



OPTIMALISASI PRODUKSI DAN PENGUATAN MEREK MINUMAN HERBAL MELALUI PENINGKATAN KUALITAS DAN HIGIENITAS DI DESA BAYAT JARUM, KLATEN.

Yekti Utami¹, Heru Tri Sutiono², Darban Haryanto³, Salsabila Lintang Nabila⁴,
Ashila Metta Rahmadanti⁵

^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

⁵ Universitas Gadjah Mada

Email korespondensi: yekti.utami@upnyk.ac.id

ABSTRACT

This community service program was conducted to strengthen the capacity and competitiveness of local herbal drink producers in Bayat Jarum Village, Klaten. The area has long been known for its traditional herbal products such as wedang jahe, kunyit asam, and temulawak, which hold great potential for economic development and sustainable entrepreneurship. However, production activities were still performed traditionally, lacking standardization in quality control, hygiene, and branding. Through participatory training and mentoring, this program introduced Good Manufacturing Practices (GMPs), simple hygiene systems, and innovative product packaging. Furthermore, the team facilitated the creation of a local brand identity to enhance consumer trust and market reach. The results showed that participants gained an increased understanding of product quality assurance, adopted hygienic production techniques, and improved product appearance through the use of standardized packaging. The establishment of a collective brand also encouraged collaboration among producers and promoted local economic empowerment. This program demonstrated that operational optimization combined with marketing empowerment can significantly increase the sustainability and visibility of rural-based microenterprises.

Keywords: *community empowerment, herbal drinks, quality improvement, hygiene, branding*

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk memperkuat kapasitas dan daya saing pelaku usaha minuman herbal di Desa Bayat Jarum, Klaten. Wilayah ini dikenal dengan berbagai produk herbal tradisional seperti wedang jahe, kunyit asam, dan temulawak yang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan kewirausahaan berkelanjutan. Namun, kegiatan produksinya masih bersifat tradisional dengan keterbatasan pada aspek standarisasi kualitas, higienitas, dan penguatan merek. Melalui pelatihan dan pendampingan partisipatif, program ini memperkenalkan penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP), sistem sanitasi sederhana, serta inovasi pada desain dan kemasan produk. Selain itu, tim juga memfasilitasi pembentukan identitas merek lokal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan jangkauan pasar. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap penjaminan mutu, penerapan teknik produksi

higienis, serta perbaikan tampilan produk melalui kemasan standar. Pembentukan merek bersama turut mendorong kolaborasi antarprodusen dan memperkuat pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Program ini menunjukkan bahwa optimalisasi operasional yang diintegrasikan dengan strategi pemasaran mampu meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha mikro berbasis desa.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, minuman herbal, peningkatan kualitas, higienitas, merek dagang

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis produksi minuman herbal merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam penguatan ekonomi lokal, terutama di wilayah pedesaan yang kaya akan sumber daya empon-empon. Dalam beberapa tahun terakhir, tren konsumsi minuman herbal meningkat signifikan seiring tumbuhnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan gaya hidup natural berbasis kearifan lokal (Sari & Rahmawati, 2022). Namun, penelitian Pratiwi et al. (2023) menegaskan bahwa sebagian besar pelaku usaha herbal masih bergantung pada metode tradisional tanpa standarisasi higienitas, sehingga kualitas produk tidak stabil dan belum sepenuhnya memenuhi standar keamanan pangan. Kondisi ini menyebabkan UMKM berbasis herbal sering kalah bersaing dengan produk industri berskala besar, bukan karena kualitas rasa, tetapi karena kurangnya penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) dan lemahnya penguatan merek (Bellenini & Harsono, 2024).

Fenomena serupa ditemukan di Desa Bayat Jarum, Kabupaten Klaten, yang sejak lama dikenal sebagai sentra produksi minuman herbal seperti jahe, kunyit, dan temulawak dalam bentuk serbuk kristal siap seduh. Produk yang dihasilkan telah dipasarkan hingga ke luar desa melalui jalur distribusi informal, menandakan tingginya kepercayaan awal konsumen. Namun, observasi lapangan menunjukkan bahwa proses produksi masih sepenuhnya dilakukan secara manual tanpa panduan higienitas yang terukur. Kemasan produk juga masih sederhana dan belum membangun identitas merek yang kuat, sehingga berpotensi menurunkan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Padahal, menurut Rahmawati et al. (2025), pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pelatihan produksi dan penguatan merek terbukti efektif dalam meningkatkan nilai jual dan keberlanjutan usaha, terutama di sektor pangan tradisional yang didominasi ibu-ibu rumah tangga.

Selain keterbatasan teknis dalam produksi, pelaku usaha minuman herbal juga menghadapi tantangan dalam memenuhi ekspektasi konsumen modern yang semakin kritis terhadap aspek higienitas, keamanan produk, dan profesionalitas merek. Putri dan Santosa (2024) menyatakan bahwa konsumen masa kini cenderung mempertimbangkan transparansi proses produksi, kualitas kemasan, dan kredibilitas merek sebelum membeli produk pangan berbasis herbal. Kondisi ini menandakan bahwa kualitas rasa saja tidak lagi cukup; produk harus tampil unggul melalui jaminan higienitas dan identitas merek

yang jelas agar mampu bersaing di pasar urban maupun ranah ekonomi digital yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, diperlukan intervensi berbasis edukasi dan fasilitasi yang tidak hanya meningkatkan kualitas produksi, tetapi juga memperkuat *positioning* produk di mata konsumen. Program pengabdian ini menawarkan solusi melalui penyuluhan teknis mengenai penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) skala rumah tangga, penguatan pemahaman sanitasi pangan yang sederhana, serta pengenalan strategi branding dan penguatan kemasan produk. Pendekatan ini dirancang agar tetap selaras dengan nilai kearifan lokal, namun sekaligus adaptif terhadap tuntutan pasar modern. Program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas pengetahuan pelaku usaha, tetapi juga mendorong kesiapan penerapan praktik produksi yang lebih higienis dan bernilai jual tinggi sebagai fondasi penguatan merek yang berkelanjutan.

Urgensi penguatan higienitas dan merek produk herbal menjadi semakin penting mengingat lanskap persaingan UMKM kini tidak hanya terbatas pada pasar lokal, tetapi juga pada ekosistem digital dan pasar modern yang mengutamakan kepercayaan konsumen. Sejalan dengan pendapat Utami & Wardhani (2023), keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga kemampuan menciptakan persepsi profesionalisme dan tanggung jawab terhadap keamanan pangan. Tanpa adanya peningkatan kualitas proses produksi dan penguatan citra merek, pelaku usaha tradisional seperti di Desa Bayat Jarum berisiko tertinggal dan tidak mampu menembus pasar yang lebih luas meskipun memiliki potensi produk yang kuat secara fungsional.

Program optimalisasi produksi dan penguatan merek ini dirancang tidak untuk menggantikan tradisi lokal, tetapi untuk memastikan bahwa kearifan lokal tetap relevan dan berdaya saing di era modern. Pendekatan yang dilakukan mengutamakan transfer pengetahuan berbasis praktik sederhana, realistis, dan aplikatif agar mudah diadaptasi oleh pelaku usaha tanpa menimbulkan resistensi atau ketergantungan. Dengan demikian, program ini tidak hanya bersifat intervensi sesaat, tetapi menjadi langkah menuju transformasi bertahap yang memperkuat keberlanjutan ekonomi masyarakat melalui peningkatan kualitas produksi sekaligus penguatan identitas produk sebagai aset lokal yang bernilai.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program ini disusun menggunakan pendekatan partisipatif yang mengutamakan keterlibatan aktif pelaku usaha sebagai subjek, bukan objek kegiatan. Fokus utama diarahkan pada peningkatan higienitas produksi, standarisasi prosedur berdasarkan prinsip *Good Manufacturing Practices* (GMP) skala rumah tangga, serta penguatan identitas produk melalui kemasan dan citra merek (*brand trust*). Program dirancang agar bersifat realistis, tidak memutus tradisi lokal, dan tetap memberi ruang bagi adopsi bertahap sesuai kapasitas mitra. Rangkaian metode dilaksanakan melalui tahapan berikut:

1. Sosialisasi dan Observasi Lapangan
 - a. Observasi langsung dilakukan terhadap proses produksi mitra, mencakup cara pencucian bahan baku, metode pamarutan dan pemerasan, teknik pengeringan alami, hingga kondisi sanitasi ruang kerja dan alat produksi.
 - b. Identifikasi kebutuhan dan tantangan, termasuk pola kebiasaan mitra, persepsi mereka terhadap kualitas produk, serta faktor yang selama ini dianggap “cukup layak” menurut pengalaman empiris.
 - c. Koordinasi dengan pemerintah desa dan pelaku usaha, untuk membangun kesepahaman mengenai urgensi program dan menyepakati bentuk keterlibatan mitra.
2. Pelatihan Teknis dan Penguatan Kapasitas
 - a. Penyuluhan GMP skala rumah tangga, meliputi pengendalian risiko kontaminasi, sanitasi bahan baku, titik kritis proses pengolahan, serta faktor penentu daya simpan produk herbal.
 - b. Peningkatan kesadaran higienitas, dengan menjelaskan konsekuensi kebersihan terhadap kualitas, kepercayaan, dan persepsi konsumen—disampaikan melalui contoh kasus, bukan teori abstrak.
 - c. Pengenalan dasar penguatan merek dan kemasan, termasuk fungsi kemasan sebagai representasi mutu, diferensiasi pasar, dan pembentuk persepsi profesionalitas produk.
3. Fasilitasi dan Penyiapan Implementasi
 - a. Pemberian alat pendukung higienitas produksi, seperti sealer dan perlengkapan sanitasi sederhana sesuai skala usaha rumahan.
 - b. Penjelasan penerapan bertahap, agar alat tidak dipaksakan langsung digunakan saat kegiatan, melainkan diintegrasikan secara alami ke rutinitas produksi setelah pelatihan.
4. Evaluasi dan Refleksi Awal
 - a. Pemantik diskusi reflektif, untuk menilai pemahaman mitra terhadap higienitas, konsistensi kualitas, serta kesadaran akan kebutuhan pembaruan praktik.
 - b. Evaluasi respons mitra, dilakukan secara langsung melalui pertanyaan dan studi kasus untuk melihat kesiapan mental terhadap adaptasi perubahan.
5. Monitoring dan Pelaporan
 - a. Monitoring pasca kegiatan, dilakukan secara berkala untuk melihat kesiapan penerapan hasil pelatihan di lapangan.
 - b. Penyusunan laporan akhir, berisi dokumentasi pelaksanaan, evaluasi, serta rekomendasi pengembangan lanjutan yang tetap adaptif terhadap karakter mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian ini melibatkan pelaku usaha minuman herbal di Desa Bayat Jarum yang sebagian besar telah menjalankan usaha selama lebih dari 5 tahun

secara turun-temurun. Berdasarkan observasi awal, aktivitas produksi dilakukan sepenuhnya secara manual — mulai dari pencucian bahan baku empon-empon, pamarutan, pemerasan, hingga proses pengendapan pati menggunakan metode tradisional. Kebiasaan ini membuktikan adanya pengalaman empiris yang kuat, namun belum sepenuhnya memperhatikan standar higienitas dan konsistensi mutu (terutama pada aspek sanitasi bahan dan pengelolaan lingkungan produksi).

Dalam diskusi pra-pelatihan, terlihat bahwa mayoritas pelaku usaha belum memiliki persepsi kritis terhadap standarisasi kualitas produk; penilaian mutu masih didasarkan pada intuisi visual dan pengalaman pribadi, bukan pada parameter objektif. Hal ini sejalan dengan temuan Rahmawati et al. (2025) yang menyatakan bahwa usaha mikro berbasis tradisi sering kali memiliki kekuatan keterampilan praktik, namun belum memiliki kesadaran terhadap pentingnya standarisasi formal sebagai penentu kepercayaan pasar.

Setelah penyuluhan dan pelatihan mengenai GMP skala rumah tangga, peserta mulai menunjukkan respons yang kuat terhadap hubungan langsung antara higienitas dan daya simpan produk. Pada sesi praktik, peserta mampu mengidentifikasi titik kritis kebersihan — seperti risiko kontaminasi mikroba pada alat peras dan sensitivitas gula terhadap pertumbuhan jamur — yang sebelumnya dianggap wajar. Peserta juga mulai memahami bahwa kemasan bukan sekadar pembungkus, tetapi representasi kualitas sekaligus sarana membangun brand trust. Perubahan ini tidak hanya tercermin dari antusiasme diskusi, tetapi juga dari kesiapan bertanya dan meminta verifikasi ulang saat simulasi penerapan alat produksi higienis diberikan.

Perubahan pemahaman ini juga didukung secara kuantitatif melalui hasil *pre-test* dan *post-test* berdasarkan tujuh indikator pengetahuan utama terkait kualitas, higienitas, dan manajemen usaha. Secara umum, seluruh aspek menunjukkan peningkatan signifikan setelah pelatihan.

Tabel 1. Hasil Skor *Pre-Test* dan *Post-Test*

Aspek	Indikator	Rata-rata <i>Pre-Test</i>	Rata-rata <i>Post-Test</i>	Perubahan
Produksi & Kualitas Produk	P1. Pemahaman cara produksi yang baik	4,80	5,00	Naik
	P2. Persyaratan lingkungan produksi	4,70	5,00	Naik
Higienitas & Keamanan Pangan	P3. Standar peralatan pengolahan	4,60	4,90	Naik
	P4. Sanitasi & higienitas karyawan	4,50	4,90	Naik
	P5. Pengendalian hama di tempat produksi	4,30	4,80	Naik
Pengelolaan Usaha & Administrasi	P6. Pemahaman proses manajemen usaha	4,20	4,80	Naik
	P7. Pencatatan dan dokumentasi produksi	4,10	4,80	Naik

Sumber: Data kegiatan, diolah penulis (2025)



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan
Bisnis Dasar di Desa Bayat Jarum, Kabupaten Klaten.

Aspek produksi dan kualitas produk mencatat skor tertinggi sejak awal, namun tetap mengalami penguatan dalam pemahaman mengenai urgensi standarisasi alur kerja yang konsisten. Peningkatan signifikan juga terjadi pada aspek higienitas, khususnya kesadaran peserta terhadap risiko kontaminasi mikrobiologis dan sensitifnya penggunaan gula dalam memengaruhi daya simpan produk — temuan yang memperkuat studi Mahaya et al. (2024). Sementara itu, aspek manajemen dan dokumentasi usaha menunjukkan lonjakan peningkatan terbesar secara relatif. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran mindset dari sekadar “produksi rutin” menjadi “produksi berbasis mutu dan akuntabilitas”, sejalan dengan pandangan Pramitasari dkk. (2021) dan Wididana & Budiadnyani (2024) bahwa pencatatan usaha merupakan pondasi penting dalam membangun kredibilitas UMKM.

Selain peningkatan pengetahuan, keterlibatan aktif peserta juga terlihat kuat selama praktik pendampingan berlangsung. Peserta mulai mengajukan pertanyaan yang berorientasi pada kebutuhan pasar dan kepercayaan konsumen, seperti konsistensi rasa, kerapian kemasan, dan pentingnya *brand identity*. Respons ini menunjukkan kesiapan peserta untuk bergerak dari produksi berbasis kebiasaan menuju produksi yang berorientasi mutu dan keberlanjutan usaha. Komitmen pelaku usaha terhadap penggunaan alat higienis seperti sealer modern semakin menguatkan indikasi kesiapan implementasi praktik pasca program.

Meskipun demikian, keterbatasan tetap ditemukan, terutama pada ketergantungan peserta terhadap metode manual dan belum meratanya literasi dokumentasi serta adaptasi teknologi sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan tidak dapat dilakukan secara instan dan memerlukan pendampingan lanjutan serta monitoring berkelanjutan untuk menjaga konsistensi penerapan.

PENUTUP

Simpulan

Kegiatan pengabdian ini secara komprehensif berhasil meningkatkan pemahaman pelaku usaha minuman herbal di Desa Bayat Jarum terkait penerapan prinsip higienitas, standarisasi proses produksi, dan penguatan identitas produk. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan pada seluruh aspek utama, terutama pada pemahaman mengenai standar mutu dan pentingnya pencatatan produksi sebagai bagian dari pengendalian kualitas. Faktor pendukung kegiatan ini meliputi keterbukaan mitra terhadap perubahan dan kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan riil usaha. Adapun faktor penghambat utamanya adalah kebiasaan produksi manual yang telah mengakar dan keterbatasan literasi dalam adopsi praktik dokumentasi serta teknologi sederhana.

Saran

Pelatihan lanjutan disarankan untuk difokuskan pada pendampingan implementatif secara bertahap agar perubahan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan semata, tetapi juga tercermin dalam konsistensi praktik produksi sehari-hari. Penguatan aspek branding dan pengemasan produk perlu dioptimalkan dengan melibatkan strategi visual dan kepercayaan pasar secara lebih terarah. Selain itu, diperlukan monitoring berkala agar penerapan standar higienitas dan dokumentasi produksi dapat berjalan secara berkelanjutan serta adaptif terhadap perkembangan kebutuhan pasar.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta yang telah mendanai kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan kontrak pelaksanaan PbM Nomor: 823/UN62.21/AM.00.00/2023. Apresiasi juga diberikan kepada pemerintah Desa Bayat Jarum dan para pelaku usaha minuman herbal setempat atas partisipasi aktif dan kerja samanya selama program berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Annisa, R. 2023. Analisis Pertumbuhan Ekonomi Daerah SUBOSUKOWONOSRATEN. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11(2), 45–58.

- Arnold-Baker, S. dan Garland, C. 2020. The Role of Women in Rural Household Economies. *Journal of Community Empowerment*, 8(1), 77–90.
- Huda, S. dan Sukadiono, D. 2021. Pelatihan Bisnis Dasar dalam Meningkatkan Kapasitas UMKM Perempuan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 32–41.
- Knowles, M., Holton, E. F., and Swanson, R. 2011. *The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development*. New York: Routledge.
- Latumahina, L. et al. 2022. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 6(3), 118–127.
- Maidah, N. et al. 2024. Model Kemandirian Ekonomi Desa melalui Penguatan UMKM Lokal. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 9(2), 101–110.
- Merriam, S. dan Bierema, L. 2014. *Adult Learning: Linking Theory and Practice*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Pramitasari, D. A. et al. 2021. Pemberdayaan Ekonomi Perempuan melalui Pelatihan Olahan Es Krim. *Jurnal ABDIMAS Nusantara*, 5(2), 74–83.
- Rahmawati, I. et al. 2025. Pemberdayaan Kemandirian Ekonomi Melalui Pelatihan Kewirausahaan bagi Ibu-Ibu Dasa Wisma. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 5(1), 74–83.
- Ramadhani, A. F. et al. 2023. Penguatan Pemasaran Digital UMKM Berbasis Marketplace. *Jurnal Transformasi Digital UMKM*, 2(1), 55–64.
- Sen, A. 1999. *Development as Freedom*. New York: Oxford University Press.
- Utomo, P. dan Sugiharti, Y. 2022. Analisis Pekerja Muda dalam Pasar Kerja Indonesia. *Jurnal Tenaga Kerja dan Pembangunan*, 7(1), 21–34.
- Wididana, I. dan Budiadnyani, N. 2024. Pelatihan Diversifikasi Produk Es Krim dalam Mendukung Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Kewirausahaan*, 3(1), 14–22.
- Yunandar, R. et al. 2025. Pengembangan Produk UMKM Berbasis Inovasi dan Marketplace. *Jurnal Pemasaran Digital Indonesia*, 4(2), 90–102.