COMMUNITY EMPOWERMENT
Vol.10 No.12 (2025) pp. 2398-2409
p-ISSN: 2614-4964 e-ISSN: 2621-4024

Enhancing the value-added of traditional herbal medicine through instant product diversification and KUBE Strengthening

Arief Kusuma Wardani, Nugraha Dimas Apriyanto, Adiwira Wahyu Aji, Bilqis Rahil Azizah, Clara Adinda Firdausa, Nailiz Zulfiatin Niamah
Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

ariefkusumawardani@unimma.ac.id
https://doi.org/10.31603/ce.11203

Abstract
The traditional 'jamu gendong' (herbal medicine) business in Trasan Hamlet, Magelang, faces challenges due to low productivity and an extremely short product shelf life (only one day), which limits the welfare of its practitioners. This community service program aims to transform this traditional business through product innovation and digital market expansion. The methodology employed a participatory approach involving institutional strengthening, product diversification, and digital literacy. The results demonstrated the successful formation of the "Trajaya" Joint Business Group (KUBE) as a collective platform for vendors. The implemented technological innovation successfully converted liquid jamu into an instant powder format, which possesses a longer shelf life and higher market value. Furthermore, the integration of digital marketing through Shopee has opened national market access for these local products. The transformation from a conventional business model to one based on product innovation and digitalization has proven effective in increasing competitiveness and providing sustainable solutions for the income growth.

Keywords: Jamu gendong; Product innovation; Herbal powder; Digital marketing

Contributions to SDGs



Article History
Received: 28/03/24
Revised: 18/11/25
Accepted: 08/12/25

Eskalasi nilai tambah jamu tradisional melalui diversifikasi produk instan dan penguatan KUBE

Abstrak
Usaha jamu gendong di Dusun Trasan, Magelang, menghadapi kendala rendahnya produktivitas dan masa simpan produk yang sangat singkat (hanya 1 hari), yang membatasi kesejahteraan pelaku usaha. Program pengabdian ini bertujuan mentransformasi usaha tradisional tersebut melalui inovasi produk dan perluasan akses pasar digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif yang meliputi penguatan kelembagaan, diversifikasi produk, dan literasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan keberhasilan pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) "Trajaya" sebagai wadah kolektif pengusaha jamu. Inovasi teknologi yang diterapkan berhasil mengubah format jamu cair menjadi jamu serbuk instan yang memiliki masa simpan lebih lama dan nilai jual lebih tinggi. Selain itu, integrasi pemasaran melalui Shopee telah membuka akses pasar nasional bagi produk lokal ini. Transformasi dari model bisnis konvensional ke berbasis inovasi produk dan digitalisasi terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing serta memberikan solusi berkelanjutan bagi peningkatan pendapatan.

Kata Kunci: *Jamu gendong; Inovasi produk; Jamu serbuk; Pemasaran digital*

1. Pendahuluan

Desa Bringin, Kecamatan Srumbung, Kabupaten Magelang, memiliki populasi sebanyak 6.653 jiwa dan terdiri dari 21 dusun, salah satunya adalah Dusun (Astari & Efelina, 2021). Mayoritas masyarakat Dusun Trasan bekerja sebagai petani, namun terdapat pula pekerja buruh pasir dan individu yang menjalankan industri rumah tangga secara mandiri. Dusun ini memiliki potensi signifikan dalam industri rumah tangga berupa usaha jamu gendong yang telah berdiri sejak tahun 2014. Berdasarkan pendataan, terdapat 20 pelaku usaha jamu yang merupakan ibu-ibu muda. Dengan menjadi usahawan jamu gendong, mereka turut meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam mengenalkan produk sehat alami untuk mengatasi *stunting*, seperti jamu kunir asam yang berasal dari kunyit dan dikenal dapat meningkatkan nafsu makan (Bao et al., 2024).

Meskipun telah berjalan selama lebih dari sepuluh tahun, UMKM usaha jamu gendong ini hanya berkembang melalui peningkatan jumlah varian produk tetapi tidak berdampak signifikan terhadap penghasilan pelaku usaha. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu produk belum praktis, sulit diperoleh, dan hanya dikonsumsi pada waktu tertentu, biasanya pagi hari. Proses pengolahan jamu gendong masih dilakukan secara konvensional, mulai dari penyiapan bahan baku mentah (Gambar 1), pengolahan, hingga penjualan secara keliling. Produk jamu yang dihasilkan berupa jamu cair (kunir asam, gula asam, paitan brotowali, cabai puyang, beras kencur, dan empon-empon). Usaha rumah tangga ini rata-rata memproduksi 12 botol jamu gendong (Gambar 2), dikemas dalam dirigen atau botol kaca, dan disajikan dengan harga jual yang relatif murah, yaitu Rp. 2.000,- per 250 ml (gelas belimbing atau plastik).



Gambar 1. Bahan rempah jamu gendong

Masalah utama yang dihadapi UMKM ini adalah harga penjualan yang tidak sebanding dengan proses produksi dan tekanan untuk menjual habis semua produk yang diproduksi (12 botol) pada hari itu juga demi menjaga kesegaran. Selain itu, target pasar yang terbatas menghambat peningkatan omset. Tuntutan agar produk harus terjual habis untuk mencapai target keuntungan dan menghindari kerugian dapat menyebabkan eksploitasi tenaga kerja, di mana tenaga kerja menggunakan waktu sepenuhnya hingga jamu habis (Chen et al., 2020).

Untuk meningkatkan kualitas dan kepraktisan konsumsi jamu gendong, suatu inovasi sangat diperlukan (Estiasih et al., 2025). UMKM perlu mendapatkan pelatihan dan wawasan mengenai inovasi produk untuk menunjang keunggulan kompetitif, serta

meningkatkan keterampilan dan wawasan pengetahuan untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan industri (Huda, 2022). Inovasi produk dapat menghemat tenaga produksi dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Upaya inovasi terhadap jamu gendong pernah dilakukan oleh Nisa & Misidawati (2024) melalui pembuatan jamu gendong dalam botol kemasan dan penggunaan media sosial untuk mengenalkan produk, dengan hasil bahwa jamu kunir asam dan beras kencur dapat bertahan lebih lama. Selain itu, pembuatan jamu serbuk kunyit asam berhasil dilakukan melalui serangkaian percobaan untuk mempermudah penyimpanan dan akses pasar yang lebih luas (Kim et al., 2014). Inovasi dari jamu cair menjadi jamu serbuk juga merupakan strategi yang dapat menjangkau pasar lebih luas dan meningkatkan omset pendapatan penjualan (Martusa et al., 2024). Hal ini menunjukkan adanya perhatian terhadap aspek kualitas produk jamu.



Gambar 2. Jamu gendong kemasan botol

Mengingat kompleksitas masalah, aspek penting saat ini untuk usaha jamu di Dusun Trasan adalah terkait dengan pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Pembentukan KUBE diyakini berhasil menjawab isu-isu yang ada, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memaksimalkan potensi ekonomi lokal (Musfiroh et al., 2013). Selain penguatan kelembagaan, *digital marketing* juga diperlukan untuk mendukung pemasaran yang lebih luas. Penggunaan media sosial memberikan manfaat besar bagi UMKM, seperti sarana komunikasi langsung, promosi produk, pendataan kebutuhan pelanggan, dan dasar pengambilan keputusan dalam bertransaksi (Mustanir et al., 2019).

Oleh karena itu, untuk meningkatkan produktivitas dan penghasilan usaha jamu gendong di Dusun Trasan, kegiatan ini berfokus pada pembentukan KUBE dan diversifikasi produk jamu gendong cair menjadi jamu serbuk dalam kemasan. Selain itu, juga dilakukan pelatihan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.

2. Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Terpadu (PPMT) ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan model pemberdayaan masyarakat partisipasi, yaitu *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Pendekatan ini dipilih untuk memastikan perumusan masalah dan solusi didasarkan pada partisipasi aktif dan pengalaman mitra

(Shiraishi & Barbosa, 2015). Metode pelaksanaan ini sangat sesuai untuk mengidentifikasi situasi dan potensi yang ada pada UMKM usaha jamu gendong.

Prinsip dasar yang diterapkan dalam PRA meliputi berbagi pengalaman, keterlibatan penuh masyarakat, penerapan konsep triangulasi, dan fokus pada keberlanjutan sebuah program (Nuryanti et al., 2024). Inti dari metode ini adalah tahap berbagi pengalaman, di mana peserta menceritakan pengalaman sehari-hari mereka (ekonomi, usaha, kesehatan). Dari sini, teridentifikasi masalah mendesak (misalnya, jamu tidak tahan lama) yang kemudian ditindaklanjuti dengan solusi berupa pembentukan KUBE dan inovasi produk serbuk. Proses pelatihan (inovasi dan *e-commerce*) juga dilakukan secara praktik langsung dan diskusi terbuka, memastikan solusi yang diambil realistis dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dengan demikian, metode pelaksanaan dibagi menjadi tujuh tahapan utama yang melibatkan partisipasi penuh pelaku usaha jamu gendong di Dusun Trasan:

a. Koordinasi awal dengan perangkat desa dan sosialisasi tujuan program kepada pelaku usaha jamu.
b. Identifikasi pelaku usaha aktif, jenis produk, kapasitas produksi, dan kendala yang ada.
c. Diskusi intensif melalui praktik berbagi pengalaman ala PRA untuk mengidentifikasi masalah utama, seperti masa simpan pendek, kesulitan produksi sore hari, dan target pasar terbatas.
d. Fasilitasi pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dengan nama "Jamu Gendong Sehat Alami", termasuk penyusunan struktur pengurus dan aturan kerja.
e. Pelatihan intensif dan praktik langsung pembuatan jamu serbuk instan (pengeringan, penumbukan, pengemasan) untuk memperpanjang daya simpan.
f. Pelatihan pemasaran digital melalui pengenalan konsep *digital marketing* dan praktik pembuatan serta pengelolaan toko *online* melalui platform *Shopee*.
g. *monitoring* dan evaluasi melalui diskusi kelompok terarah yang melibatkan anggota KUBE dan fasilitator untuk menilai hasil dan merumuskan langkah perbaikan

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pendataan anggota KUBE

Guna mendukung implementasi program kerja, khususnya pembentukan komunitas usaha bersama yang bertujuan memperluas target pasar dan mendorong inovasi, diperlukan data akurat mengenai pelaku usaha yang berminat bergabung. Kegiatan pendataan anggota komunitas dilaksanakan di Dusun Trasan dan melibatkan semua anggota kelompok pada tanggal 16 Desember 2023.

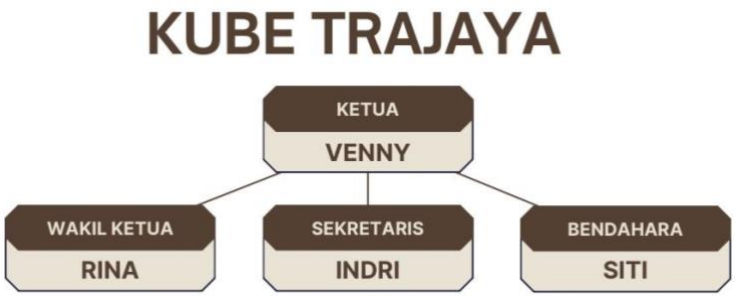
Hasil pendataan menunjukkan bahwa dari total 200 warga yang teridentifikasi berprofesi sebagai pedagang di dusun tersebut, terdapat 20 pedagang jamu gendong. Uniknya, seluruh pedagang jamu gendong ini adalah ibu-ibu muda di Dusun Trasan. Sisa dari populasi pedagang tersebut bergerak di sektor lain, seperti pedagang sayuran dan makanan. Data ini menjadi dasar penting untuk langkah selanjutnya, yaitu fasilitasi pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang secara spesifik menargetkan 20 pelaku usaha jamu gendong untuk memaksimalkan potensi ekonomi lokal mereka.

3.2. Pengenalan KUBE dan pembentukan struktur pengurus

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) adalah kemampuan wirausahawan untuk merumuskan strategi dalam struktur organisasi formal. Tahap awal dilakukan pendataan anggota yang akan bergabung pada komunitas, kegiatan selanjutnya dilakukan pada tanggal 21 Desember 2023 yang dihadiri anggota terdaftar KUBE. Kegiatan dilaksanakan di aula TPQ yang didampingi oleh Kepala Dusun, acara dimulai dengan pembagian materi dan pemaparan program KUBE atau Komunitas Usaha Bersama. Pengenalan program komunitas ini sangat penting mengingat selama ini masyarakat Dusun Trasan menjualkan produk jamunya secara mandiri tanpa adanya komunikasi dan inovasi ide - ide terbaru. Dengan pengenalan program ini diharapkan masyarakat menjadi mendapatkan lebih banyak informasi dan inovasi untuk meningkatkan produktivitas dari produk jamu yang dijual. Adapun hasil yang dicapai dari kegiatan ini yaitu struktur organisasi kelompok usaha bersama yang digambarkan sebagai berikut :

Salah satu tantangan fundamental yang dihadapi oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah kesulitan wirausahawan dalam merumuskan strategi dan membangun struktur organisasi yang formal (Permana et al., 2025). Oleh karena itu, langkah yang krusial dalam program ini adalah penguatan kelembagaan melalui pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE).

Setelah pendataan, sosialisasi program KUBE atau Komunitas Usaha Bersama dilaksanakan pada tanggal 21 Desember 2023 di aula TPQ, yang turut didampingi oleh Kepala Dusun. Pengenalan program komunitas ini dinilai sangat penting mengingat selama ini masyarakat Dusun Trasan menjualkan produk jamu mereka secara mandiri, tanpa adanya komunikasi dan inovasi ide-ide terbaru secara kolektif. Dengan pengenalan program ini, diharapkan masyarakat mendapatkan lebih banyak informasi dan inovasi untuk meningkatkan produktivitas dari produk jamu yang dijual.



Gambar 3. Struktur KUBE Trajaya

Hasil utama dari kegiatan penguatan kelembagaan ini adalah terbentuknya kelompok usaha bersama dengan nama KUBE Trajaya dan tersusunnya struktur pengurus formal. Struktur organisasi KUBE Trajaya disajikan pada Gambar 3. KUBE Trajaya juga merumuskan Visi dan Misi sebagai panduan strategis kelompok, mencerminkan komitmen terhadap kualitas, kesejahteraan, dan pelestarian budaya. Visinya adalah "Menjadi kelompok usaha jamu tradisional yang mandiri dan sejahtera, dikenal karena produk berkualitas yang melestarikan warisan budaya Indonesia." Sedangkan misinya adalah sebagai berikut.

a. Memproduksi dan memasarkan jamu tradisional yang aman, berkhasiat, dan berkualitas menggunakan bahan baku lokal berkelanjutan.

b. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi anggota KUBE dan masyarakat sekitar melalui usaha jamu.
c. Melestarikan budaya dan tradisi pembuatan jamu tradisional Indonesia.
d. Mengembangkan inovasi produk jamu untuk memperluas akses pasar.

3.3. Pelatihan pembuatan jamu serbuk

Pelatihan pembuatan jamu serbuk (Gambar 4) ini merupakan langkah penting dalam mentransformasi UMKM jamu gendong Dusun Trasan dari produk cair yang rentan basi menjadi produk serbuk instan yang memiliki ketahanan produk atau penyimpanan yang jauh lebih lama (Rarastiti & Sundari, 2023). Tim pengabdian masyarakat memulai tahapan pelatihan dengan mengeksplorasi potensi dan manfaat kesehatan dari tanaman rempah yang tersedia lokal, yang meliputi temu lawak, kunyit, jahe, dan serai, serta penambahan bahan aromatik seperti kayu manis, gula aren, dan pandan. Rempah-rempah ini kaya akan senyawa bioaktif penting; misalnya, temu lawak (Rishanto & Putra, 2024) telah diakui sebagai anti inflamasi (Shan & Iskandar, 2018) dan anti hiperglikemia (Shiraishi & Barbosa, 2015), bahkan efektif dalam meningkatkan berat badan balita (Silalahi, 2013). Demikian pula, jahe dan kunyit menyediakan senyawa seperti *gingerol* dan *kurkumin*, yang memiliki sifat antioksidan, anti inflamasi, dan anti mikroba yang kuat (Spence, 2024; Subagio, 2021), sementara serai dikenal karena sifat antiseptik dan kandungan antioksidannya.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan jamu serbuk

Proses pelatihan dimulai dengan penyiapan bahan-bahan baku, yaitu Kunyit ½ Kg, Jahe ¼ Kg, Temu lawak ¼ Kg, Serai 5 Batang, Gula Pasir 1 Kg, Kayu Manis 2 batang, dan 1 liter Air. Tahap inti pengolahan adalah ekstraksi dan kristalisasi. Rempah-rempah dikupas, dicuci, dipotong, dan kemudian diblender dengan 200 ml air. Pendekatan ini menyerupai metode *dekoksi* dalam penanganan obat herbal China, di mana pengolahan dengan eksipien cair yang tepat dapat memodifikasi kandungan komponen aktif dan meningkatkan pelarutan obat (Trianti et al., 2021; Wardani et al., 2025). Hasil saringan rempah ini kemudian direbus dengan sisa air matang, serta ditambahkan kayu manis dan serai. Setelah mendidih, gula ditambahkan dengan perbandingan 1:1, sementara kayu manis dan serai ditiriskan karena peran mereka sebatas penambah aroma dan rasa (Wardani et al., 2025).

Tahap kritis berikutnya adalah proses pengeringan dan pembentukan serbuk. Adonan direbus sambil terus diaduk perlahan dan konstan hingga air menguap seluruhnya dan mulai mengeras menjadi bubuk, untuk mencegah terbentuknya gumpalan dan

kristalisasi. Setelah kering, api dimatikan, dan bubuk disaring hingga halus sebelum ditakar 50 gram untuk setiap kemasan. Melalui pelatihan ini, peserta berhasil memproduksi jamu serbuk kunir asam yang siap dikemas, menunjukkan keberhasilan diversifikasi produk yang tidak hanya meningkatkan efisiensi dan kebersihan dalam proses produksi, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas berkat umur simpan yang lebih panjang (Gambar 5).



Gambar 5. Hasil pembuatan jamu serbuk

3.4. Pembuatan label produk dan kemasan

Potensi Dusun Trasan sebagai sentra jamu tradisional perlu didukung melalui inovasi produk unggulan desa, yang salah satunya difokuskan pada pendampingan pengemasan dan pemberian label untuk meningkatkan daya beli dan minat konsumen (Widiyastuti et al., 2023). Inovasi pengemasan menjadi sangat krusial mengingat produk yang akan dijual telah berubah wujud, yaitu dari jamu cair konvensional menjadi jamu serbuk instan. Sebelumnya, pelaku usaha jamu di Trasan hanya menggunakan kemasan yang sangat sederhana dan tidak standar, yaitu plastik kiloan biasa, penyajian langsung di gelas, atau botol bekas/botol kaca untuk stok jual keliling (Gambar 6). Kemasan tradisional ini tidak hanya kurang menarik tetapi juga tidak mendukung daya tahan produk yang diperpanjang.



Gambar 6. Botol kemasan produk jamu cair

Transformasi kemasan diwujudkan melalui penggunaan *standing pouch*, yang lebih praktis, modern, dan mudah digunakan. Pengemasan dengan *standing pouch* tidak hanya berfungsi untuk menjaga mutu dan kualitas produk, tetapi juga memberikan keunggulan fleksibilitas dan kemampuan memperpanjang usia atau masa tahan produk agar lebih awet, yang sangat penting untuk produk jamu serbuk. Desain kemasan baru ini juga dilengkapi dengan logo yang menonjolkan merek produk Jamu Trajaya, serta mencantumkan nama produksi KUBE. Peningkatan kualitas pengemasan ini secara langsung bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan pada akhirnya meningkatkan penghasilan ibu-ibu anggota KUBE Trajaya.

Bersamaan dengan inovasi kemasan, dibuat pula label produk untuk produk jamu serbuk inovasi. Label ini memuat informasi penting seperti komposisi, cara penyajian, cara penyimpanan, berat isi, hingga khasiat produk. Label produk berfungsi sebagai media komunikasi yang esensial, yang wajib memberikan informasi yang jelas dan benar kepada konsumen, sehingga membantu konsumen dalam pengambilan keputusan yang tepat dan aman terkait isi produk, komposisi bahan, dan manfaatnya (Wu et al., 2018). Label dan kemasan yang profesional ini menjadi identitas merek yang kuat bagi KUBE Jamu Trajaya dalam memasuki pasar yang lebih luas (Gambar 7).



Gambar 7. Label dan kemasan *standing pouch*

3.5. Pelatihan pembuatan *e-commerce* Shopee

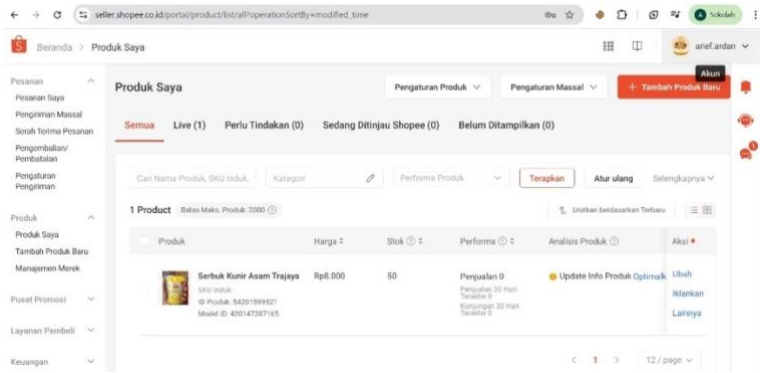
Pada kegiatan terakhir dilakukannya optimalisasi pemasaran digital dengan pemberian pelatihan mengenai penggunaan *e-commerce* seperti Shopee. Kegiatan ini bertujuan untuk membuatkan akun jual-beli di Shopee pada penjual jamu di kampung Trasan. Selanjutnya menjelaskan penggunaan lapak jual-beli tersebut mulai dari *input* gambar dan video, cara memberikan *feedback* di kolom komentar, cara pengecekan jika terdapat pesanan. Pemasaran yang tepat sasaran terhadap konsumen akan dapat meningkatkan penjualan produk. Kehadiran teknologi internet dapat memudahkan para pelaku penjual jamu mampu menjangkau lebih banyak konsumen sehingga memiliki banyak peluang untuk memasarkan produknya.

Kegiatan pelatihan diakhiri dengan langkah penting dalam optimalisasi pemasaran digital, yaitu pemberian pelatihan intensif mengenai penggunaan platform *e-commerce* Shopee (Gambar 8). Pelatihan ini bertujuan untuk mentransformasi metode penjualan tradisional menjadi digital, sehingga dapat meningkatkan jangkauan pasar dan

penjualan produk. Kehadiran teknologi internet dan platform digital secara fundamental dapat memudahkan para pelaku usaha jamu menjangkau lebih banyak konsumen, membuka peluang besar untuk memasarkan produknya di luar batas geografis Dusun Trasan.

Fokus utama pelatihan adalah pendampingan praktis dalam pembuatan dan pengelolaan akun jual-beli di Shopee bagi para penjual jamu. Langkah-langkah yang dicakup meliputi:

a. Membantu mitra mendaftarkan akun penjual resmi di Shopee.
b. Menjelaskan secara rinci penggunaan lapak jual-beli, mulai dari input gambar dan video produk yang menarik (seperti jamu serbuk kunir asam), hingga cara memberikan *feedback* di kolom komentar dan menangani interaksi pelanggan.
c. Panduan praktis mengenai cara pengecekan jika terdapat pesanan (*order*), proses pengemasan, hingga persiapan pengiriman.



Gambar 8. Hasil Pelatihan Pembuatan Akun Shopee

Pelatihan ini juga menyentuh aspek penting dalam strategi pemasaran digital, yaitu persepsi harga. Dalam konteks *e-commerce*, persepsi terhadap harga dapat ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor, termasuk harga yang terjangkau, penyesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk, serta variasi harga dengan ketersediaan produk (Zuraj et al., 2023). Meskipun studi tersebut berfokus pada Tokopedia, prinsip-prinsip ini relevan untuk diterapkan pada *e-commerce* lain, seperti Shopee. Dengan mengoptimalkan strategi harga dan kualitas layanan digital, diharapkan konsumen akan semakin puas dalam berbelanja, yang pada gilirannya akan meningkatkan volume penjualan dan loyalitas pelanggan bagi KUBE jamu gendong. Pemasaran yang tepat sasaran melalui platform digital adalah kunci untuk mencapai pertumbuhan penjualan produk yang signifikan.

4. Kesimpulan

Kegiatan PPMT di Dusun Trasan berhasil menawarkan solusi transformatif bagi penjual jamu, berfokus pada inovasi dan digitalisasi. Pencapaian utama adalah diversifikasi produk melalui inovasi jamu serbuk Trajaya, yang mengatasi kendala masa simpan produk cair tradisional. Secara kelembagaan, pembentukan KUBE Trajaya memberikan fondasi yang solid. Lebih lanjut, keberhasilan kegiatan pengabdian ini ditandai dengan pembukaan lapak penjualan *e-commerce* di platform Shopee, yang secara efektif memperkenalkan anggota KUBE pada kegiatan promosi penjualan digital. Inisiatif ini tidak hanya mempermudah konsumen untuk mengakses produk, tetapi juga

memperluas segmentasi pasar secara signifikan, menjadikan anggota KUBE lebih produktif dan kompetitif dalam menjalankan usaha jamu serbuk Trajaya

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Bapak Riswanto selaku tokoh masyarakat di dusun Trasan desa Bringin Srumbung Magelang. Tidak lupa kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah menyelenggarakan Program PPMT ini sehingga ilmu yang didapat di bangku kuliah dapat diimplementasikan di masyarakat untuk ikut serta mencarikan solusi permasalahan yang ada di masyarakat khususnya upaya peningkatan produktivitas UMKM di Dusun Trasan Magelang.

Kontribusi Penulis

Seluruh penulis terlibat aktif dalam pelaksanaan kegiatan, penyusunan artikel, analisis dampak pengabdian, penyajian hasil pengabdian, dan revisi artikel.

Konflik Kepentingan

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat potensi konflik kepentingan, baik finansial maupun non-finansial.

Daftar Pustaka

Astari, N. M., & Efelina, V. (2021). Penerapan Metode Participatory Rural Appraisal (Pra) pada Susu Kedelai di Desa Kutagandok. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*, *5*(1), 164–176.

Bao, S., An, W., Wang, A., & Luo, S. (2024). What drives the effectual entrepreneurship: combinative effects of environmental uncertainty and entrepreneurs' means. *Chinese Management Studies*, *18*(5), 1397–1417. https://doi.org/10.1108/CMS-04-2022-0147

Chen, Z., Ye, S.-Y., & Zhu, R.-G. (2020). The extraordinary transformation of traditional Chinese medicine: processing with liquid excipients. *Pharmaceutical Biology*, *58*(1), 561–573. https://doi.org/10.1080/13880209.2020.1778740

Estiasih, T., Maligan, J. M., Witoyo, J. E., Mu'alim, A. A. H., Ahmadi, K., Mahatmanto, T., & Zubaidah, E. (2025). Indonesian traditional herbal drinks: Diversity, processing, and health benefits. *Journal of Ethnic Foods*, *12*(1), 7. https://doi.org/10.1186/s42779-025-00267-5

Huda, N. (2022). Pemanfaatan rempah pilihan sebagai jamu imunitas di masa new normal. *Jurnal Surya Masyarakat*, *4*(2), 160. https://doi.org/10.26714/jsm.4.2.2022.160-168

Kim, M.-B., Kim, C., Song, Y., & Hwang, J.-K. (2014). Antihyperglycemic and Anti-Inflammatory Effects of Standardized Curcuma xanthorrhiza Roxb. Extract and Its Active Compound Xanthorrhizol in High-Fat Diet-Induced Obese Mice. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*, *2014*(1), 205915. https://doi.org/10.1155/2014/205915

Martusa, R., Meythi, M., Margaretha, Y., Zaniarti, S., & Suwarno, H. L. (2024). *Inovasi Produk pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. *10*.

Musfiroh, I., Muchtaridi, M., Muhtadi, A., Diantini, A., Hasanah, A. N., Udin, L. Z., Susilawati, Y., Mustarichie, R., Kartasasmita, R. E., & Ibrahim, S. (2013). *Cytotoxicity Studies of Xanthorrhizol and Its Mechanism Using Molecular Docking Simulation and Pharmacophore Modelling*. *3*(06), 7–15.

Mustanir, A., Hamid, H., & Syarifuddin, R. N. (2019). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Desa falam Perencanaan Metode Partisipatif. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, *5*(3).

Nisa, A., & Misidawati, D. N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(1).

Nuryanti, E., Saptaningrum, E., Siswanto, J., Isworo, A., Sitepu, F. Y., & Noviyanti, L. A. (2024). *The Effectiveness of Temulawak (Curcuma Xanthorriza) Plus Honey in Increasing Children Under Five Years' Body Weight*.

Permana, W. E., Putri, R. A., Wulandari, R., Putri, Y. A., Santiani, Hudaeri, Sabrina, H. G., Sari, D. R., Rizki, K., Taufikurahman, & Sulaimiah. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Pengusaha Minyak Kelapa Melalui Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Desa Gelora Kecamatan Sikur Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Wicara Desa*, *3*(1), 149–158. https://doi.org/10.29303/wicara.v3i1.6744

Rarastiti, C. N., & Sundari, S. (2023). Hubungan Membaca Label Pangan terhadap Pemilihan Makanan Kemasan pada Mahasiswa Gizi Universitas IVET Semarang. *Termometer: Jurnal Ilmiah Ilmu Kesehatan Dan Kedokteran*, *1*(4), 12–21. https://doi.org/10.55606/termometer.v1i4.2344

Rishanto, M. F. R., & Putra, H. T. (2024). The Effect of Price Perception and E-Promotion on Repurchase Intention Mediated by E-Satisfaction on E-Commerce in Bandung City, Indonesia. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, *24*(12), 520–530. https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i121625

Shan, C. Y., & Iskandar, Y. (2018). Studi Kandungan Kimia dan Aktivitas Farmakologi Tanaman. *Farmaka*, *16*(2).

Shiraishi, G. de F., & Barbosa, S. D. (2015). *Strategy formulation and organizational structure in SMEs* (pp. 658–669). IGI Global; Hershey. https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8348-8.ch035

Silalahi, E. (2013). Eksploitasi Kerja Dan Resistensi Karyawan PT. Seruni Indah Sidoarjo. *Paradigma*, *1*(1).

Spence, C. (2024). Cinnamon: The historic spice, medicinal uses, and flavour chemistry. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *35*, 100858. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100858

Subagio, D. P. W. (2021). Inovasi Jamu Kebonagung Kemasan Serbuk Sebagai Upaya Peningkatan Nilai Produk Dan Pendapatan Masyarakat Ditengah Wabah Covid-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, *7*(2), 256–261. https://doi.org/10.32528/jpmi.v7i2.4391

Trianti, K., Sari, C. G., Khasanah, S. U., Imandasari, R., Cholifah, J. N., Udi, M. K. J. T. S. U. O. P. U. D. K., & Cintya, O. M. (2021). Meningkatkan keawetan jamu tradisional sebagai upaya optimalisasi produk unggulan Desa Karangrejon. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, *2*(2), 107–113. https://doi.org/10.22219/janayu.v2i2.15785

Wardani, A. K., Lestari, M. S., AzZahra, A. S., & Yusriyyah, A. (2025). Innovation in production and digital marketing of herbal medicine to enhance quality and sustainability of the Tirta Sari Herbal Group in Magelang. *Community Empowerment*, *10*(3), 673–681. https://doi.org/10.31603/ce.6676

Widiyastuti, D. A., Ajizah, A., Nurtamara, L., Huda, N., & Afdal, M. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Skala Rumah Tangga Melalui Pembuatan Jamu Bubuk Rempah Temulawak, Jahe, Kunyit, dan Sereh. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, *3*(2), 369. https://doi.org/10.20527/ilung.v3i2.10298

Wu, X., Wang, S., Lu, J., Jing, Y., Li, M., Cao, J., Bian, B., & Hu, C. (2018). Seeing the unseen of Chinese herbal medicine processing (Paozhi): Advances in new perspectives. *Chinese Medicine*, *13*(1), 4. https://doi.org/10.1186/s13020-018-0163-3

Zuraj, A., Sishadiyati, & Primandhana, W. (2023). Kembangkan Ekonomi Kreatif Serbuk Jamu UMKM Jamu Mbak Sri Desa Banjaragung, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(3), 1939–1945.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License