola bisnis sebagai pemula dalam hal merek, karena menurut pemahaman mereka, sebuah merek hanya berfungsi sebagai simbol pembeda (Kurniawati, dkk., 2021).

Terkait dengan branding, banyak produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi tantangan pemasaran karena tidak adanya branding, yang sering kali disebabkan oleh fokus pengelola bisnis UMKM hanya pada produksi produk (Ulya & Agustin, 2022). Melalui pelatihan pembuatan merek, produk-produk yang ada dapat diperkenalkan melalui strategi pemasaran dan promosi yang optimal (Andriana, dkk., 2019). Branding memudahkan promosi produk UMKM, memungkinkan mereka mencapai segmen pasar yang lebih luas (Erwansyah, dkk., 2022). Branding terhubung dengan label dan logo. Sebuah logo memungkinkan publik mengenali suatu produk dan mengaitkannya dengan bisnis tertentu. Oleh karena itu, sebuah logo seharusnya secara otentik mewakili entitasnya. Sebagai bagian dari branding, sebuah logo seharusnya berbeda dari yang lainnya (Agustina, dkk., 2021). Secara bersamaan, label kemasan memberikan informasi tentang kualitas, nama (merek), kode produksi, legalitas, dan petunjuk penggunaan, menjadikan label sebagai identitas dari suatu produk tertentu (Lusianingrum, dkk., 2021).

Sebagai keberlanjutan dari program pengabdian ini, juga akan dilakukan pendampingan UMKM. Pendampingan UMKM dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti pelatihan, konsultasi, pelatihan keterampilan, pemetaan strategi bisnis, pengembangan model bisnis, bantuan dalam mengakses sumber daya dan pasar, serta dukungan dalam menghadapi perubahan pasar atau regulasi. Pendampingan ini biasanya dilakukan oleh lembaga pemerintah, lembaga keuangan, lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, atau konsultan bisnis yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam mendukung perkembangan UMKM. Metode inkubasi juga dapat dilakukan agar UMKM lebih berdaya saing dengan melalui pendanaan pendanaan produktif (Rohmah, dkk., 2022). Pendampingan penta heliks melibatkan pebisnis, akademisi pemerintah, pendamping, masyarakat dan UMKM itu sendiri juga perlu dilakukan agar tercipta UMKM yang mandiri, kreatif dan berkelanjutan (Radyanto & Prihastono, 2020).

4. KESIMPULAN

Desa wisata Kebonagung, Imogiri, Bantul telah berhasil memasarkan wisata edukasi pertanian, tradisi, hingga kerajinan. Akan tetapi, belum terdapat *welcoming drink* dan oleh-oleh khas dari desa wisata. Untuk itu, Tim KKN-PPM UGM 2023 Unit Imogiri menciptakan inovasi pengolahan berbahan sumber daya lokal yaitu Wedang Uwuh Bunga Turi. Bunga turi merupakan salah satu sumber daya lokal Kalurahan Kebonagung. Pengolahan bunga turi menjadi wedang uwuh dengan teknik pengeringan dapat meningkatkan nilai jual bunga turi. Melalui program sosialisasi, inovasi wedang uwuh bunga turi dan teknologi pengemasan dikenalkan kepada pelaku UMKM di Desa Kebonagung. Antusiasme yang cukup tinggi dari para peserta ditunjukkan dengan pertanyaan seputar teknik pengeringan hingga proses pengemasan produk Wedang Uwuh Bunga Turi. Tingkat penerimaan masyarakat juga cukup baik yang diketahui melalui wawancara di akhir sesi sosialisasi. Inovasi pengolahan Wedang Uwuh Bunga Turi ini diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang layak sehingga dapat meningkatkan taraf ekonomi warga. Hal tersebut tentunya harus didukung oleh konsistensi warga khususnya perlakuan UMKM sebagai mitra untuk keberlanjutan kegiatan ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah terlibat langsung dalam melancarkan pengabdian ini: Direktorat Pengabdian kepada Masyarakat (DPKM) UGM, Kepala Desa Kebonagung beserta jajarannya, Kepala Dukuh Kanten, serta Ketua RT 03 Kanten (Bapak Dalhari), PT Nutrifood

Indonesia, serta Tim KKN-PPM UGM Unit Imogiri dan juga pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y.S & Supriatno, D. (2021). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Soliditas*, 4(1), 69-76.
- Andriana, A., Saputri, F.A & Ardiantoro, L. (2019). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Pembuatan Logo dan Promosi Media Online UMKM Jamur Kebontunggul. *SNP2M*, 160-166. <http://snp2m.unim.ac.id/index.php/snp2m/article/view/427>
- Bettels, J., Haase, J. & Wiedmann, K.-P. (2020). Shaping consumer perception: effects of vertical and horizontal packaging alignment. *Journal of Consumer Marketing*, 37(4), 423-431.
- Biksono, D. (2022). *Teknik Pengeringan Dasar*. Yogyakarta, Deepublish.
- Erwansyah, E., Saragih, R., & Purba, T.O.H. (2022). Pendampingan Pemilihan Merek, Pentingnya Merek" dan Nilai yang Dihasilkan Melalui Merek Bagi Pelaku UMKM Di Desa Lau Bakeri, Kecamatan Kutilambaru, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. *Methabdi*, 2(1), 26-31. <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol2No1.pp26-31>
- Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020). Redesain kemasan dalam meningkatkan brand awarness produk unggulan UKM Cilodong Berkarya. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 212-220. <https://doi.org/10.29244/jhi.9.2.122-130>.
- Kurniawati, E., Widowati, S.Y & Santoso, A. (2021). Sosialisasi pembuatan merek produk UMKM di Kelurahan Pedurungan Semarang. *sJ-ABDIMAS*, 8(1), 8-12. <https://doi.org/10.33795/jabdinas.v8i1.110>
- Lusianingrum, F.P.W., Purbohastuti, A.W & Hidayah, A.A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlash. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(2), 624- 632. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>
- Pemerintah Kabupaten Bantul. (2022). *Profil Kapaewon/ Kecamatan*. Diakses dari <https://bantulkab.go.id/kecamatan.html> tanggal 20 Agustus 2023.
- Pemerintah Kabupaten Bantul. (2023). *Bantul Dukung UMKM Naik Kelas*. Diakses dari <https://bantulkab.go.id/berita/detail/5885/bantul-dukung-umkm-naik-kelas.html> tanggal 20 Agustus 2023.
- Pemerintah Kalurahan Kebonagung. (2018). Penanaman Pohon Turi Sebagai Ikon Desa Kebonagung. Diakses dari <https://kebonagung-bantul.desa.id/first/artikel/325-PENANAMAN-POHON-TURI-SEBAGAI-IKON-DESA-KEBONAGUNG> tanggal 20 Agustus 2023.
- Pemerintah Kecamatan Imogiri. (2022). *Profil*. Diakses dari <https://kec-imogiri.bantulkab.go.id/hal/profil-profil> tanggal 20 Agustus 2023.
- Radyanto, M.R. & Prihastono, E. (2020). Pengembangan sistem pendampingan usaha berkelanjutan bagi UMKM berbasis sistem manajemen kinerja. *OPSI*, 13(1), 17-24. <https://doi.org/10.31315/opsi.v13i1.3467>
- Rizaty, A. (2022). Survei: Makanan, Oleh-oleh Favorit saat Liburan Akhir Tahun 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/varia/detail/survei-makanan-oleholeh-favorit-saat-liburan-akhir-tahun-2022>
- Rohmah, M., Rahmadi, A., & Amaliah, N. (2022). Program pendampingan UMKM. Mulawarman University Press. Samarinda.
- Safirin, M. T. ., Samanhudi, D. ., Aryanny, E. ., & Pudji W, E. . (2023). Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31-41. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.21>
- Setiawan, E. (2018). Kandungan Flavonoid dan Serat Sesbania grandiflora pada Berbagai Umur Bunga dan Polong. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 9(2), 122-130. <https://doi.org/10.29244/jhi.9.2.122-130>
- Setyowati, N., Mulyo, J. H., & Yudhistira, B. (2023). The hidden treasure of wedang uwuh, an ethnic traditional drink from Java, Indonesia: Its benefits and innovations. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100688. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100688>.
- Sukmadewi, Y.D. (2018). "Kajian Legalitas Dan Manajemen Merek Pada Umkm Munaku Sulam Pita Semarang". *Jurnal Law Reform*, 14(2), 275-290. <https://doi.org/10.14710/lr.v14i2.20874>
- Ulya, H.N., & Agustin, R.P. (2022). Penguatan UMKM melalui pembuatan merek dagang dan label pada UMKM jajanan camilan di Desa Joresan Mlarak Ponorogo. *Amaluna*, 1(1), 58-70. <https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/amaluna/article/view/1069>