

Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Jamu PSR (Pakuan Sari Rapet) sebagai Upaya Product Branding Jamu Tradisional KUBE Melati Mandiri di Kota Jambi

Erwita Dewi ^{*1}, Ade Octavia ², Tona Aurora Lubis ³, Dwi Kurniawan ⁴, Yayuk Sriayudha ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

email: ^{*1}erwitadewi@unja.ac.id, ²ade_octavia@unja.ac.id, ³tonalubis@unja.ac.id,

⁴dwi.kurniawan13@unja.ac.id, ⁵yayuk.sriayudha@unja.ac.id

Abstrak

KUBE Melati Mandiri Berdiri tahun 2012 dengan anggota awal sebanyak 10 orang. Di tahun tersebut Kelompok usaha jamu mendapat bantuan dana bergulir sebesar 10 juta dari Dinas Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kota Jambi dan sampai dengan tahun 2017 anggota bertambah sekitar 40 orang. Namun saat ini karena banyaknya anggota yang memasuki usia lansia, jumlah anggota kelompok yang aktif berkurang dan sekarang tinggal 25 orang. Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan tim pengusul pengabdian Di KUBE Melati Mandiri Kelurahan Tambak Sari pada tanggal 07 Maret 2023, diperoleh informasi bahwa KUBE Melati Mandiri dalam dua tahun belakangan ini mencoba melakukan diversifikasi produk yang semula hanya membuat dan menjual jamu dalam bentuk cairan, berusaha untuk membuat jamu dalam bentuk pil dan juga merintis pengembangan produk jamu seduh. masalah utama yang dihadapi adalah mengenai 1) Perizinan dari BP POM yang masih terkendala karena untuk produk jenis obat herbal membutuhkan persyaratan yang cukup ketat salah satunya memiliki tempat produksi tersendiri terpisah dari rumah tinggal, dan hal itu yang masih belum bisa dipenuhi oleh KUBE Melati Mandiri Sehingga saat ini mereka baru memiliki NIB (Nomor Ijin Berusaha) saja. 2) Proses pembuatan jamu bentuk pil yang masih sederhana karena pengelolaan bahan baku masih manual belum menggunakan alat pencampur (blender) yang memadai saat menghaluskan bahan baku. 3) Pengemasan produk masih menggunakan kemasan plastik yang sederhana yang juga saat mengemasnya masih manual menggunakan api lilin untuk menutup ujung plastik belum menggunakan mesin sealer

Kata kunci: Jamu, Peningkatan Kualitas Kemasan, KUBE Melati Mandiri

Abstract

KUBE Melati Mandiri was founded in 2012 with initial members of 10 people. In that year, the herbal medicine business group received revolving funding assistance of 10 million from the Jambi City Women's Empowerment and Child Protection Service and by 2017 members had increased by around 40 people. However, currently due to the large number of members entering old age, the number of active group members has decreased and is now down to 25 people. Based on a preliminary survey carried out by the service proposing team at KUBE Melati Mandiri, Tambak Sari Village on March 7 2023, information was obtained that KUBE Melati Mandiri in the last two years has tried to diversify its products from only making and selling herbal medicine in liquid form, trying to making herbal medicine in pill form and also pioneering the development of brewed herbal medicine products. The main problems faced are 1) Licensing from BP POM which is still hampered because herbal medicine products require quite strict requirements, one of which is having a separate production site separate from the residence, and this is something that KUBE Melati Mandiri still cannot fulfill. Currently they only have an NIB (Business Permit Number). 2) The process of making herbal medicine in pill form is still simple because raw material management is still manual and does not use adequate blenders when grinding raw materials. 3) Product packaging still uses packaging. Simple plastic which also uses a candle flame to seal the end of the plastic when packaging it manually and does not use a sealer machine

Keywords: Herbal Medicine, Improving Packaging Quality, KUBE Melati Mandiri

1. PENDAHULUAN

Jamu adalah minuman tradisional yang dikonsumsi sebagian besar masyarakat Indonesia. Berdasarkan RISKESDAS (Riset Kesehatan Dasar) Tahun 2010 sekitar 59,12% penduduk Indonesia pernah mengkonsumsi

jamu dari berbagai kalangan umur, laki-laki maupun perempuan di wilayah baik pedesaan maupun perkotaan (Indonesia, 2020). Menurut Peraturan menteri kesehatan nomor 003/MENKES/PER/I/2010 ((Http://Rgsmitra.Com, 2010), jamu adalah obat tradisional Indonesia yang merupakan bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat.

Sejak zaman dahulu masyarakat mengkonsumsi jamu dalam berbagai macam bentuk berupa cairan, seduhan, rajangan dan lainnya. Seiring perkembangan waktu jamu juga dijadikan komoditas yang diperdagangkan baik dengan cara modern maupun tradisional. Salah satu penjualan jamu yang banyak dilakukan secara turun temurun adalah penjualan jamu gendong. Pelaku penjualan jamu gendong didominasi kaum wanita karena sejarahnya dulu tenaga laki-laki lebih diperlukan untuk bertani (Pamela, 2023). KUBE Melati Mandiri Berdiri tahun 2012 dengan anggota awal sebanyak 10 orang. Di tahun tersebut Kelompok usaha jamu mendapat bantuan dana bergulir sebesar 10 juta dari Dinas Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Kota Jambi dan sampai dengan tahun 2017 anggota bertambah sekitar 40 orang. Namun saat ini karena banyaknya anggota yang memasuki usia lansia, jumlah anggota kelompok yang aktif berkurang dan sekarang tinggal 25 orang.

Berdasarkan survey pendahuluan yang telah dilakukan tim pengusul pengabdian Di KUBE Melati Mandiri Kelurahan Tambak Sari pada tanggal 07 Maret 2023, diperoleh informasi bahwa KUBE Melati Mandiri dalam dua tahun belakangan ini mencoba melakukan diversifikasi produk yang semula hanya membuat dan menjual jamu dalam bentuk cairan, berusaha untuk membuat jamu dalam bentuk pil dan juga merintis pengembangan produk jamu seduh.



Gambar 1. Survey Pendahuluan Ke Lokasi Mitra KUBE Melati Mandiri di Kelurahan Tambak Sari Kota Jambi

Informasi lain yang diperoleh adalah bahwa usaha kelompok untuk mengembangkan dan memasarkan produk baru berupa jamu dalam bentuk pil yang diberi nama “Pakuan Sari Rapet (PSR)” mendapatkan respon positif dari masyarakat dan juga dukungan dari lembaga terkait dalam hal ini PUSKESMAS Pakuan Baru sehingga dalam proses pemasaran selain dijual ke langganan jamu saat mereka berjualan keliling juga dititipkan di PUSKESMAS.



Gambar 2. Bentuk Kemasan Jamu PSR



Gambar 3. Bahan Baku dan Proses Pengeringan yang Masih Secara Sederhana

Sejauh pelaku usaha jamu tradisional masih menemui kendala terkait dengan proses produksi dan perizinan serta proses pengemasan produk yang masih sederhana sehingga masih membutuhkan peningkatan kualitas. Hal ini menarik ditindaklanjuti untuk dilakukan pendampingan melalui kegiatan pengabdian karena berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan oleh Octavia et al. (2022), minat pembeli dalam membeli suatu produk suplemen herbal salah satunya dipengaruhi oleh product branding dari produk herbal tersebut yang membuat konsumen akan berminta melakukan pembelian produk secara berulang. Salah satu pendukung product branding adalah dengan cara mengoptimalkan kualitas kemasan produk. Selain itu riset tentang usaha jamu yang juga telah dilakukan oleh Firmansyah & Edward (2014) bahwa peningkatan pengelolaan usaha penjual jamu gendong akan meningkatkan daya saing. Berdasarkan uraian tersebut maka tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi bermaksud memberikan pelatihan dengan judul Peningkatan Kualitas Kemasan Produk Jamu PSR (Pakuan Sari Rapet) Sebagai Upaya Product Branding Jamu Tradisional KUBE Melati Mandiri Di Kelurahan Tambak Sari Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ketua KUBE Melati Mandiri, masalah utama yang dihadapi dalam mengembangkan produk baru berupa jamu bentuk pil merk “PSR” adalah:

- 1) Perizinan dari BP POM yang masih terkendala karena untuk produk jenis obat herbal membutuhkan persyaratan yang cukup ketat salah satunya memiliki tempat produksi tersendiri terpisah dari rumah tinggal, dan hal itu yang masih belum bisa dipenuhi oleh KUBE Melati Mandiri Sehingga saat ini mereka baru memiliki NIB (Nomor Ijin Berusaha) saja.
- 2) Proses pembuatan jamu bentuk pil yang masih sederhana karena pengelolaan bahan baku masih manual belum menggunakan alat pencampur (blender) yang memadai saat menghaluskan bahan baku.
- 3) Pengemasan produk masih menggunakan kemasan plastik yang sederhana yang juga saat mengemasnya masih manual menggunakan api lilin untuk menutup ujung plastik belum menggunakan mesin sealer.
- 4) Karena masih terkendala dengan perizinan resmi, maka sejauh ini produk jamu belum bisa ditawarkan untuk dijual ke apotik-apotik dan harga yang mampu ditetapkan oleh KUBE masih sangat murah per kemasan hanya Rp.25.000,-

Mengacu pada permasalahan tersebut maka perlu adanya pelatihan untuk meningkatkan kemampuan anggota KUBE untuk mengemas produknya dengan lebih baik lagi dan memberikan dukungan dengan bantuan alat produksi yang tepat untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi proses produksi jamu PSR.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan sosial, dimana permasalahan mitra merupakan permasalahan yang dapat diselesaikan oleh mitra secara mandiri dan tim pengabdian kepada masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap permasalahan tersebut. Persiapan kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah langkah penting untuk memastikan bahwa kegiatan berjalan dengan lancar dan efektif. Beberapa tahapan persiapan kegiatan diantaranya:

- 1) Tim PPM melakukan rapat koordinasi anggota untuk membicarakan dan mempersiapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan.
- 2) Tim PPM menjalin komunikasi secara intensif dengan mitra yaitu Jamur PSR KUBE Melati Mandiri. Tim memberikan informasi bahwa akan diadakan pelatihan pada tanggal 11 Juli 2023 bertempat di Hotel Yello Jambi

berkomunikasi dengan mitra memiliki banyak manfaat yang dapat memperkuat hubungan kerja sama dan mencapai tujuan bersama.

- 3) Tim PPM Universitas Jambi mempersiapkan administrasi yang dibutuhkan untuk memperlancar kegiatan diantaranya surat tugas, undangan, surat untuk narasumber, daftar hadir, amprah kegiatan dll yang dianggap perlu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode *offline*. Materi yang disampaikan oleh narasumber meliputi peningkatan pengelolaan keuangan, untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) laporan keuangan sederhana mencakup tiga bagian utama yaitu Laporan laba rugi, neraca dan laporan arus kas. Laporan laba rugi mencatat pendapatan dan pengeluaran selama periode waktu tertentu, biasanya satu tahun. Hal ini memberikan gambaran profitabilitas UMK. Laporan arus kas memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan menghasilkan dan menggunakan uang tunai selama periode waktu tertentu. Hal ini penting untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dan apakah perusahaan menghasilkan cukup uang untuk mendanai operasi dan pertumbuhannya. Bersama-sama, kedua laporan ini memberikan gambaran lengkap tentang keuangan perusahaan dan penting untuk pengambilan keputusan keuangan, analisis kredit, dan evaluasi kesehatan keuangan UMKM.

Kewirausahaan dan inovasi kemasan, kewirausahaan merupakan pilar utama untuk mendukung pertumbuhan, daya saing dan keberlanjutan UMKM. Pemerintah, organisasi nirlaba, dan lembaga keuangan seringkali memberikan dukungan dan sumber daya untuk memfasilitasi pengembangan bisnis UMKM. Melalui inisiatif bisnis yang kuat, UMKM dapat menjadi kekuatan ekonomi yang lebih besar dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan nasional. Kewirausahaan memegang peranan penting dalam menciptakan usaha UMKM. Kewirausahaan mencakup proses perencanaan, inovasi, dan pelaksanaan untuk menciptakan bisnis baru atau memperluas bisnis yang sudah ada. Inovasi dalam desain kemasan merupakan aspek penting dalam pemasaran produk. Kemasan yang kreatif dapat berdampak besar pada daya tarik produk, pengalaman konsumen, dan keberhasilan pemasaran. Berikut beberapa konsep dan contoh inovasi kemasan :

- 1) Fitur, kemasan kreatif seringkali memiliki elemen fungsional yang membuatnya lebih praktis atau bermanfaat bagi konsumen. Misalnya kemasan yang dapat digunakan kembali, kemasan yang dapat ditutup kembali, atau kemasan yang berisi dosis tersendiri.
- 2) Bahan ramah lingkungan, produk dengan kemasan ramah lingkungan semakin diminati konsumen. Inovasi dalam pengemasan dapat berarti mengurangi penggunaan plastik, menggunakan bahan daur ulang atau merancang kemasan untuk memudahkan daur ulang.
- 3) Desain ergonomis, kemasan yang dirancang khusus dengan mempertimbangkan ergonomi konsumen dapat meningkatkan kenyamanan saat penggunaan. Contohnya botol minuman dengan pegangan yang nyaman atau kemasan makanan yang mudah dibuka.
- 4) Realitas tertambah (AR), beberapa perusahaan mengintegrasikan teknologi AR ke dalam kemasan mereka. Hal ini memungkinkan konsumen mengakses informasi tambahan, video, atau konten interaktif menggunakan aplikasi di ponsel cerdas mereka sambil memindai kemasan.
- 5) Teknologi keselamatan, beberapa kemasan memiliki teknologi keamanan yang memungkinkan konsumen memverifikasi keaslian produk, seperti kode QR atau label holografik. Inovasi kemasan dapat menambah nilai produk, meningkatkan daya tarik konsumen dan membantu produk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Saat merencanakan inovasi kemasan, penting untuk memahami pasar, kebutuhan konsumen, dan tujuan merek. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan aspek keselamatan, fungsionalitas, dan dampak lingkungan dari inovasi tersebut.

Strategi branding, strategi merek adalah rencana sistematis untuk menciptakan dan mengelola merek untuk suatu produk, layanan, atau bisnis. Merek yang kuat dan dikelola dengan baik dapat menjadi aset berharga yang membantu membedakan anda dari pesaing dan menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Tujuan utama dari branding adalah untuk membedakan suatu merek dari pesaingnya, membangun kepercayaan konsumen, membangun loyalitas merek, dan mencapai kesuksesan bisnis jangka panjang. Ini melibatkan pengembangan dan penerapan strategi yang mencakup pemasaran, periklanan, desain produk, layanan pelanggan, dan banyak aspek lain yang berkontribusi terhadap citra dan identitas merek.

Branding juga melibatkan upaya membangun hubungan emosional antara merek dan konsumen, sehingga konsumen merasa terhubung secara pribadi dengan merek tersebut. Ketika merek berhasil membangun citra positif

dan menanamkan kepercayaan di kalangan konsumen, hal tersebut dapat membantu membangun loyalitas, meningkatkan penjualan, dan menciptakan nilai merek yang signifikan.



Gambar 4. Pelatihan Peningkatan Kualitas Jamu PSR

Pelatihan di laksanakan dengan mitra dan khalayak sasaran pelaku usaha jamu. Mitra membuat beraam jamu baik yang dalam bentuk siap minum maupun yang dalam bentuk serbuk/pil. Namun yang menjadi khalayak sasaran PPM adalah Produk Jamu PSR (Pakuan Sari Rapet) dari KUBE Melati Mandiri Di Kelurahan Tambak Sari Kecamatan Jambi Selatan Kota Jambi. KUBE Melati Mandiri terdiri dari ibu-ibu penjual jamu gendong yang berjumlah 25-30 orang. Pada awalnya mereka memiliki keanggotaan 50 orang lebih namun karena penjual jamu kebanyakan berpindah rumah atau dikarenakan usia yang sudah menua dan meninggal dunia, saat ini jumlah keanggotaan mulai berkurang. Faktor regenerasi dipastikan menjadi hal yang mendesak dikarenakan pada umumnya kemampuan meramu jamu dan tidak diminati serta tidak dimiliki generasi Z. Perkembangan teknologi dan gaya hidup modern telah mengalihkan minat generasi muda dari tradisi kuno seperti pengolahan tanaman obat tradisional. Mereka mungkin lebih tertarik pada peluang bisnis yang lebih modern dan berhubungan dengan teknologi. Generasi muda mungkin kurang memiliki pengetahuan tentang pengobatan tradisional atau kurang terhubung dengan akar budaya dan tradisi mereka. Hal ini mungkin membuat mereka kurang tertarik untuk terlibat dalam aktivitas bisnis yang mengandalkan pengetahuan dan keterampilan tradisional.

Sebagai upaya strategi branding, maka kemasan merupakan bagian penting untuk meningkatkan citra merek produk jamu PSR. Selain itu rak penyimpanan produk jamu juga menjadi hal yang perlu diperhatikan mengingat produk jamu PSR adalah kategori produk yang dikonsumsi sehingga perlu penyimpanan yang bersih, tidak lembab dan higienis. Berikut merek dan botol kemasan jamu PSR yang telah di desain dan di siapkan tim PPM serta display etalase produk jamu PSR:



Gambar 5. Bantuan Kemasan dan Rak Etalase

Hal-hal yang menjadi pertimbangan tim PPM dalam menentukan desain, logo dan warna untuk merek jamu PSR antara lain:

- 1) Kepatuhan merek, tim PPM memastikan kemasan jamu PSR mencerminkan nilai dan identitas merek jamu tradisional. Warna, logo, dan elemen desain lainnya harus konsisten dengan merek PSR.
- 2) Sasaran pasar, mempertimbangkan siapa target pasar jamu PSR. Target pasar jamu adalah perempuan muda, ibu rumah tangga dan wanita yang menyukai jamu. Sehingga desain merek disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan calon pelanggan.
- 3) Unik dan berbeda, kemasan yang unik dan berbeda akan lebih mudah diingat oleh konsumen. Desain dibuat berbeda terutama dari merek dan desain kompetitor.
- 4) Informasi yang jelas, pastikan kemasan PSR memberikan informasi yang jelas tentang produk, termasuk deskripsi, kandungan, manfaat, dan petunjuk penggunaan. Ini membantu konsumen jamu membuat keputusan yang tepat pada produk yang akan dikonsumsi.
- 5) Kepraktisan, tim PPM mempertimbangkan kemudahan penggunaan produk. Kemasan jamu PSR yang praktis dan fungsional bisa menjadi nilai tambah. Kemudian kemasan yang kecil memudahkan untuk dibawa kemana saja ketika bepergian.
- 6) Kualitas dan daya tahan, kemasan harus terbuat dari bahan berkualitas tinggi untuk melindungi produk Anda dari kerusakan. Ini juga mencerminkan kualitas produk Anda.
- 7) Konsistensi produk, rangkaian produk dari KUBE Melati Mandiri mencakup beberapa produk, TIM PPM mempertimbangkan untuk menjaga konsistensi dalam desain kemasan. Ini akan membantu pelanggan dengan mudah mengenali merek jamu PSR atau varian jamu lainnya dari KUBE Melati Mandiri.
- 8) Lingkungan, kemasan ramah lingkungan menjadi semakin populer. Pertimbangkan untuk menggunakan bahan kemasan yang dapat didaur ulang atau ramah lingkungan.
- 9) Uji Pasar, sebelum meluncurkan kemasan baru, lakukan terlebih dahulu uji pasar untuk mendapatkan tanggapan konsumen. Ini dapat membantu Anda meningkatkan desain kemasan Anda. Inovasi:

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pelatihan strategi branding kemasan telah dilaksanakan dengan baik. Capaian-capaian diukur dengan standar yang jelas menunjukkan ketercapaian sebesar 80%. Waktu yang dilaksanakan selama enam bulan telah mampu meningkatkan motivasi mitra untuk meningkatkan kinerja bisnis.

5. SARAN

Mitra memiliki kesulitan untuk dapat menembus pasar retail karena belum memiliki beberapa izin usaha. Kedepan disarankan ada kegiatan berkelanjutan, terutama dalam pengurusan sertifikat BPOM dan label halal. Kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan tridharma PT khususnya pengabdian kepada masyarakat yang sesuai dengan visi UNJA. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan pengusaha jamu tradisional memiliki kemampuan untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis digital. Kedepan diharapkan juga akan banyak kolaborasi dengan pihak eksternal UNJA sebagai mitra untuk meningkatkan kinerja bisnis usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, Edward, Z. (2014). MODEL PENINGKATAN DAYA SAING PENJUAL JAMU GENDONG SEBAGAI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA JAMBI Firmansyah,. Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora Masyarakat, 16, 12–26.
<http://rgsmitra.com>. (2010).
- Indonesia, K. K. B. P. R. (2020). Konsumsi Jamu Meningkat, Pemerintah Berdayakan UMKM dengan Pendekatan Kluster Obat Tradisional - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/493/konsumsi-jamu-meningkat-pemerintah-berdayakan-umkm-dengan-pendekatan-kluster-obat-tradisional%0Ahttps://ekon.go.id/publikasi/detail/493/konsumsi-jamu-meningkat-pemerintah-berdayakan-umkm-dengan-pendekatan-klaste>
- Octavia, A., Sriyudha, Y., & Hasbullah, H. (2022). Model of Consumer Intention to Purchase Herbal Supplement Products during the COVID-19 Pandemic. *Hong Kong Journal of Social Sciences*, 59.
- Pamela, D. A. (2023). Asal-usul Jamu Gendong yang Makin Tergerus Zaman. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5188835/asal-usul-jamu-gendong-yang-makin-tergerus-zaman>
- Sanjaya, w. (2011). Strategi Pembelajaran. Kencana Prenada Media Group.