

Pengembangan Produk Unggulan untuk Wisata Kesehatan Berbasis Potensi Lokal: Studi Kasus di Desa Pakembinangun, Pakem, Sleman, DI Yogyakarta

Novi Siti Kussuji Indrastuti¹, Susetyo Hario Putero²

¹Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada

²Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada

¹novi_indrastuti@ugm.ac.id

Received: 7 November 2024; Revised: 7 Desember 2024; Accepted: 10 Maret 2025

Abstract

This study aims to increase economic growth, business opportunities, community involvement, community independence, and development of superior products in the Pakembinangun Health Tourism Village. The superior products include chili syrup and telang. Strengthening of this product still needs to be done so that it can truly become a regional superior product. For this reason, the UGM PkM team held Training for Trainers (ToT) for KKN students and interacted directly with the community. The UGM KKN-PPM Team Period 2 2023 and 2024 accompanies the Women Farmers Group (KWT), both in production and marketing. Assistance in market expansion is carried out by utilizing Kagama's network, such as hotels and agencies. Production adjustments to feedback from the market involve KKN students, the UGM PkM team, UGM experts, and Kagama. Mentoring and training in content creation for village digital channels by KKN students gives KWT the opportunity to expand market reach. Synergy between the UGM PkM team and KKN students with KWT is also carried out regarding production organization and preparation for increasing production capacity if market demand increases. This activity resulted in the creation of superior products based on local potential, namely chili syrup with the Chirella brand with a spicy variation and telang syrup with the Rembuelang brand with a mint flavor variation. The use and utilization of social media driven by UGM KKN students also greatly assisted efforts to expand the reach of marketing and product promotion. In addition, through this activity, the community is able to optimize the use of social media so that it can expand market reach.

Keywords: synergy; development; product; tour

Abstrak

Kajian ini bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, peluang usaha, keterlibatan masyarakat, kemandirian masyarakat, dan pengembangan produk unggulan di Desa Wisata Kesehatan Pakembinangun. Produk unggulan itu, antara lain sirup cabai dan bunga telang. Penguatan terhadap produk tersebut masih perlu dilakukan agar benar-benar dapat menjadi produk unggulan daerah. Untuk itu, tim PkM UGM menyelenggarakan *Training for Trainer (ToT)* bagi mahasiswa KKN dan berinteraksi langsung dengan masyarakat. Tim KKN-PPM UGM Periode 2 2023 dan 2024 mendampingi Kelompok Wanita Tani (KWT), baik dalam produksi maupun pemasaran. Pendampingan perluasan pasar dilakukan dengan memanfaatkan jejaring Kagama, seperti hotel dan instansi. Penyesuaian produksi terhadap umpan balik dari pasar melibatkan mahasiswa KKN, tim PkM UGM, pakar UGM, dan Kagama. Pendampingan dan pelatihan pembuatan konten untuk

kanal digital desa oleh mahasiswa KKN memberi peluang KWT memperluas jangkauan pasar. Sinergi tim PkM UGM dan mahasiswa KKN dengan KWT juga dilakukan terkait organisasi produksi dan penyiapan peningkatan kapasitas produksi jika permintaan pasar meningkat. Kegiatan pengabdian ini menghasilkan produk unggulan berbasis potensi lokal, yakni sirup cabe dengan merek Chirella dengan variasi pedas dan sirup telang merk Rembuelang dengan variasi rasa *mint*. Di samping itu, melalui kegiatan ini masyarakat menjadi mampu mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sehingga dapat memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: sinergi; pengembangan; produk; wisata

A. PENDAHULUAN

Desa Pakembinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, terletak di 500 mdpl dan dekat dengan Gunung Merapi (BKKBN, 2024). Desa Pakembinangun dilewati oleh Kali Kuning dan Kali Trasi (BPS Kabupaten Sleman, 2022). Secara geografis, luas wilayahnya 4,18 km² (BKKBN, 2024) dan sebagian besar merupakan kawasan pegunungan. Lingkungannya sangat alami dan menarik bagi penduduk perkotaan untuk menikmati udara yang bebas polusi. Pemerintah Desa Pakembinangun menyadari bahwa desanya memiliki potensi sumber daya alam yang cocok untuk pengembangan wisata. Selain kondisi alam yang mendukung, desa ini juga dilengkapi dengan fasilitas kesehatan yang memadai dan telah lama dikenal sebagai tempat penyembuhan. Namun, hingga saat ini, desa ini belum banyak dikunjungi oleh wisatawan yang datang ke destinasi wisata Kaliurang.

Berdasarkan Naskah Akademik yang disusun oleh Tim Pengabdian Masyarakat pada tahun 2023, diketahui bahwa pengembangan pariwisata di Desa Pakembinangun dimulai sejak tahun 2002. Berbagai fasilitas seperti hotel, vila, dan rumah makan terus berkembang, tetapi pertumbuhan ini masih belum memiliki pondasi yang kuat. Sehubungan dengan hal tersebut dapat dikatakan bahwa Desa Pakembinangun telah merencanakan pengembangan desa wisata.

Desa Pakembinangun memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata penyembuhan (*healing tourism*) dengan

memperkuat produk unggulan yang mendukung aktivitas tersebut. *Healing* merupakan solusi alternatif untuk mengatasi rasa bosan dalam beraktifitas (Nurul Hikmah, 2022).

Wisata penyembuhan merupakan kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam, buatan, dan manusia untuk memulihkan, merawat, dan meningkatkan kesehatan secara fisik, mental, spiritual, serta sosial. Selain memberikan manfaat kesehatan, wisata penyembuhan juga mengajarkan pola hidup sehat untuk mencegah berbagai penyakit (Darmawan, 2021) dan menjadi bagian dari penyesuaian terhadap dinamika pariwisata di era kenormalan baru (Henry, 2022).

Ada beberapa penelitian dengan model wisata penyembuhan (Hong, 2022). Kim (2015 dalam Hong, 2022) mempresentasikan model wisata Kesehatan yang menunjukkan bahwa wisata penyembuhan merupakan bagian dari wisata kesehatan. Namun, lebih lanjut Kim (2015 dalam Hong, 2022) menyebutkan bahwa wisata penyembuhan berfokus pada kegiatan luar ruangan. Wisata penyembuhan ini ditujukan untuk memulihkan diri dari kejemuhan dan kelelahan fisik serta mental yang sedang dialami oleh seseorang (Nurul Hikmah, 2022, p. 113). Hingga saat ini, Indonesia belum memiliki destinasi wisata penyembuhan yang benar-benar bersifat holistik. Program pengembangan wisata penyembuhan ini bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, peluang usaha, serta keterlibatan dan kemandirian masyarakat.

Pengembangan Produk Unggulan untuk Wisata Kesehatan Berbasis Potensi Lokal: Studi Kasus di Desa Pakembinangun, Pakem, Sleman, DI Yogyakarta

Novi Siti Kussuji Indrastuti, Susetyo Hario Putero

Pembangunan wisata berbasis masyarakat (*community based tourism-CBT*) merupakan model pembangunan yang melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan pariwisata (Rochman, 2016). Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya alam dan melestarikan kebudayaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, pada tahun 2022, Tim Pengabdian Masyarakat UGM telah melaksanakan berbagai kegiatan dengan menggunakan beberapa metode, termasuk observasi, wawancara, studi literatur, *Focus Group Discussion* (FGD), serta sosialisasi dan pelibatan mahasiswa melalui program Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM).

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilaksanakan pada tahun 2022, masih ada beberapa langkah yang perlu diambil agar ide wisata penyembuhan dapat terwujud, antara lain (a) finalisasi draf rancangan rinci Wisata Penyembuhan Desa Pakembinangun, (b) persetujuan dari berbagai pihak mengenai bentuk lembaga pengelola wisata penyembuhan, (c) tindak lanjut terhadap permohonan izin lokasi dari Gubernur DIY, dan (d) penyempurnaan rencana pengembangan wilayah serta bangunan di lokasi inti. Oleh karena itu, pada tahun 2023, Tim Pengabdian Masyarakat dan Lurah Desa Pakembinangun sepakat untuk melanjutkan kerja sama sesuai dengan Nota Kesepakatan yang telah ditandatangani sebelumnya, berdasarkan perencanaan yang telah disusun pada tahun 2022. Selain itu, keberadaan produk-produk pendukung dari masyarakat, kesiapan sumber daya manusia, serta pemahaman dan peran masyarakat terkait desain wisata penyembuhan akan menjadi faktor-faktor positif yang mendukung terwujudnya Wisata Penyembuhan Desa Pakembinangun.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat UGM dari Desember 2020 hingga Januari 2023, dapat dikatakan bahwa Desa Pakembinangun, Kapanewon Pakem,

Kabupaten Sleman, memiliki potensi dan motivasi untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya. Namun, kendala utama yang dihadapi adalah mendapatkan persetujuan dari Gubernur DIY untuk mengalihfungsikan tanah *pelungguh* untuk kegiatan pariwisata. Oleh karena itu, diperlukan penyusunan naskah akademik yang memadai sebagai dasar untuk pengajuan izin alih fungsi lahan tersebut. Selain itu, beberapa masalah lain juga perlu diselesaikan, antara lain sebagai berikut.

1. Pengembangan sumber daya manusia.
2. Pengembangan produk-produk pendukung dari masyarakat.
3. Pelatihan dan pendampingan pemasaran produk-produk.

Beberapa hal yang telah dilaksanakan melalui KKN meliputi pengembangan produk-produk pendukung dari masyarakat dan penguatan sumber daya manusia yang terkait (Putero dkk., 2022). Produk minuman sehat telah berhasil mendapatkan izin Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dan sudah mulai dipasarkan. Namun, penguatan terhadap produk tersebut masih perlu dilakukan, baik dari segi variasi rasa maupun pengembangan sumber daya manusia, agar benar-benar dapat menjadi produk unggulan daerah. Berdasarkan kacamata bauran pemasaran (*marketing mix*) dari 7 aspeknya (*price, product, promotion, place, people, process, dan physical evidence*) (Caroline dkk., 2021) baru produk dan sumber daya manusia yang telah disentuh. Adanya produk unggulan mampu meningkatkan potensi ekonomi masyarakat di suatu wilayah tertentu (Jufriyanto, 2019). Oleh karenanya pengembangan pada aspek-aspek lain perlu dilakukan, seperti menerapkan cara *branding* produk mulai dari kemasan produk hingga promosi melalui media sosial (Nenden Nur Annisa, 2024). Tiga hal ini menjadi prioritas utama yang diselesaikan oleh Tim Pengabdian Masyarakat pada tahun 2023 dibantu oleh mahasiswa KKN. Untuk meningkatkan hasilnya, diadakan *Training for Trainer* (ToT) bagi mahasiswa yang menjalankan KKN dan berinteraksi langsung dengan masyarakat. *Training for Trainer* (ToT) ini berfungsi untuk

mentransfer pengetahuan dan keterampilan mahasiswa KKN kepada masyarakat (Arina, 2022).

Di Desa Pakembangun terdapat beberapa Kelompok Wanita Tani (KWT) yang menghasilkan produk unggulan, seperti sirup cabai, sirup bunga telang, cabai bubuk, dan serundeng cabai. Produk unggulan tersebut dapat meningkatkan nilai jual dan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan (Ucu Julita, 2024). Pendampingan kepada KWT telah dilakukan sejak tahun 2022, khususnya dalam pemasaran produk-produk minuman kesehatan berbasis potensi lokal untuk memperkuat citra Desa Pakembangun sebagai pusat wisata penyembuhan. KWT Sekar Jagad, yang memproduksi sirup cabai, dan KWT Mekar Abadi, yang memproduksi sirup telang, menghadapi kendala yang cukup signifikan berupa keterbatasan sumber daya manusia sehingga kontinuitas produksi belum terjaga. Pada tahun 2023, tim Pengabdian Masyarakat telah melakukan riset pasar untuk menguji produk-produk KWT tersebut. Meskipun produk-produk ini diterima dengan baik oleh pasar, kelompok-kelompok ini masih kesulitan untuk menjangkau pasar akibat kendala sumber daya manusia. Kualitas dan variasi produk juga perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan produk lainnya.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan di atas, kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini mempunyai target, antara lain sebagai berikut:

1. Mengembangkan sumber daya manusia agar mampu memproduksi dan memasarkan produk.
2. Mengembangkan produk-produk yang relevan agar dapat diterima oleh pasar.

Program pengembangan wisata ini bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan, peluang usaha, keterlibatan masyarakat, membangun kemandirian masyarakat, dan memanfaatkan sumber daya alam melalui pengembangan produk unggulan di Desa Pakembangun, berupa sirup cabai, sirup bunga telang, cabai bubuk, dan serundeng cabai. Adapun luaran

program yang diharapkan muncul dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Adanya produk-produk lokal yang relevan dari masyarakat yang dapat dipasarkan.
2. Kesiapan sumber daya manusia yang mampu memproduksi dan memasarkan produk lokal yang relevan.

Secara umum, target dan luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penguatan produk kesehatan unggulan desa sebagai penopang wisata penyembuhan. Agar produksi minuman kesehatan unggulan desa dapat benar-benar meningkatkan perekonomian anggota KWT, kontinuitas produksi harus tetap terjaga. Salah satu caranya adalah dengan membuka pasar, seperti pasar hotel di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berupaya menyajikan produk sirup cabai dan sirup telang sebagai *welcome drink* untuk para tamu. Agar dapat memenuhi standar hotel, diperlukan permintaan spesifikasi produk secara rinci. Selanjutnya, produk perlu disesuaikan berdasarkan spesifikasi tersebut, mencakup aspek seperti kemasan, ketahanan, kekentalan, dan kapasitas produksi.

Proses penyesuaian produk agar sesuai dengan standar hotel ini memerlukan rangkaian langkah, sehingga pendampingan kepada KWT sangat penting. Pendampingan yang diberikan tidak hanya mencakup aspek produksi (termasuk kontrol kualitas), tetapi juga mencakup modifikasi dalam manajemen. Manajemen produksi yang berkelanjutan akan menghasilkan hasil yang berbeda dibandingkan dengan produksi yang sporadis. Hal ini juga berlaku untuk manajemen pemasaran. KWT diharapkan dapat melakukan pemasaran secara mandiri atau bekerja sama dengan kelompok lain di desa, seperti kelompok Karang Taruna.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Untuk mencapai target yang diharapkan, Tim Pengabdian Masyarakat menggunakan metode observasi dan menerapkan model strategi pusat pertumbuhan. Strategi pengembangan yang terfokus pada satu lokasi

Pengembangan Produk Unggulan untuk Wisata Kesehatan Berbasis Potensi Lokal: Studi Kasus di Desa Pakembinangun, Pakem, Sleman, DI Yogyakarta

Novi Siti Kussuji Indrastuti, Susetyo Hario Putero

(pusat pertumbuhan) akan mendorong penyebaran pertumbuhan ke wilayah sekunder dan tersier (sentra-sentra produksi). Integrasi tata kelola antara pusat pertumbuhan dan sentra produksi akan menghasilkan efek berganda, baik dari segi kualitas, kuantitas, maupun keberlanjutan. Selain itu, model strategi ini juga akan mendorong munculnya inovasi produk unggulan, baik di pusat pertumbuhan maupun di sentra produksi (Putero dkk., 2022). Penentuan pusat pertumbuhan dilakukan dengan memanfaatkan tanah *pelungguh* (Gambar 1) berdasarkan kesepakatan yang dilakukan dengan pihak desa. Pusat yang bernama “Wijayakusuma Healing Park” ini dirancang untuk melayani kebutuhan pengunjung akan layanan penyembuhan masalah fisik, mental, dan emosi secara medis maupun alternatif.



Gambar 1. Penentuan Pusat Pertumbuhan

Layanan-layanan seperti senam, akupunktur, pijat, fisioterapi, walking, cycling, makanan serta minuman sehat, jamu, *braingame*, yoga, dan menari pada Gambar 2 dirancang dengan model pelibatan masyarakat Desa Pakembinangun (Putero dkk., 2022).



Gambar 2. *Focus Group Discussion* (FGD)

Di samping itu, perancangan juga dilakukan dengan melibatkan mitra untuk memperoleh masukan dari para pakar perguruan tinggi, praktisi bisnis dari Kagama Gelanggang, dan Rumah Sakit Akademik

Universitas Gadjah Mada (RSA UGM). Pelibatan dilakukan baik melalui forum *Focus Group Discussion* (FGD) dan pertemuan seperti tampak pada Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 3. Pertemuan dengan Mitra untuk Mematangkan Rancangan

Adanya layanan-layanan ini membuka peluang usaha masyarakat dan meningkatkan pendapatan desa secara berkelanjutan melalui retribusi pengunjung, produksi minuman dan makanan sehat unggulan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT), pemandu wisata, petugas administrasi, petugas pengecek kesehatan, instruktur senam, pemijat, penyediaan akomodasi, anak-anak peserta latihan tari, dan sebagainya.

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, fokus utama produk yang akan dikuatkan adalah sirup cabai dan sirup telang produk KWT Desa Pakembinangun.

Pendampingan Perluasan Pasar

Dengan memanfaatkan jejaring alumni, dilakukan pendekatan kepada hotel yang ada di D.I.Yogyakarta untuk dapat memanfaatkan produk unggulan Desa Pakembinangun berupa minuman kesehatan sebagai *signature drink* mereka. Luaran yang diharapkan adalah umpan balik dari calon pembeli untuk dijadikan sebagai saran atau masukan dalam hal penyesuaian produk.

Penyesuaian Produksi terhadap Umpan Balik dari Pasar

Umpan balik dari pasar akan digunakan untuk melakukan modifikasi atau perbaikan produksi minuman kesehatan supaya dapat memenuhi kebutuhan dan persyaratan hotel. Umpan balik tersebut dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas produk, kemasan produk, kapasitas produk, dan manajemen produk. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa

KKN, pakar dari UGM, atau alumni yang kompeten.

Pendampingan Pembuatan Konten untuk Kanal Digital Desa

Pembuatan kanal digital desa menjadi peluang positif bagi KWT untuk memperluas jangkauan pemasaran produk minuman kesehatan. KWT akan didampingi dan diberi pelatihan untuk menyiapkan konten produk minuman kesehatan. Hal-hal yang disiapkan antara lain narasi dan foto/video sesuai kebutuhan. Pendampingan pembuatan konten digital ini dilaksanakan melalui kegiatan KKN.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian kepada masyarakat telah beberapa kali melakukan pertemuan dengan General Manager Hotel Patra Malioboro beserta jajarannya dalam rangka perbaikan kualitas produk. Berikut beberapa masukan dari beberapa hotel berbintang di DI Yogyakarta mengenai produk minuman kesehatan Desa Pakembinangun:

1. Label kurang memadai tingkat keterbacaannya
2. Botol yang digunakan masih kurang sesuai dengan standar hotel
3. Rasa pedas pada sirup cabai masih terlalu keras
4. Warna sirup telang terlalu pucat

Beberapa masukan tersebut ditindaklanjuti dengan perbaikan yang dipandu oleh tim KKN-PPM Periode 2 tahun 2024. Produk yang telah diperbaiki akan dimintakan lagi masukan dari *bar tender* hotel. Pada pertemuan terbaru, terdapat sedikit catatan terkait tingkat kemanisan sirup telang. Walaupun demikian, produk yang sudah diperbaiki akan tetap diuji coba sebagai *welcome drink* di hotel tersebut. Pihak manajemen hotel juga menyetujui untuk memajang produk-produk tersebut di Hotel Patra Malioboro. Dalam rangka persiapan pemajangan produk di Hotel Patra Malioboro dan Bank Pembangunan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Bank BPD DIY) Cabang Pakem, dibuatlah materi promosi secara cetak

dan noncetak yang telah diunggah melalui media sosial dari KWT.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat serta KKN-PPM Periode 2 tahun 2023 terutama adalah pendampingan kesiapan sumber daya manusia yang mampu memproduksi dan memasarkan produk unggulan minuman kesehatan. Akan tetapi, ketergantungan KWT terhadap tim masih tinggi. Pada pendampingan oleh KKN-PPM, KWT dibantu pemasaran produk-produk pendukung dan sedang menjajaki beberapa produk baru untuk mengatasi harga jual yang dirasa masih mahal, seperti cabai bubuk dan serundeng cabai.



Gambar 4. Antusiasme KWT Saat Pelatihan Pembuatan Produk



Gambar 5. Produk-Produk Minuman Sehat Produksi KWT

Masalah utama yang dihadapi KWT untuk menghasilkan produk minuman kesehatan adalah keterbatasan jumlah personal yang aktif. Hal tersebut berdampak pada terbatasnya kemampuan untuk memasarkan produk, sehingga jangkauan pasar belum meluas, hanya dijual dalam area yang sangat lokal. Tim Pengabdian kepada Masyarakat bersama dengan KKN PPM Periode 2 tahun 2023 melakukan Pelatihan Pendampingan (*Training for Mentor*) Pemasaran dan Sales Skala Masyarakat untuk mahasiswa KKN PPM-UGM di Desa Pakembinangun pada tanggal 3-11 Juni 2023. Acara tersebut dibuka

Pengembangan Produk Unggulan untuk Wisata Kesehatan Berbasis Potensi Lokal: Studi Kasus di Desa Pakembinangun, Pakem, Sleman, DI Yogyakarta

Novi Siti Kussuji Indrastuti, Susetyo Hario Putero

oleh Direktur Pengabdian kepada Masyarakat UGM. Pada acara tersebut, para mahasiswa dilatih menyusun rencana pemasaran dan penjualan oleh para pakar dari Komunitas Kagama Gelanggang. Rencana yang mereka susun kemudian divalidasi dengan cara mencoba melakukan penjualan sesuai rencana tersebut (riset pasar). Untuk melakukan validasi tersebut, para mahasiswa dibagi dalam 4 kelompok. Setiap personil dibekali dengan 3 sirup telang dan 3 sirup cabai untuk dijual. Hasil dari uji penjualan dipresentasikan pada tanggal 11 Juni 2023 dan menjadi masukan untuk memperbaiki rencana yang telah disusun agar lebih mudah didiskusikan dengan KWT untuk perbaikan. Acara tersebut telah dipublikasikan melalui situs Keluarga Alumni Universitas Gadjah Mada (KAGAMA) (<https://pengabdian.ugm.ac.id/2023/06/14/kagama-gelanggang-sinergi-dpkm-ugm-gelar-pelatihan-pendampingan-pemasaran-sales-untuk-mahasiswa-yang-kkn-di-pakembinangun/>).

Selama periode KKN, tim KKN-PPM UGM Periode 2 2023 dan 2024 secara aktif mendampingi KWT, baik dalam produksi maupun pemasaran. Para mahasiswa juga rutin berkonsultasi dengan tim Pengabdian kepada Masyarakat terkait permasalahan yang dihadapi. Tim telah melakukan pendampingan luring sebanyak 3 kali. Pertemuan pertama antara tim dan KWT bertujuan untuk mendapatkan laporan hasil setelah pelatihan. Pada kesempatan tersebut juga didiskusikan tentang potensi pasar di luar Pakembinangun, pengembangan produk baru untuk menekan harga jual agar lebih kompetitif dan strategi pemasaran produk-produk sesuai dengan hasil riset pasar yang telah dilakukan selama pelatihan. Pertemuan kedua diadakan ketika KWT melakukan produksi yang dihadiri oleh Lurah Pakembinangun. Tim mengamati cara kerja ibu-ibu, kemudian memberikan masukan kepada tim KKN terkait bantuan yang dapat mereka lakukan kepada KWT, khususnya terkait jaminan kualitas produk. Diskusi juga dilakukan secara langsung kepada KWT terkait organisasi produksi dan penyiapan

peningkatan kapasitas produksi jika permintaan pasar meningkat. Dalam kegiatan ini juga tampak bahwa masalah label yang teridentifikasi saat pelatihan telah dapat diatasi oleh tim KKN.

Riset pasar yang telah dilakukan menjadi acuan penting dalam pendampingan pemasaran. Tim pengabdian masyarakat terus menerus melakukan riset pasar bersama dengan tim KKN melalui jejaring yang dimiliki. Adanya akses tim kepada Kagama Sleman memunculkan kesempatan untuk promosi dan riset pasar di booth mereka dalam acara Pameran Potensi Daerah 2023. Pameran diadakan di Lapangan Denggung Kabupaten Sleman pada tanggal 7-16 Juli 2023. Dalam pameran tersebut, tim KKN melakukan riset pasar untuk sirup cabai. Dampak dari keikutsertaan tersebut adalah meningkatnya pengetahuan pasar dan semangat dari KWT untuk terus berproduksi. Selain itu juga memicu ide untuk menjualnya dalam bentuk produk siap minum. Dalam rangka persiapan dalam acara yang diselenggarakan pada tanggal 27 Juli s.d. 5 Agustus 2023 tersebut, pendampingan kepada tim KKN telah dilaksanakan oleh tim. Beberapa pilihan bentuk keikutsertaan dan bentuk produk yang akan dipasarkan dibahas di dalam acara tersebut. Produk yang disertakan adalah sirup telang dan sirup cabai dalam bentuk siap minum.

Hasil dari keikutsertaan adalah lebih dikenalnya produk-produk ini karena pengunjung tidak hanya berdomisili di Yogyakarta. Bahkan, 23 produk ini dipromosikan secara gratis oleh beberapa pengunjung melalui video yang mereka buat. Pawang hujan yang fenomenal, Mbak Rara, juga mengunjungi *booth* di Pasar Kangen sehingga paparan produk menjadi lebih luas. Paparan kepada komunitas lokal juga dilakukan selama acara ini, yakni kepada komunitas kopi yang diajak bekerja sama dan berpartisipasi di Pasar Kangen. Hasil riset pasar di The Alana Hotel & Convention Centre adalah adanya persetujuan untuk memajang produk sirup dari Pakembinangun di toko oleh-

oleh yang ada di hotel tersebut. Produk itu juga telah disetujui untuk diujicobakan sebagai *welcome drink* di Hotel Patra Malioboro Yogyakarta. Kerja sama secara resmi yang dituangkan dalam bentuk dokumen kerja sama sedang disiapkan dan didiskusikan terkait isi dokumen tersebut. Selain riset kepada institusi bisnis, riset juga dilakukan terhadap individu, bahkan warga negara asing. Masukan mereka terhadap produk sirup telang dapat dikatakan tidak ada, karena produk tersebut sudah mereka kenal, berbeda dengan sirup cabai yang belum pernah dikenal sebelumnya. Meskipun demikian, sirup cabai ini dapat berterima setelah mereka mencoba rasa sirup ini. Masukan untuk produk ini antara lain terkait tidak adanya rekomendasi cara penyajian yang baik pada label sehingga mereka harus melakukan uji coba untuk menemukan rasa yang pas.

Keberlanjutan program pemasaran masih menjadi masalah yang harus dipecahkan karena keterbatasan jumlah dan kemampuan personal KWT. Perlibatan pemuda juga telah diupayakan, namun ternyata mereka lebih tertarik untuk bekerja di kota. Untuk mengatasi hal itu, tim telah berdiskusi dengan alumni yang tergabung dalam komunitas Kagama Gelanggang untuk membentuk tim yang akan membantu pemasaran produk sampai KWT dapat mandiri. Tim tersebut juga harus memiliki kerja sama secara resmi dengan Direktorat Pengabdian kepada Masyarakat UGM. Sampai saat ini produk pendukung kesehatan yang telah dipasarkan adalah sirup cabai yang resepnya berasal dari mahasiswa KKN-PPM UGM Periode 2 tahun 2022. Sirup ini dibuat oleh KWT Wonogiri dengan harga jual Rp38.000,00,- (tiga puluh delapan ribu rupiah). Berdasarkan riset pasar, harga ini dianggap masih terlalu tinggi dan kurang dapat bersaing oleh para pembeli. Untuk mengatasinya, dicoba untuk membuat produk lain yang berbahan cabai, seperti bubuk cabai dan bumbu cabai sehingga dari bahan cabai segar tidak hanya menghasilkan satu produk.

Pengalaman yang didapatkan pada saat mengikuti Pameran Potensi Daerah 2023 dan

Pasar Kangen menunjukkan bahwa produk dalam bentuk siap minum lebih diminati. Selain sirup cabai, produk lain yang akan didampingi pemasarannya adalah sirup bunga telang dari KWT Dusun Kertodadi dan serundeng cabai dari KWT dusun Paraksari. Saat ini kelembagaan 2 KWT ini sedang dibenahi agar mampu memproduksi dengan baik, termasuk menjaga kestabilan kualitas produknya. Salah satu keluhan dari KWT Dusun Kertodadi adalah tidak adanya pendampingan oleh KKN Periode 2, karena tidak ditunjuk sebagai lokasi KKN. Untuk itu, direncanakan agar pelaksanaan program mahasiswa KKN Periode 4 dapat meng-cover dusun yang lain.

Sosialisasi kepada para pengampu kepentingan merupakan hal yang harus dilakukan agar dapat segera ditindak lanjuti. Salah satunya adalah dalam bentuk penyusunan Peraturan Desa (Perdes) terkait pengembangan wisata kesehatan di Pakembinangun berdasarkan Naskah Akademik yang telah disusun pada 2023. Kegiatan yang terkait dengan pengembangan produk unggulan, antara lain sebagai berikut.

1. Perlibatan masyarakat, khususnya para pemuda dalam pemasaran produk-produk unggulan, khususnya minuman kesehatan.
2. Perluasan jangkauan kerja mahasiswa KKN-PPM agar dusun yang tidak menjadi lokasi KKN juga dapat dilayani dan lokasi KKN menjadi semacam pos komando program KKN.

Diskusi Reflektif Capaian Program

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan, berikut ini refleksi capaian program:

1. Mengembangkan sumber daya manusia agar mampu memproduksi dan memasarkan produk.
2. Mengembangkan produk-produk yang relevan agar dapat diterima oleh pasar/dapat dipasarkan.

Pengembangan Produk Unggulan untuk Wisata Kesehatan Berbasis Potensi Lokal: Studi Kasus di Desa Pakembinangun, Pakem, Sleman, DI Yogyakarta

Novi Siti Kussuji Indrastuti, Susetyo Hario Putero

D. PENUTUP

Simpulan

Secara umum, program telah dilaksanakan meskipun belum sepenuhnya mencapai kondisi ideal yang diharapkan. Namun demikian, program ini telah membawa dampak positif bagi Masyarakat. Dampak positif tersebut sebagai berikut: Pertama, terciptanya produk unggulan berbasis potensi lokal, yakni sirup cabe dan telang yang ke depan diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Kedua, adanya penggunaan merk sirup Chirella dengan variasi pedas dan sirup telang dengan merk Rembuelang yang memiliki variasi rasa mint. Ketiga, penggunaan dan pemanfaatan media sosial yang dimotori oleh mahasiswa KKN UGM sangat membantu upaya perluasan jangkauan pemasaran dan promosi produk.

Saran

Masalah utama yang dihadapi terkait produk-produk kesehatan unggulan adalah waktu yang diperlukan untuk mencapai keseimbangan antara pasar dan kapasitas produksi masing-masing KWT. Oleh karena itu, diperlukan sebuah lembaga yang dapat berfungsi sebagai jembatan hingga KWT bisa mandiri dalam memproduksi produk kesehatan unggulan. Dalam hal ini, peran DPkM dan alumni sangat penting dalam membentuk lembaga tersebut. Oleh karena itu, disarankan agar pengembangan program ini dilanjutkan dengan dukungan dari UGM, tidak hanya dalam bentuk pengiriman mahasiswa KKN, tetapi juga melibatkan para pakar yang sesuai dengan kebutuhan yang ada.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Direktur Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Gadjah Mada dan jajarannya; Dekan Fakultas Ilmu Budaya UGM dan jajaran pengurus Departemen Bahasa dan Sastra; Dekan Fakultas Teknik dan jajaran pengurus Departemen Teknik Nuklir dan Teknik Fisika; mahasiswa dan alumni yang tergabung dalam Keluarga Alumni Gadjah Mada (Kagama) Gelanggang; Kagama Sleman; serta

mahasiswa KKN-PPM Periode 2 tahun 2023 dan 2024.

E. DAFTAR PUSTAKA

- BKKBN. (2024). *Profil Pakembinangun*. Diunduh dari <https://kampungkb.bkkbn.go.id/kampung/12668/pakembinangun#> (diakses 8 Oktober 2024).
- BPS Kabupaten Sleman. (2022). Kecamatan Pakem Dalam Angka 2022. Sleman: BPS Kabupaten Sleman. Diunduh dari <https://slemankab.bps.go.id/publication/download.html>.
- Caroline E., Imam Santoso, Panji Deoranto. (2021). “Pengaruh Marketing Mix (7P) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar di Malang”. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 10-19. Retrieved from <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/19055/20338>.
- Darmawan, I Gde Haryanta *et al.* (2021). “Wellness Center di Kota Denpasar dengan Pendekatan Healing Environment”. *Jurnal Undagi*, 9(1), 134—142. Retrieved from <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/undagi/index>.
- Hong, Vuong Le. (2022). Healing Tourism as the “New Normal” in Tourism Industry: Through Expert’s Perspective. In Proceedings of the International Academic Conference on Tourism (INTACT) “Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions” (INTACT 2022) (pp. 3-9). DOI: http://dx.doi.org/10.2991/978-2-494069-73-2_2.
- Susanti, Herny. (2022). “Wellness Tourism sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal”. *JSU Jurnal Sosiologi USK*, 16(1), Retrieved from <https://doi.org/10.24815/jsu.v16i1.24744>.

- Putero, Susetyo Hario. (2022). Pengembangan Berkelanjutan Wisata Penyembuhan (*Healing Tourism*) di Desa Pakembinangun, Kapanewon Pakem, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Laporan Akhir Program Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Pengembangan Desa Binaan. Yogyakarta: Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada.
- Arina, B. D. (2022). Training of Trainer Fasilitator Outbound Guna Menumbuhkan Basic Skills Generasi Muda. *Dikmas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2, 1212-1216.
- Jufriyanto, M. (2019). Pengembangan Produk Unggulan Sebagai Potensi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa di Kecamatan Modung Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 5, 28-32.
- Nenden Nur Annisa, A. S. (2024). Branding Produk Sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Produk Gula Merah. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 2, 2268-2273.
- Nurul Hikmah, N. K. (2022). Healing Sebagai Strategi Coping Stress Melalui Pariwisata. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3, 113-124.
- Rochman, N. (2016). Model Pengembangan Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *Equilibria Pendidikan: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 1, 59-70.
- Ucu Julita, M. A. (2024). Inovasi Produk Unggulan Desa Berbasis Potensi Lokal Labu Siam (Sechium Edule) di Wilayah Pemberdayaan Desa Cipaganti, Kabupaten Garut). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 13, 26-35.