

PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN INOVASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PENGOLAHAN BUBUK JAMU JAHE WARGA DUKUH TIMBOA

Ainun Supriyanti¹, Anik Susilowati², Arifian Mustofa³, Aris Budianto⁴, Aziz Saputra⁵, Bara Imran Indoprata⁶, Isramdhani Saputra⁷, Khamid Aldiyansyah⁸, Muni Sriyanti Sitompul⁹, Rafli Adrian Maulana¹⁰, Tiara Diah Ayu Ningrum¹¹, Amy Wulandari¹², Roso Prajoko¹³, Yusuf Eko Rohmadi¹⁴

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14)Universitas Boyolali

Email : baraimran123@gmail.com

ABSTRACT

Assistance and Innovation Development for Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Ginger Herbal Powder Products for Dukuh Timboa Residents is an initiative to improve economic welfare and community health through utilizing the potential of local UMKM. Through the Boyolali University Kuliah Kerja Nyata Program, Group 04, Ngadirojo Village, which aims to optimize the production of ginger herbal powder as a superior product with an approach starting from technical aspects to marketing. Assistance activities include creating logos, development of attractive packaging, and effective marketing strategies. The results of this assistance show an increase in residents' skills in producing high-quality ginger herbal powder, which has the potential to increase income and promote healthy lifestyles. This program also opens up opportunities for the development of micro businesses in Dukuh Timboa, with the hope that it can become a model for other regions in managing local resources sustainably.

Keywords: *Ginger Herbal Medicine, Timboa, Local Potential Development, UMKM*

ABSTRAK

Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Produk Bubuk Jamu Jahe Warga Dukuh Timboa merupakan sebuah inisiatif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan kesehatan masyarakat melalui pemanfaatan potensi UMKM lokal. Melalui Program Kuliah Kerja Nyata Universitas Boyolali Kelompok 04 Desa Ngadirojo yang bertujuan untuk mengoptimalkan produksi bubuk jamu jahe sebagai produk unggulan dengan pendekatan yang dimulai dari aspek teknis hingga pemasaran. Kegiatan pendampingan meliputi pembuatan logo, pengembangan kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang efektif. Hasil dari pendampingan ini menunjukkan peningkatan keterampilan warga dalam memproduksi bubuk jamu jahe berkualitas tinggi, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dan mempromosikan pola hidup sehat. Program ini juga membuka peluang untuk pengembangan usaha mikro di Dukuh Timboa, dengan harapan dapat menjadi model untuk wilayah lain dalam mengelola sumber daya lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: Jamu Jahe, Timboa, Pengembangan Potensi Lokal, UMKM

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata adalah bagian dari penyelenggaraan pendidikan tinggi yang menerapkan mahasiswa di luar kampus agar mahasiswa hidup bermasyarakat untuk membantu dan mendampingi masyarakat mengenali potensi sumber daya manusia dan sumber daya alam lokal yang ada untuk mengatasi permasalahan masyarakat. Berdasarkan Buku Pedoman Kuliah

Kerja Nyata Universitas Boyolali Edisi Ke 5. Kuliah Kerja Nyata Universitas Boyolali tahun 2024 terbagi menjadi 10 kelompok yang tersebar di 10 Desa se-Kecamatan Gladagsari. Kelompok Pengabdian Masyarakat 04 Kuliah Kerja Nyata yang menjalankan Kuliah Kerja Nyata di Desa Ngadirojo yang kemudian disebut dengan Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo.

Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis kegiatan ekonomi yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan untuk kelangsungan hidupnya. Peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia bukan hanya sebagai penyerap tenaga kerja karena persentasenya yang mencapai 90% jika dibandingkan dengan usaha besar, tetapi juga mampu memperkenalkan berbagai produk lokal ke dunia internasional. (Suyadi et al., 2017)

Desa Ngadirojo Merupakan Desa Terbesar Kedua di Kecamatan Gladagsari yang memiliki banyak potensi sumber daya manusia dan sumber daya alam yang melimpah. Desa Ngadirojo merupakan desa dengan kawasan pertanian yang luas dimana memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM dari hasil pertanian. Salah satu dari hasil pertanian tersebut adalah bubuk jamu jahe yang memiliki potensi menjadi UMKM.

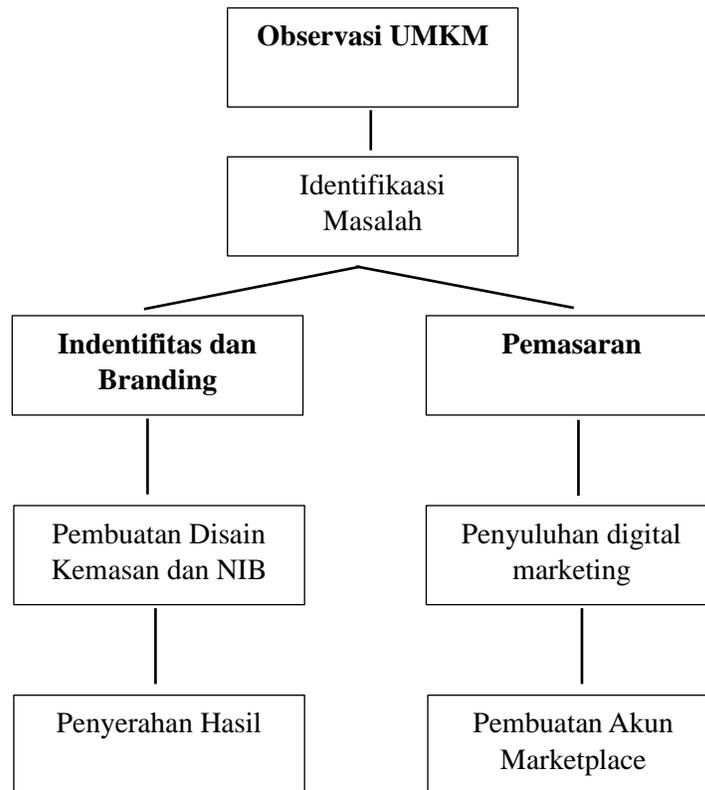
Berbagai macam cara yang dilakukan perusahaan agar menarik perhatian dari konsumen, salah satu contohnya dengan menambahkan desain kepada bagian produk misalnya pada segi packaging seperti logo. Tujuan dari perancangan logo ini adalah sebagai upaya untuk membangun citra Brand setiap UMKM agar dapat lebih dikenal dan diingat oleh konsumen (Valentino, 2018)

Untuk pemasaran juga didukung dengan kemajuan teknologi, komunikasi maupun informasi yang semula konvensional menjadi modern dan serba digital, membuat semakin pesatnya perkembangan teknologi. Apalagi dengan adanya fasilitas internet yang sudah ada disetiap telepon seluler membuat manusia lebih mudah untuk mengetahui informasi dimanapun dan kapanpun (Siagian et al., 2020). Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut (Naimah et al., 2020).

Desa Ngadirojo memiliki potensi UMKM yang beberapa diantaranya adalah pengolahan jahe menjadi bubuk jamu jahe. Namun ada beberapa masalah yang dihadapi pelaku UMKM seperti dalam branding, desain kemasan dan pemasaran. Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo memiliki program untuk membantu UMKM pembuatan bubuk jamu jahe. Program ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM terutamanya dalam branding dan pemasaran.

METODE

Dalam pelaksanaan program kerja Kuliah Kerja Nyata dalam Pendampingan dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Produk Bubuk Jamu Jahe Warga Dukuh Timboa Desa Ngadirojo menggunakan metode kualitatif, yang mana data di dapat melalui survei dan wawancara dari pelaku UMKM pengolah bubuk jamu jahe.



Gambar 1. Struktur Pengerjaan Program Kerja

Observasi

Observasi merupakan sebuah proses pengamatan dan analisis langsung terhadap aktivitas usaha dalam rangka memahami kondisi, tantangan, dan kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Observasi ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi faktual di lapangan sehingga dapat menemukan masalah-masalah yang mungkin tidak terlihat secara langsung atau hanya didasarkan pada asumsi.

Observasi dilakukan dengan melakukan survey dan wawancara kepada Kepala Rukun Tangga Dukuh Timboa Desa Ngadirojo. Dalam observasi tersebut terdapat beberapa masalah antara lain :

1. Belum ada identitas dan branding dari produk UMKM

Sebelumnya pada pelaksanaan observasi terdapat beberapa masalah salah satunya adalah identitas dan branding dari produk bubuk jamu jahe yang dimana Identitas dan branding produk sangat penting karena membantu membedakan produk dari pesaing, menciptakan kesan yang kuat dan konsisten di benak konsumen, serta membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Branding yang kuat memberikan nilai tambah, membuat produk lebih mudah diingat, dan sering kali memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi karena persepsi kualitas yang lebih baik. Selain itu, branding mempermudah pemasaran dan ekspansi produk, sehingga bisnis dapat tumbuh lebih cepat dan lebih stabil di pasar yang kompetitif. Maka dari itu, Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo melaksanakan tahapan kegiatan untuk mengatasi permasalahan.

Tahap Pertama, Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo melakukan pengidentifikasian produk apa yang ditawarkan kepada pasar oleh pemilik UMKM. Dan mewawancarai perihal produk apa yang dijual, harga pokok produksi produk, Pasar yang sudah dijangkau, kapan UMKM dimulai, nama produk yang dijual dan

Permasalahan yang dihadapi. Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo juga mengetahui proses produksi produk dari bahan mentah yang diolah menjadi produk yang siap dipasarkan.

Tahap kedua, Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membuat Logo Branding UMKM bubuk jamu jahe, berdasar pertanyaan di tahap pertama, Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membuat logo branding kami memakai aplikasi Canva

Tahap ketiga, Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo melakukan survey untuk penempatan branding produk bubuk jamu jahe. Dan penempelan disepakati untuk dipasangkandalam kemasan plastik, karena itu Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo berinisiatif untuk membuat stiker untuk agar bisa ditempel di kemasan.

Tahap ke empat, Setelah melaksanakan tahap 1 sampai 3 maka Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo menyerahkan contoh dan bahan kemasan untuk produksi kedepannya.

Selain pembuatan logo branding Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo juga membuat Nomer Induk Usaha dengan nama usaha "*Bubuk Jamu Jahe Timboa*"

2. Pemasaran

Pemasaran produk tidak hanya penting di dunia nyata, tetapi juga di dunia digital, karena pemasaran digital memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dengan biaya yang lebih efisien, dengan didasarkan tahapan kegiatan pertama berupa pengedetifikasian UMKM, Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membuat akun marketplace berupa Shopee kemudian melakukan pengenalan digital marketing kepada pelaku UMKM yang di ikuti oleh ibu ibu PKK Dukuh Timboa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari hasil kegiatan yang dilakukan Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membagi 2 proses yakni UMKM yang berfokus di pengembangan di bidang : Identitas Branding , dan Pemasaran. Permasalahan yang terjadi, mereka tidak mengetahui cara membuat branding seperti logo dan NIB maka untuk mengatasi permasalahan itu Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membuat Logo Desain dan NIB. Lalu permasalahan di bidang pemasaran, mereka tidak mengetahui cara memasarkan produknya secara digital. Maka dari itu Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo Membuatkan akun marketplace berupa akun shopee dan pengenalan digital marketing kepada pelaku UMKM dan ibu ibu PKK.

1. Identifitas Branding Bubuk Jamu Jahe Timboa

a. Survei Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam pelaksanaan survei UMKM Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo mengunjungi UMKM Bubuk Jamu Jahe Timboa yang ada di Desa Ngadirojo yang diantaranya



2. Gambar Observasi Kediaman Kepa RT Timboa

b. Proses Pembuatan Produk UMKM

Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo melihat langsung dan diberikan pengajaran bagaimana proses pembuatan Produk UMKM Bubuk Jamu Jahe Timboa. Dalam proses pembuatan membutuhkan waktu yang cukup lama serta harus menjaga kesetabilan api dan adukan agar dapat hasil kristal bubuk jamu jahe yang maksimal, serta dalam proses pembuatan hanya cukup membutuhkan bahan bahan yang bisa didapatkan di sekitar rumah.

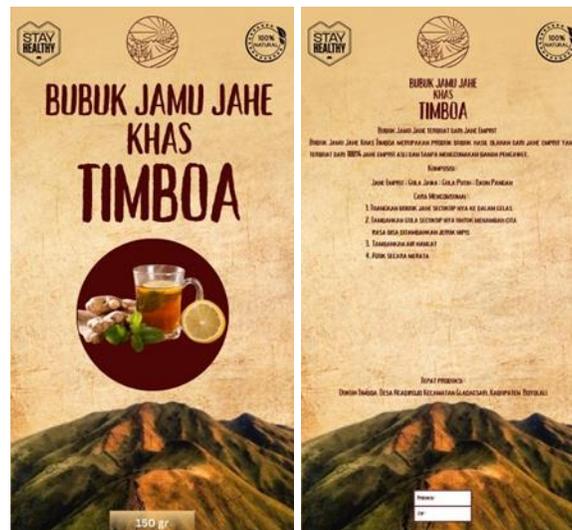


3. Gambar Proses Pembuatan Bubuk Jamu Timboa

c. Pembuatan Logo dan Kemasan

Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membuat Kemasan dan logo untuk UMKM Bubuk Jamu Jahe Timboa dengan tujuan dapat membantu peningkatan penjualan produk tersebut di pasaran

Pembuatan logo dan kemasan produk sangat penting karena keduanya berperan sebagai representasi visual pertama yang dilihat konsumen dan berpengaruh besar dalam membentuk persepsi mereka terhadap produk. Logo yang baik membantu membangun identitas merek yang mudah dikenali, menciptakan kesan profesional, dan membedakan produk dari pesaing. Kemasan produk, selain melindungi produk, juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif, karena desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual, memberikan informasi penting tentang produk, dan menciptakan pengalaman positif yang mendorong konsumen untuk membeli. Keduanya bekerja sama dalam meningkatkan citra produk dan mendukung keputusan pembelian.



4. Gambar Logo Bubuk Jamu Jahe Timboa



5. Gambar Kemasan Bubuk Jamu Jahe Timboa

d. Pembuatan NIB(Nomor Ijin Berusaha)

Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) sangat penting bagi legalitas dan perasional sebuah usaha di Indonesia. NIB berfungsi sebagai identitas resmi pelaku usaha yang dikeluarkan oleh pemerintah melalui sistem Online Single Submission (OSS). Memiliki NIB memungkinkan usaha beroperasi secara sah dan mendapatkan berbagai izin usaha yang diperlukan, seperti izin lokasi, izin lingkungan, dan izin usaha sektor tertentu. Selain itu, NIB juga memberikan akses pada berbagai fasilitas seperti pembiayaan dari bank, kemudahan mengikuti lelang pemerintah, serta peluang untuk bekerja sama dengan pihak lain secara resmi. NIB juga membantu usaha dalam aspek perpajakan, perlindungan hukum, dan mendapatkan program bantuan atau insentif dari pemerintah.



<https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1D-2-k3kvYAHaCxjqt8i6wnctYApAD-vN>

2. Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran online dan digital branding sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Hal ini tentunya menjadi pilihan yang sangat efektif. Dengan pemasaran online diharapkan dapat memperbaharui sistem pemasaran konvensional yang telah lebih dahulu difahami oleh masyarakat (Fadly & Utama, 2020).

Pemasaran melalui media sosial dan penjualan melalui e-commerce merupakan kombinasi strategi yang efektif dalam dunia bisnis digital. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, bisnis dapat membangun hubungan dengan konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mempromosikan produk secara langsung melalui konten yang menarik dan interaktif. Di sisi lain, e-commerce memungkinkan penjualan produk secara online dengan mempermudah proses transaksi, pembayaran, dan pengiriman. Dengan jangkauan yang luas dan akses yang mudah, pemasaran media sosial membantu menarik perhatian calon pelanggan, sementara e-commerce memberikan platform yang praktis untuk menyelesaikan pembelian. Dikarenakan pentingnya digital marketing saat ini maka Mahasiswa KKN 04 Universitas Boyolali Desa Ngadirojo membuat akun marketplace berupa Shopee kemudian melakukan pengenalan digital marketing kepada pelaku UMKM yang di ikuti oleh ibu ibu PKK Dukuh Timboa



6. Gambar penyerhan akaun e-commerce
https://s.shopee.co.id/30UtLdbtFo?share_channel_code=1
<https://tokopedia.link/Es6weRpFyMb>



7. Gambar pengenalan digital marketing ke Ibu Ibu PKK

KESIMPULAN

Program pendampingan UMKM bubuk jahe di Dukuh Timboa telah berhasil meningkatkan nilai tambah produk lokal dan memberdayakan masyarakat. Melalui serangkaian kegiatan, mulai dari pembuatan logo hingga pengenalan pemasaran digital, produk bubuk jahe kini memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Namun, keberhasilan program ini juga mengungkap beberapa tantangan, seperti keterbatasan modal dan akses pasar yang lebih luas serta musim tanam yang menggu musim penghujan. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pihak terkait untuk mengatasi kendala-kendala tersebut. Penelitian selanjutnya dapat fokus pada pengembangan model bisnis yang lebih berkelanjutan untuk UMKM di daerah pedesaan. Untuk masa sekarang masyarakat lebih memilih produk olahan yang menarik dari kemasan. Produk yang menarik dari kemasan akan menambah daya tarik para konsumen sehingga mampu meningkatkan presentase penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadly, H. D., & Utama. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19 1. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222. Dipetik 12 September 2024
- Naimah, R. J. et al., (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. Dipetik 12 September 2024. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Risa Aisyah et al, (2023) Program Kerja Unggulan Pengembangan UMKM Usaha Kuliner Dan Fashion Di Desa Wanaraja. *Jurnal PkM MIFTEK* Vol. 4 No. 1 2023. Dipetik 12 September 2024 <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/1319-File%20Utama%20Naskah-6228-1-10-20230531.pdf>
- Suyadi, Syahdanur & S. Susie (2017),. Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kabupaten bengkalis-riau, *Jurnal Ekonomi KIAT*, vol. 29, no. 1, hal. 1-10
Dipetik 11 September 2024. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/editorialkiat,+Journal+1-Suyadi+et+al.pdf>
- Valentino, D. E. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandpiper Sebagai Upaya Peningkatan Brand. In *Tematik* (Vol. 5, Issue 2, pp. 40–53). Dipetik 12 September 2024. <https://doi.org/10.38204/tematik.v5i2.158>
- Wahyuning Chumaeson et al.,. Sosialisasi Di Dusun Balong Desa Cabean Kunti Tentang Diversifikasi Produk Olahan Singkong. *Krida Cendikia*, 01 2 No 3 Desember 2023 - Maret 2024. Dipetik 12 September 2024. <file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/PUBLISH%20JURNAL%20KKN-3.pdf>