

Pengembangan Inovasi Dan Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Wedang Uwuh "Sari Asih"

Innovation Development and Product Branding of UMKM Wedang Uwuh "Sari Asih"

Tri Wijayanti*, Desmana Mei Yuliyanti, Fitri Melati, Maria Nona Adriana Lering, Widhoretno Puspandari, Yovi Pranata

Fakultas Farmasi, Universitas Setia Budi, Surakarta

Vol. 4 No. 2, Desember 2023

 DOI :

10.35311/jmpm.v4i2.248

Informasi artikel:

Submitted: 17 Juli 2023

Accepted: 07 September 2023

*Penulis Korespondensi :

Tri Wijayanti

Fakultas Farmasi, Universitas
Setia Budi, Surakarta

E-mail:

trijayanti@setiabudi.ac.id

No. Hp : 087727167830

Cara Sitasi:

Wijayanti, T., Yulianti, D. M.,
Melati, F., Lering, M. N. A.,
Puspandari, W., & Pranata, Y.
(2023). Pengembangan Inovasi
Dan Branding Produk Usaha
Mikro Kecil Menengah Wedang
Uwuh "Sari Asih". *Jurnal
Mandala Pengabdian
Masyarakat*, 4(2), 343-346.
<https://doi.org/10.35311/jmpm.v4i2.248>

ABSTRAK

Wedang uwuh merupakan salah satu minuman herbal yang berkhasiat untuk kesehatan. Saat ini penjualan wedang uwuh di pasaran masih dalam bentuk kemasan konvensional yaitu simplisia yang dikemas persatuan minum. Tujuan kegiatan pengabdian ini yaitu melakukan inovasi dan branding kemasan celup wedang uwuh yang bekerja sama dengan produsen Wedang uwuh "Sari Asih" untuk meningkatkan minat pembeli dan nilai jual produk. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode observasi, persiapan, pendampingan, dan evaluasi. Hasil pengabdian berupa pembuatan desain kemasan primer dan sekunder yang lebih moderen sehingga meningkatkan minat pembeli dan meningkatkan nilai jual terhadap produk wedang uwuh "Sari Asih".

Kata Kunci: Wedang Uwuh, UMKM Sari Asih, Minuman Herbal

ABSTRACT

Wedang uwuh is a herbal drink that has health benefits. At present the sale of wedang uwuh on the market is still in the form of conventional packaging, namely simplicia packaged as a drinking union. The purpose of this service activity is to innovate and brand the wedang uwuh dip packaging in collaboration with the wedang uwuh producer "Sari Asih" to increase buyer interest and product selling value. This service activity is carried out using the method of observation, preparation, mentoring, and evaluation. The results of the dedication are in the form of making primary and secondary packaging designs that are more modern so as to increase buyer interest and increase the selling value of the "Sari Asih" wedang uwuh product.

Keywords: Wedang Uwuh, UMKM Sari Asih, Herbal Drink



Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Tanaman herbal di Indonesia memiliki manfaat sebagai terapi suatu penyakit dan biasanya dijadikan sebagai obat tradisional ataupun minuman herbal yang berkhasiat untuk kesehatan. Minuman herbal yang banyak diminati masyarakat saat ini adalah wedang uwuh. Rempah-rempah yang biasa digunakan dalam wedang uwuh yaitu secang yang memiliki kandungan senyawa antioksidan dan kayu manis yang dimanfaatkan dalam campuran minuman kesehatan. Rempah penyusun lain dalam wedang uwuh adalah jahe yang memiliki fungsi sebagai obat batuk, laksatif dan antioksidan (Sari, 2017).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Sektor ini mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Untuk itu Pemerintah melalui Gerakan Kewirausahaan Nasional 2014 semakin meningkatkan pembinaan kepada UMKM terutama membantu mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh UMKM. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah kemasan yang masih sederhana dan kurang menarik. Kemasan seringkali disebut sebagai *"The silent sales-man/girl"* karena mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Untuk itu kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli (Widiati, 2020).

Kemasan atau *packaging* dapat didefinisikan sebagai bagian terluar yang membungkus suatu benda dengan tujuan untuk melindungi isinya. Kemasan biasanya dibentuk atau di desain sedemikian rupa agar dapat menampilkan *image* dan pandangan terhadap suatu isi produk sehingga pesan yang akan disampaikan akan dapat ditangkap oleh pemakai produk dengan baik. Dalam era globalisasi saat ini, kemasan yang menarik memiliki nilai jual dan citra produk yang tinggi.

Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah dari kemasan yang menarik. Sedangkan citra produk terkait dengan gambaran produk dalam benak konsumen akan semakin baik apabila produk itu dikemas secara baik, dengan kata lain produk dapat memberi kesan baik bagi konsumen (Mashadi & Munawar, 2021).

Dalam proses pembuatan wedang uwuh, semua bahan simplisia diseduh dengan air mendidih atau direbus jika ingin membuat dalam ukuran banyak. Beragam bahan dalam wedang itu jika telah menyatu dan direbus akar menghasilkan minuman berwarna coklat kemerahan yang terbentuk dari warna dominan secang (Jatmika & Kintoko, 2017). Kemasan yang tersedia di pasaran yaitu berupa kumpulan simplisia. Hal ini menjadi keterbatasan dalam penyajian.

Wedang Uwuh "Sari Asih" merupakan salah satu UMKM jamu herbal yang ada di Sukoharjo, produk wedang uwuh yang diproduksi saat ini masih dalam bentuk konvensional sehingga perlu adanya inovasi produk wedang uwuh yang dapat diterima oleh semua kalangan.

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah produk inovasi wedang uwuh dalam kemasan celup dan pengemasan yang lebih modern.

METODE

Jenis kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan yaitu melakukan observasi, tahap persiapan, tahap pelaksanaan kegiatan, produksi dan evaluasi kegiatan. Studi kelayakan produk dengan membuat contoh produk celup wedang uwuh agar mendapatkan rasa yang sama dengan produk konvensional yang sudah ada di pasaran. Pembuatan desain kemasan yang lebih modern dan dapat diterima di semua kalangan serta memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi. Alat dan bahan yang digunakan yaitu kemasan teh celup, bahan wedang uwuh, *laminating paper for packaging*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Pengembangan Inovasi Dan Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Wedang Uwuh Sari Asih” dilakukan dalam 3 tahap. Tahapan pertama yang dilakukan yaitu dengan mengunjungi UMKM “Sari Asih” yang bertempat di Tegalpacing, Baran, Kecamatan Nguter, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Observasi dilakukan untuk menentukan permasalahan atau kendala yang dialami oleh pelaku usaha. Berdasarkan hasil observasi didapatkan beberapa permasalahan yaitu :

1. Permasalahan pada packaging produk yang masih menggunakan packaging lama.
2. Kemasan dan logo yang kurang menarik
3. Produk masih konvensional sehingga di masyarakat penggunaannya kurang praktis (Gambar1).



Gambar 1 : Produk Wedang Uwuh



Gambar 2. Proses pembuatan produk Inovasi yang ada di pasaran

Pada tahapan yang kedua, tim pengabdian melakukan pemaparan terkait pembuatan desain packaging produk dan stiker yang akan diperbaharui serta perumusan biaya yang akan dikeluarkan. Pada tahap ini UMKM diminta untuk memilih beberapa packaging produk dan sediaan. Dari hasil diskusi permasalahan yang dihadapi, untuk solusi masalah pertama dipilih packaging produk menggunakan pouch kertas yang ramah lingkungan. Solusi masalah kedua yaitu perubahan logo baru berdasarkan filosofi yang sesuai dengan branding UMKM. Solusi masalah ketiga yaitu produk wedang uwuh konvensional diubah menjadi kemasan celup yang lebih praktis dalam pemakaian.

Pada tahapan yang ketiga dilakukan evaluasi produk, dengan melakukan pemasaran langsung kepada pembeli umum yang ada di Pasar Gede Surakarta. Promosi dan pemberian sampel produk baru juga dilakukan kepada konsumen langganan produk wedang uwuh Sari Asih untuk mendapatkan nilai kepuasan terhadap produk baru yang ditawarkan.



Gambar 3. Kemasan produk inovatif



Gambar 4 . Tes pasar untuk produk inovasi wedang uwuh celup.

Hasil evaluasi yang dilakukan terkait rasa produk wedang uwuh celup dilakukan dengan mengetes rasa. Hasil tes rasa menyebutkan bahwa wedang uwuh celup masih memiliki rasa yang sama dengan wedang uwuh rebusan simplisia, sehingga citarasa tradisional yang ingin diusung oleh UMKM Sari Asih masih tetap dapat dipertahankan. Sejumlah 86,67% responden menyukai rasa tradisional dari wedang uwuh celup. Pembuatan kemasan yang lebih praktis menambah minat para pengguna untuk mengkonsumsi wedang uwuh celup. Sebanyak 65% responden menyukai kemasan celup wedang uwuh karena praktis dan lebih modern. Kemasan yang praktis dalam bentuk celup memudahkan konsumen dapat melakukan penyeduhan. Ampas minuman juga tidak banyak sehingga memberikan kenyamanan saat mengkonsumsi. Khasiat wedang uwuh celup dirasa tidak berbeda dengan kemasan konvensional, sehingga konsumen lebih menyukai produk inovasi wedang uwuh celup.

KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Sari Asih, pelaku usaha mendapatkan strategi untuk meningkatkan minat pembeli dan nilai jual produk dengan mengubah desain kemasan produk menjadi kemasan celup yang lebih menarik, estetik, dan lebih praktis digunakan. Pengembangan pemasaran perlu dilakukan terutama dengan memanfaatkan e-marketing agar penjualan lebih luas jangkauannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada :

1. Prodi S2 Farmasi Universitas Setia Budi yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian ini.
2. UMKM "Sari Asih" yang telah bersedia menjadi tempat pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Jatmika, S. E. D., & Kintoko, K. I. (2017). *Inovasi Wedang Uwuh Yang Memiliki Khasiat Untuk Penderita Hipertensi Dan Diabetes Melitus*.
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1 SE-Articles), 115-120. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1402>
- Sari, O. Y. (2017). *Ekstraksi Tanin Daun Kaliandra (Calliandra calothyrsus Meissner.) dan Pengaruhnya terhadap Penghambatan Rhizoctonia sp. secara In Vitro*. Institut Pertanian Bogor.
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2). <https://doi.org/10.26418/JAAKFE.V8I2.40670>