

Strategi Pengembangan dan Pengolahan Jamu Sebagai Inovasi Produk UMKM di Desa Balai Kasih

¹Tafana Ariani, ²Nayla Dinda Pratama, ³Amal Hayati, ⁴Auladia Dinda Rahmah, ⁵Ade Rizky Syuhada

¹²³⁴⁵) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 20235, Indonesia

E-mail: tafanaariani04@gmail.com¹, nayladindapratama@gmail.com²

ABSTRAK

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis potensi lokal merupakan strategi penting dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa. Desa Balai Kasih memiliki potensi Tanaman Obat Keluarga (TOGA) yang melimpah, namun pemanfaatannya sebagai produk bernilai ekonomi masih belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam mengembangkan dan mengolah jamu sebagai inovasi produk unggulan desa. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan pendidikan masyarakat, pelatihan pengolahan jamu yang higienis, difusi ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pendampingan pengembangan produk dan pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam proses produksi jamu, diversifikasi produk menjadi jamu cair siap minum dan jamu serbuk instan, serta peningkatan kualitas kemasan dan pemahaman strategi pemasaran digital. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kesiapan UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional dan berdaya saing. Dengan demikian, pengembangan jamu berbasis TOGA berpotensi menjadi sumber pendapatan berkelanjutan serta mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat Desa Balai Kasih.

Kata kunci : *Jamu Tradisional, Inovasi Produk, UMKM, Pemberdayaan Masyarakat*

ABSTRACT

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on local potential is an important strategy in encouraging the economic independence of village communities. Balai Kasih Village has abundant potential for Family Medicinal Plants (TOGA), but its use as a product with economic value is still not optimal. This community service activity aims to increase the capacity of MSMEs in developing and processing herbal medicine as an innovation of superior village products. The method of implementing activities uses a participatory approach through the stages of community education, hygienic herbal medicine processing training, diffusion of science and technology, and assistance in product development and marketing. The results of the activity show that there is an increase in the knowledge and skills of partners in the herbal medicine production process, product diversification into ready-to-drink liquid herbs and instant powdered herbs, as well as improving packaging quality and understanding of digital marketing strategies. This activity has a positive impact on the readiness of MSMEs to manage their businesses in a more professional and competitive manner. Thus, the development of TOGA-based herbal medicine has the potential to become a source of sustainable income and support the economic empowerment of the people of Balai Kasih Village.

Keyword : *Traditional Herbal Medicine; Product Innovation; MSMEs; Community Empowerment*

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan pengentasan kemiskinan di daerah pedesaan (Tambunan, 2019). Karena mereka mampu memanfaatkan sumber daya yang ada di sekitar mereka, pengembangan UMKM berbasis potensi lokal menjadi pendekatan yang relevan dan berkelanjutan dalam konteks pembangunan desa (Suryana, 2018). Tanaman obat keluarga (TOGA), yang berpeluang menjadi produk bernilai ekonomi, adalah salah satu potensi lokal yang banyak dimiliki desa-desa di Indonesia.

Jamu, minuman kesehatan tradisional yang dibuat dari bahan alami, telah digunakan secara turun-temurun di Indonesia untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh (Elfahmi et al., 2014). Menurut World Health Organization (2019), permintaan produk herbal dan jamu meningkat di pasar domestik dan internasional sebagai akibat dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat dan kecenderungan untuk kembali ke produk alami. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan jamu sebagai komoditas unggulan yang berbasis kearifan lokal. Meskipun demikian, UMKM jamu masih menghadapi banyak tantangan. Ini termasuk kurangnya pengetahuan tentang pengolahan yang higienis, kurangnya inovasi produk, desain kemasan yang tidak menarik, dan strategi pemasaran yang buruk (Rahmawati et al., 2023). Studi menunjukkan bahwa di pasar yang semakin kompetitif, daya saing UMKM dihalangi oleh kualitas kemasan dan inovasi produk yang rendah (Nur et al., 2025).

Desa Balai Kasih memiliki banyak tanaman herbal seperti serai, kunyit, jahe, dan temulawak. Namun, sebagai produk UMKM yang bernilai jual, potensi ini belum dimanfaatkan sepenuhnya. TOGA masih hanya digunakan di rumah dan belum dikembangkan secara menyeluruh menjadi produk jamu inovatif yang memenuhi standar pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara kemampuan masyarakat untuk mengubah sumber daya lokal menjadi produk ekonomi kreatif dan potensinya.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan dan pengolahan jamu sebagai inovasi produk UMKM di Desa Balai Kasih. Diharapkan melalui pendidikan, pelatihan, & pendampingan, UMKM dapat meningkatkan nilai tambah produk jamu, meningkatkan daya saing, dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

2. LANDASAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian nasional karena berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta penguatan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. UMKM memiliki karakteristik fleksibel, berbasis sumber daya lokal, serta mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi (Tambunan, 2019). Pengembangan UMKM berbasis potensi lokal dipandang sebagai strategi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan karena mampu mengoptimalkan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar masyarakat (Suryana, 2018).

Tanaman Obat Keluarga (TOGA)

Tanaman Obat Keluarga (TOGA) merupakan tanaman yang dibudidayakan di pekarangan rumah dan dimanfaatkan sebagai bahan obat tradisional untuk menjaga kesehatan dan mencegah penyakit. TOGA memiliki nilai strategis karena mudah dibudidayakan, ramah lingkungan, serta memiliki potensi ekonomi apabila diolah secara tepat (Nhestricia et al., 2024). Pemanfaatan TOGA sebagai bahan baku jamu tidak hanya mendukung kesehatan masyarakat, tetapi juga dapat menjadi sumber bahan baku berkelanjutan bagi UMKM berbasis kearifan lokal.

Jamu Tradisional sebagai Produk Herbal

Jamu merupakan warisan budaya Indonesia yang dibuat dari bahan-bahan alami seperti rimpang, daun, dan rempah-rempah yang berkhasiat bagi kesehatan. Jamu telah digunakan secara turun-temurun sebagai minuman kesehatan dan pengobatan tradisional (Elfahmi et al., 2014). Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, produk jamu dan herbal mengalami peningkatan permintaan baik di pasar domestik maupun global (WHO, 2019). Hal ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan jamu sebagai produk unggulan bernilai ekonomi.

Inovasi Produk UMKM

Inovasi produk merupakan upaya pembaruan atau pengembangan produk yang bertujuan meningkatkan nilai tambah, kualitas, dan daya saing usaha. Bagi UMKM, inovasi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Nur et al., 2025). Inovasi pada produk jamu dapat dilakukan melalui diversifikasi bentuk produk, peningkatan kualitas pengolahan, serta

penyesuaian dengan kebutuhan dan preferensi konsumen modern, seperti jamu serbuk instan dan jamu siap minum.

Pengemasan dan Branding Produk

Kemasan dan merek (branding) memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Kemasan tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dan identitas produk di pasar (Kotler & Keller, 2016). Bagi UMKM jamu, kemasan yang higienis, informatif, dan menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas serta memperluas jangkauan pemasaran produk.

Pemasaran UMKM dan Pemasaran Digital

Pemasaran merupakan aktivitas penting dalam memastikan produk dapat dikenal dan diterima oleh konsumen. Pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial menjadi strategi yang efektif bagi UMKM karena biayanya relatif rendah dan jangkauannya luas (Rahmawati & Nugroho, 2020). Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk memperkenalkan produk jamu secara lebih luas, membangun interaksi dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan secara berkelanjutan.

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses meningkatkan kemampuan dan kemandirian masyarakat dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan. Pemberdayaan UMKM berbasis potensi lokal, seperti TOGA dan jamu tradisional, dapat menciptakan ekonomi desa yang mandiri dan berkelanjutan (Suryana, 2018). Melalui pelatihan, pendampingan, dan difusi teknologi,

masyarakat diharapkan mampu mengelola usaha secara lebih profesional dan berdaya saing.

3. METODOLOGI

kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Balai Kasih dengan melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) jamu serta kelompok masyarakat yang memiliki potensi Tanaman Obat Keluarga (TOGA). Metode pelaksanaan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat, dengan tujuan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga keterampilan dan kemandirian UMKM dalam mengembangkan produk jamu sebagai inovasi berbasis potensi lokal. Pendekatan dan Tahapan Kegiatan Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yang saling terintegrasi, yaitu sebagai berikut:

1. Pendidikan Masyarakat

Tujuan dari tahap awal adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman mitra tentang peluang pengembangan jamu sebagai produk unggulan desa. Ini dicapai melalui penyuluhan dan diskusi interaktif tentang potensi ekonomi jamu tradisional, tren pasar produk herbal, dan pentingnya inovasi produk UMKM.

2. Pelatihan Pengolahan Jamu

Fokus pelatihan adalah praktik langsung pengolahan jamu yang higienis dan aman, mulai dari pemilihan bahan baku herbal, pencucian, pengolahan, pengeringan, dan pengemasan. Mitra dididik untuk menghasilkan berbagai jenis jamu, termasuk jamu cair siap minum dan jamu serbuk instan, dengan mempertimbangkan standar sanitasi dan kualitas produk.

3. Difusi Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Ipteks)

Pada titik ini, UMKM mulai menggunakan teknologi sederhana yang mudah digunakan dan dapat diterapkan, seperti alat pengering herbal, blender, dan grinder untuk membuat serbuk jamu. Selain itu, mereka juga mulai menggunakan teknik pengemasan modern. Tujuan difusi ipteks adalah untuk meningkatkan efisiensi produksi dan meningkatkan konsistensi kualitas produk jamu.

4. Pendampingan dan Advokasi UMKM

Pengembangan merek, desain kemasan, penentuan harga, dan strategi pemasaran melibatkan pendampingan yang berkelanjutan. Mitra membantu mempromosikan produk melalui pemasaran digital dan media sosial. Selain itu, untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dilakukan advokasi tentang pentingnya perizinan usaha dan keamanan pangan.

5. Evaluasi Kegiatan

Untuk menilai peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan UMKM untuk mengembangkan produk jamu secara mandiri, evaluasi dilakukan melalui wawancara, diskusi, dan observasi dengan mitra. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan keberlanjutan program pengabdian.

Metode yang terintegrasi ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM untuk mengelola dan mengembangkan produk jamu sebagai inovasi berbasis potensi lokal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil analisis fenomena di wilayah penelitian yang relevan dengan tema kajian. Hasil penelitian hendaknya dibandingkan dengan teori dan temuan penelitian yang relevan. Sejumlah capaian yang dihasilkan oleh kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa

Balai Kasih dapat dianalisis secara kualitatif maupun deskriptif kuantitatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra UMKM tidak hanya memiliki keterampilan teknis yang berubah, tetapi mereka juga mengubah cara berpikir kewirausahaan, menciptakan produk baru, dan menggunakan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Peningkatan Kapasitas Pengolahan Jamu

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa mitra UMKM lebih memahami dan memiliki keterampilan untuk menerapkan proses pengolahan jamu yang higienis dan terstandar. Sebelum pengabdian, sebagian besar mitra masih memproduksi jamu secara tradisional tanpa memperhatikan sanitasi dan konsistensi kualitas. Setelah mengikuti pelatihan, mitra dapat menerapkan proses produksi yang lebih sistematis, mulai dari pemilihan bahan baku herbal berkualitas, pencucian yang higienis, pengolahan sesuai takaran, hingga pengemasan yang lebih aman.

Karena kualitas proses produksi memengaruhi kualitas produk dan kepercayaan pelanggan, peningkatan kapasitas ini sangat penting. Menurut Elfahmi et al. (2014), kualitas produk dan penerimaan pasar dapat ditingkatkan dengan menerapkan praktik pengolahan yang baik (good manufacturing practices) pada jamu tradisional.

Inovasi dan Diversifikasi Produk Jamu

Kegiatan pengabdian juga mendorong inovasi dan diversifikasi produk jamu. Produk yang awalnya hanya berupa jamu segar yang mudah rusak telah berkembang menjadi beberapa varian, seperti jamu cair siap minum dalam botol dan jamu serbuk instan. Karena produk menjadi lebih praktis, memiliki daya simpan lebih lama, dan dapat menjangkau pasar yang

lebih luas, diversifikasi ini menambah nilai.

Sebagaimana dinyatakan oleh (Nur et al., 2025), inovasi produk meningkatkan keberlanjutan dan keunggulan kompetitif UMKM. Variasi produk memberi UMKM Desa Balai Kasih peluang lebih besar untuk menyesuaikan produk mereka dengan preferensi konsumen.

Pengembangan Kemasan Identitas Merek

Perspektif produk jamu mengalami perubahan yang signifikan sebagai hasil dari penggabungan elemen pengemasan dan pembentukan identitas merek. Mitra UMKM mulai menggunakan kemasan yang lebih menarik, higienis, dan informatif dengan label merek, komposisi bahan, dan tanggal kedaluwarsa yang tercantum. Persepsi konsumen tentang produk menjadi lebih baik berkat perbaikan kemasan ini.

Hal ini selaras dengan pendapat Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa merek dan kemasan berfungsi sebagai alat pemasaran yang dapat memengaruhi keputusan pembelian karena mereka tidak hanya melindungi produk. Produk jamu UMKM menjadi lebih kompetitif di pasar yang lebih luas berkat kemasan yang lebih profesional.

Penguatan Strategi Pemasaran UMKM

Dalam hal pemasaran, hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra UMKM mulai menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan produk jamu. Penggunaan platform digital memungkinkan konsumen lokal di sekitar desa untuk mencapai jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas. Strategi pemasaran digital dianggap lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik UMKM.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan

Nugroho (2020), yang menyatakan bahwa penggunaan pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas produk UMKM dan membuka lebih banyak pasar. Produk jamu UMKM memiliki potensi untuk berkembang secara berkelanjutan dengan strategi pemasaran yang tepat.

Implikasi terhadap Pemberdayaan dan Kemandirian Masyarakat

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa strategi pengembangan dan pengolahan jamu yang didasarkan pada inovasi produk mendorong pemberdayaan masyarakat Desa Balai Kasih. Mitra UMKM tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi mereka juga menjadi lebih percaya diri dan siap mengelola bisnis mereka secara lebih profesional.

Hasil ini mendukung pendapat Suryana (2018) bahwa pemberdayaan UMKM yang berbasis potensi lokal dapat mendorong pembangunan ekonomi desa. UMKM Desa Balai Kasih memiliki peluang untuk menciptakan sumber pendapatan berkelanjutan yang berbasis kearifan lokal dengan menggunakan tanaman herbal sebagai produk unggulan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Balai Kasih menunjukkan bahwa strategi pengembangan dan pengolahan jamu berbasis potensi lokal mampu meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM. Melalui pendekatan pendidikan masyarakat, pelatihan pengolahan jamu yang higienis, difusi ilmu pengetahuan dan teknologi, serta pendampingan pemasaran, UMKM mampu mengolah tanaman obat keluarga (TOGA) menjadi produk jamu yang lebih inovatif, bernilai tambah, dan siap dipasarkan.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan

mitra dalam proses produksi jamu, diversifikasi produk, pengemasan, serta pemahaman terhadap pentingnya branding dan pemasaran digital. Inovasi produk jamu dalam bentuk jamu cair siap minum dan jamu serbuk instan memberikan peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Secara keseluruhan, pengembangan UMKM jamu berbasis kearifan lokal tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas produk dan potensi pendapatan, tetapi juga berkontribusi terhadap pemberdayaan dan kemandirian ekonomi masyarakat desa. Oleh karena itu, penguatan inovasi produk, pendampingan berkelanjutan, dan perluasan akses pasar menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan pengembangan UMKM jamu di Desa Balai Kasih.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dan mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada perangkat Desa Balai Kasih dan para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif serta memberikan kerja sama yang baik selama seluruh rangkaian kegiatan berlangsung. Selain itu, penulis juga menyampaikan apresiasi kepada civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan dukungan, arahan, dan fasilitasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga hasil kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Elfahmi, Woerdenbag, H. J., & Kayser, O. (2014). Jamu: Indonesian traditional herbal medicine towards rational phytopharmacological use. *Journal of Herbal Medicine*, 4(2), 51–73.

- Eko, R., Susanto, W., Dony, A., Bahtiar, M., Bakhtiar, Y., & Huda, M. (2023). Increasing the productivity of MSMEs processing herbal medicine with appropriate technology for choppers and grinders. *Journal of Community Empowerment*, 8(2), 680–692.
- Fitri, R., Elfia, N., Wiliandri, R., Anastasia, A., & Sopiah. (2025). Enhancing MSME capacity through product innovation for sustainable community empowerment. *Journal of Community Development*, 5(2), 467–474.
- Kartika, T., & Suharti, B. (2020). Jamu as herbal medicine: A study of health communication. *Journal of Health Communication Studies*, 1(1), 1–5.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Listyani, T. A., Ayu, D., & Permatasari, I. (2022). Inovasi es lilin jamu dan knowledge empowerment terhadap UMKM jamu tradisional di Kampung Surobowan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 141–149.
- Nhestricia, N., Utami, N. F., Sulistiyono, F. D., Riswana, D. P., & Putra, A. D. (2024). Empowerment of micro, small, and medium enterprises in making traditional herbal medicine from family medicinal plants as an effort to achieve SDGs. *Journal of Community Service*, 2(1), 1–9.
- Niva, C. K., Suhailah, D., & Megakartikaningtyas, E. (2024). Inovasi serbuk instan temulawak, kunyit asam, dan beras kencur serta penguatan branding produk jamu UMKM. *Jurnal Inovasi UMKM*, 1(1), 8–13.
- Nur, F., Azizah, R., Fadhillah, E., & Maretta, N. A. (2025). Inovasi produk jamu: Strategi peningkatan nilai melalui konsep kantong celup yang praktis dan efisien. *Jurnal Dinamis*, 5(1), 113–123.
- Rahmawati, S., Martiana, J., Andriani, N., & Aminah, S. (2023). Pengembangan ekonomi kreatif jamu tradisional herbal. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat IKRAITH*, 7(1), 1–10.
- Rahmawati, S., & Nugroho, A. (2020). Strategi pemasaran digital bagi UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 1–12.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- World Health Organization. (2019). *WHO global report on traditional and complementary medicine 2019*. WHO Press.