

Pengembangan Ekonomi Kreatif Jamu Tradisional Herbal Hidayah pada Proses Pembuatan Merek di Kecamatan Pamenang, Kabupaten Merangin

Sophia Rahmawati¹, Syafa'ah Jemi Martiana², Nita Andriani³, Siti Aminah⁴, Bradley Setiyadi*⁵

^{1,2,3,4}UIN Sultan Thaha Syaifuddin, Indonesia

⁵Universitas Jambi, Indonesia

*e-mail: sophiarahma9@gmail.com¹, ana179822@gmail.com², nitaandriani841@gmail.com³,
sa4706435@gmail.com⁴, bradleysetiyadi@unja.ac.id⁵

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini memberikan pendampingan pada proses pengembangan produk UMKM jamu tradisional Pamenang pada proses pembuatan merek dan label dalam menghadapi persaingan dagang di era globalisasi seperti sekarang. Pengembangan ekonomi kreatif dalam penyediaan barang dan jasa yang diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat dimana dapat memunculkan berbagai sektor industri kreatif seperti produksi jamu tradisional. Dalam prosesnya, program kegiatan pengabdian masyarakat ini mencoba membangun kepedulian masyarakat tentang ekonomi kreatif, berakhlakul karimah, dan literasi. Produk jamu yang menjadi andalan yaitu tepung tasbih dan teh daun kelor yang berasal dari bahan dasar alami yaitu dari ubi kanyel dan kunyit, dimana dalam proses pembuatannya, tepung tasbih ini dibuat tidak lepas dari dzikir, sehingga produk jamu ini dinamakan tepung tasbih. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah bagaimana pembuatan merek dagang agar produk yang dihasilkan dapat ditawarkan kepada masyarakat luas.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Jamu Tradisional, Pembuatan Merek

Abstract

This service activity provides assistance in the process of developing Pamenang traditional herbal medicine UMKM products in the process of making brands and labels in the face of trade competition in the era of globalization as it is now. The development of the creative economy in the provision of goods and services is expected to trigger economic growth for the community which can lead to various creative industrial sectors such as the production of traditional herbal medicine. In the process, this community service activity program tries to build public awareness about the creative economy, good character, and literacy. The herbal products that are the mainstay are tasbih flour and Moringa leaf tea which are derived from natural basic ingredients, namely from kanyel sweet potato and turmeric, where in the manufacturing process, this tasbih flour is made not separated from dhikr, so this herbal product is called tasbih flour. The result of this service activity is how to create a trademark so that the resulting product can be offered to the wider community.

Keywords: Branding, Creative Economy, Traditional Herbs

1. PENDAHULUAN

Pengembangan potensi sumber daya alam yang ada di suatu daerah merupakan upaya untuk penciptaan lapangan kerja baru, perbaikan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat serta pembangunan perekonomian daerah melalui pengelolaan potensi yang ada. (Wahyuni & Nurdian, 2021:40). Ada beberapa tanaman lokal Indonesia yang ditanam oleh masyarakat di setiap daerah yang dapat dijadikan sebagai obat dan jamu herbal untuk mengobati segala macam jenis penyakit, akan tetapi tidak semua tanaman dapat dijadikan sebagai bahan baku obat-obatan herbal atau jamu. Selain dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk pembuatan jamu ada beberapa jenis tanaman dapat dibuat dalam memproduksi non-jamu dan bahan baku bumbu.

Pembuatan dan penjualan jamu merupakan contoh nyata kecerdasan masyarakat Indonesia yang secara turun temurun mengenal dan memanfaatkan obat yang berasal dari alam. (Muttaqin, dkk, 2015:124). Proses pengelolaan jamu dilakukan dengan cara yang sederhana seperti, dikeringkan, diekstraksi menjadi minuman dan digiling menjadi bubuk dan di kemas dalam bentuk instan serta produk jamu yang dibuat tersebut dimanfaatkan untuk menjaga

kesehatan dan mengobati berbagai jenis penyakit. Ramuan tradisional ini dipercaya oleh masyarakat dapat meningkatkan imunitas tubuh. Pengelolaan tanaman herbal menjadi jamu tradisional dapat membantu perekonomian masyarakat setempat dan masyarakat juga dapat mengolah tanaman yang mereka tanam menjadi sebuah produk yang berguna oleh masyarakat lain serta dapat menjadi sebuah sumber penghasilan.

Sebagai resep turun temurun dari nenek moyang, pengolahan jamu harus dipertahankan dan dikembangkan. (Normasari, dkk, 2021:133). Manfaat jamu selain digunakan sebagai obat tradisional dapat juga digunakan untuk mencegah penyakit serta sebagai alat kecantikan. Salah satu usaha pengolahan jamu adalah UMKM Jamu Tradisional Herbal Hidayah milik Bapak Joko yang berlokasi di jalan lintas Sumatera, sebelah Polsek Pamenang, Kelurahan Pamenang, Kecamatan Pamenang, Kabupaten Merangin. Dalam proses pembuatan jamu tradisional tersebut yaitu langkah pertama dengan cara pengupasan dan pencucian rempah-rempah dari kotoran yang menempel, langkah selanjutnya bahan-bahan ditumbuk, disaring, dimasak, dan ditambahkan beberapa bahan- bahan pelengkap lainnya direbus sampai mendidih lalu didinginkan , ataupun dengan cara ditumbuk menjadi serbuk lalu dapat dikemas dan di pasarkan, UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) jamu tradisional milik Pak Joko ini telah berdiri sejak tahun 2013 sampai sekarang.

Proses pengembangan produk UMKM yang dilakukan untuk pelaku usaha jamu tradisional Pamenang yaitu dalam bentuk pemasaran dengan memberikan merek dan label pada produk jamu olahan supaya konsumen tahu apa nama usaha produk jamu olahan tersebut, serta memberikan informasi yang terkait dengan produk kemasan jamu yang baik, aman untuk digunakan, mudah dicari, serta unik dan menarik minat para pembeli baik dari kalangan masyarakat biasa sampai kalangan milenial, strategi ini digunakan untuk memperkenalkan dan mengajarkan bahwa produk jamu tradisional Pamenang yang diproduksi oleh Bapak Joko merupakan sebuah produk olahan jamu tradisional yang memiliki mutu dengan kualitas terjamin, serta harga yang terjangkau, memberikan banyak manfaat dan khasiat bagi para pengonsumsinya, serta memanfaatkan era digital dalam proses penjualannya dengan begitu diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan jamu tradisional Pamenang.

Kegiatan ini bermaksud untuk memberikan pendampingan pada proses pengembangan produk UMKM jamu tradisional Pamenang pada proses pembuatan merek dan label dalam menghadapi persaingan dagang di era globalisasi seperti sekarang ini. Berdasarkan analisis situasi dalam perencanaan kegiatan ini, dapat dilihat bahwa produk kemasan sangat penting dan berguna bagi pelaku usaha apa pun itu karena dengan menggunakan produk kemasan yang inovatif, kreatif, dan menarik dapat menarik minat konsumen. Selain itu, pengelolaan di bagian pengemasan bertujuan untuk menjaga kualitas produk jamu agar tetap higienis dan terjamin, disamping itu memberikan label sangat diperlukan untuk mengenalkan produk jamu tradisional Pamenang ke masyarakat, sehingga strategi pengembangan produk kemasan dapat mempertahankan eksistensi produk jamu yang dihasilkan. Oleh karena itu, kegiatan ini juga memiliki tujuan untuk memperkenalkan produk jamu kepada masyarakat luas, menarik minat konsumen, mempertahankan usaha, meningkatkan nilai jual produk, serta menambah penghasilan bagi pelaku usaha.

2. METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di Usaha UMKM Jamu Tradisional Herbal Hidayah yang dimiliki oleh Pak Joko, warga Kelurahan Pamenang, Kecamatan Pamenang, Kabupaten Merangin. Sasaran latih dari kegiatan ini adalah masyarakat Kelurahan Pamenang, terutama yang bekerja di Usaha UMKM Jamu Tradisional Herbal Hidayah, dengan target peserta sebanyak 20 (dua puluh) orang. Kegiatan ini berlangsung selama 31 (tiga puluh satu) hari dari tanggal 9 Agustus sampai 9 September 2022 dan terdiri dalam 3 (tiga) tahapan, yaitu:

- a. Tahap pertama, yang dimulai dari survey lapangan, pemberian edukasi melalui pengenalan berbagai jenis tanaman, pelatihan cara pembuatan jamu serta pelatihan pemasaran jamu melalui *E-commerce*.

- b. Tahap kedua, berupa pengenalan berbagai macam jamu termasuk manfaat dan cara pengolahannya, pelatihan pengemasan produk dan pelatihan pemasaran produk.
- c. Tahap ketiga, berupa pemasangan merek pada kemasan produk jamu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan wujud optimism serta luapan aspirasi yang di dalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera dan kreatif. (Daulay, 2018:170). Pengembangan ekonomi kreatif saat ini telah banyak memanfaatkan kegiatan pariwisata yang mana kegiatan ini menimbulkan usaha kreatif baik dari pemberian layanan barang dan jasa serta kegiatan yang lainnya, dalam penyediaan barang dan jasa yang diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat desa dimana dapat memunculkan berbagai sektor industri kreatif salah satunya seperti produksi jamu tradisional. dimana dalam proses kegiatan program pengabdian masyarakat berupa membangun kepedulian masyarakat tentang ekonomi kreatif, berakhlakul karimah, dan literasi. Dalam kegiatan ini, optimalisasi pengembangan ekonomi kreatif dilakukan dengan melaksanakan kegiatan berupa survei di tempat usaha serta memberikan pelatihan yaitu pelatihan pembuatan merek dan pelatihan pemasangan merek.

Bagi pelaku usaha, merek menunjukkan kualitas suatu produk yang dimiliki untuk menarik minat konsumen, sedangkan bagi konsumen merek mempengaruhi keputusan untuk menggunakan produk tersebut. (Sukmadewi, 2018:276). Selain sebagai tanda pembeda, merek juga memiliki fungsi penting sebagai hak kepemilikan agar merek yang dimiliki terhindar dari penjiplakan atau peniruan oleh pelaku usaha lain. Fungsi inilah yang belum diketahui oleh pelaku usaha sebagai legaitas merek, karena berdasarkan pemahaman pelaku usaha merek hanya sekedar tanda pembeda saja. (Kurniawati, dkk, 2021:9). Berkaitan dengan merek ini, banyak produk-produk UMKM yang mengalami kesulitan di dalam pemasaran karena tidak adanya merek karena seringkali pelaku usaha UMKM hanya fokus pada usaha untuk menghasilkan produk. (Ulya & Agustin, 2022:60). Dengan adanya pelatihan pembuatan merek, maka produk yang ada dapat diperkenalkan melalui strategi pemasaran dan strategi promosi yang optimal. (Andriana, dkk., 2019:161). Melalui merek, produk-produk karya UMKM akan lebih mudah dipromosikan dan mampu mencapai segmen pasar yang lebih luas. (Erwansyah, dkk, 2022:27). Merek berkaitan dengan label dan logo. Melalui logo, khalayak dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan usaha tertentu. Oleh sebab itu, logo harus merepresentasikan entitasnya. Logo sebagai bagian dari merek hendaknya berbeda dari yang lainnya. (Agustina, dkk, 2021:69). Sementara label pada kemasan dapat memberikan informasi mengenai kualitas, nama (merek), kode produksi, legalitas hingga petunjuk penggunaan atau penyajian sehingga label dapat dijadikan identitas dari suatu produk. (Lusianingrum, dkk, 2021:625).

Kegiatan pengabdian ini memfokuskan pada pelatihan pembuatan merek atau label pada jamu kemasan agar lebih mudah jika nanti dipromosikan atau dipasarkan. Sasaran dari kegiatan ini adalah UMKM Jamu Tradisional Herbal Hidayah. Kegiatan dimulai dengan mendengarkan dan menganalisis situasi dari pelaku usaha dalam memasarkan produknya, dimana produk jamu yang dihasilkan baru dikenal oleh masyarakat di Pamenang, namun belum banyak dikenal oleh masyarakat dari wilayah lain dikarenakan tidak adanya merek, logo atau penanda yang menunjukkan atau mencirikan produk tersebut. Produk jamu yang dihasilkan sebenarnya memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namun terkendala bagaimana cara memperkenalkannya kepada khalayak ramai. Untuk itu, pelatihan pembuatan merek sangat perlu dilaksanakan karena merek atau logo menjadi tanda utama bagi suatu produk agar lebih banyak dikenal masyarakat.

Rangkaian kegiatan pelatihan pembuatan merek produk jamu tradisional dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Rangkaian Kegiatan Pelatihan Pembuatan Merek Produk Jamu Tradisional

Deskripsi Kegiatan	Keterangan
Tujuan	Untuk membantu pembuatan label pada produk yang akan dipasarkan, yaitu produk jamu tradisional herbal hidayah.
Sasaran	Pak Joko dan Ibu Wely Kisma
Tanggal	23 Agustus 2022
Lokasi	Sebelah Polsek Pamenang, Desa Kenalip
Peran Mahasiswa	Pelaksana dan pembuat
Hasil yang di harapkan	Terciptanya label produk resmi yang dikenali dan bersaing di masyarakat.
Penanggung Jawab	Muhammad Fajar Gumilang
Faktor pendukung	Dukungan dan support melaksanakan kegiatan tersebut oleh Ibu Lurah.
Faktor penghambat	Transportasi
Tahapan-tahapan	Melakukan diskusi dengan pemilik usaha mengenai tata cara pembuatan, bahan-bahan yang dipakai, manfaat dari herbal, pemasaran produk, dan pembuatan



Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Merek dan Logo Produk

Hasil akhir dari kegiatan ini adalah UMKM Jamu Tradisional Herbal Hidayah memiliki label resmi dalam usahanya. Melalui label tersebut, diharapkan pemilik usaha dapat mengembangkan usahanya sedemikian rupa agar memiliki daya tarik bagi konsumen dan memiliki perlindungan terhadap hak milik dan persaingan yang tidak baik.



Gambar 2. Hasil Pelatihan Pembuatan Merek, Label dan Spanduk Promosi



Gambar 3. Kemasan Jamu yang Telah Dihasilkan dari Kegiatan Pelatihan



Gambar 4. Persemian Label Jamu Tradisional Herbal Hidayah

4. KESIMPULAN

Merek, label dan logo serta semua yang berkaitan dengan pengemasan suatu produk merupakan hal yang sangat penting dalam upaya memasarkan produk-produk yang dihasilkan. Kegiatan pelatihan pembuatan merek dan label produk ini telah memberikan hasil yang nyata berupa peresmian label UMKM Jamu Tradisional Herbal Hidayah. Harapannya, dengan adanya merek dan label tersebut dapat meningkatkan potensi yang ada yang dihasilkan masyarakat melalui UMKM di pedesaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UIN Sultan Thaha Syaifuddin serta Pemerintah Kelurahan Pamenang, Kecamatan Pamenang, Kabupaten Merangin yang telah memfasilitasi kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Agustina, R., Dwanoko, Y.S & Supriatno, D. (2021). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Prosuks UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Soliditas*, 4(1), 69-76. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>

- Daulay, Z.A.A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif dengan Metode *Triple Helix*. (Studi pada UMKM Kreatif di Kota Medan. *Tansiq*, 1(2), 169-190. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/3990>
- Erwansyah., Saragih, B & Purba, T.U.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>
- Kurniawati, E., Widowati, S.Y & Santoso, A. (2021). Sosialisasi Pembuatan Merek Produk UMKM di Kelurahan Pedurungan Semarang. *J-ABDIMAS*, 8(1), 8-12. <https://doi.org/10.33795/jabdimas.v8i1.110>
- Lusianingrum, F.P.W., Purbohastuti, A.W & Hidayah, A.A. (2021). Pelatihan Labeling Kemasan Produk UMKM Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlas. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(2), 624-632. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>
- Muttaqin, M., Cahyadin, M & Widiyanti, E. (2015). Pemberdayaan Usaha Jamu Jahe Instan di Kota Surakarta dan Kabupaten Sukoharjo Melalui Teknologi Pengolahan Jahe. *Inotek*, 19(2), 124-138. <https://dx.doi.org/10.21831/ino.v19i2.8022>
- Normasari., Rifiana & Fauzi, M. (2021). Analisis Pengolahan Jamu Mbahti di Balangan. *Frontier Agribisnis* 5(1), 133-136. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v5i1.5960>
- 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>
- Wahyuni, R.E & Nurdian, Y. (2021). Pemberdayaan Usaha Mikro Minuman Jamu Beras Kencur Melalui Pasar Digital di Ranuklidungan, Pasuruan. *Dikemas*, 5(1), 39-44. <http://journal.pnm.ac.id/index.php/dikemas/article/view/166>