

PENDAMPINGAN PENGEMASAN DAN PELABELAN UMKM “JAMU POJOK BANGKA” UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING EKONOMI

Assistance in Packaging and Labeling for UMKM "Jamu Pojok Bangka" to Enhance Economic Competitiveness

Ning Puji Lestari*, Sutarsi, Dian Purbasari, Iwan Taruna

Program Studi Teknik Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember

Jalan Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Kotak Pos 159 Jember 68121

*Alamat korespondensi: ninglestari@unej.ac.id

(Tanggal Submission: 24 Oktober 2023, Tanggal Accepted : 13 Februari 2024)



Kata Kunci :

Jamu, UMKM, Pengemasan, Pelabelan, Ekonomi

Abstrak :

Minuman jamu merupakan warisan budaya Indonesia yang berbahan aneka rempah dan memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh seperti menyegarkan tubuh, mempercepat metabolisme, dan menambah nafsu makan. UMKM “Jamu Pojok Bangka” merupakan salah satu industri rumah tangga yang memasok jamu keliling di Jember. Akan tetapi, sebagian besar jamu masih dijual dengan menggunakan botol bekas AMDK tanpa penambahan label yang tentunya tidak terjamin kesehatannya dan kurang menarik konsumen. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan terkait pengemasan dan pelabelan yang sesuai standar, sehingga dapat menjamin keamanan produk jamu dan dapat meningkatkan daya saing ekonomi. Pengabdian dilakukan dengan dua metode yaitu ceramah dan pelatihan. Metode ceramah dilakukan di awal untuk memberikan pemahaman terkait bagaimana pengemasan produk yang baik. Selanjutnya metode pelatihan dilakukan terkait proses produksi, pemilihan kemasan, proses pengemasan, serta desain pelabelan. Pendampingan telah dilakukan selama 6 bulan. Pada proses produksi dilakukan perubahan layout sehingga lebih efektif dan minim kontaminasi. Pemilihan kemasan dibedakan menjadi dua macam berdasarkan perbedaan metode penjualan, yaitu menggunakan kemasan kaca atau plastik HDPE ukuran 1,5 L untuk penjualan keliling yang diecer kembali dengan gelas serta menggunakan plastik PET ukuran 250 mL yang disertai label untuk penjualan eceran. Pengujian daya tarik konsumen dilakukan dengan membandingkan hasil penjualan jamu menggunakan kemasan lama dan kemasan baru. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kemasan baru lebih diminati konsumen dibandingkan kemasan lama. Berdasarkan survey

diketahui bahwa produk dengan kemasan dan label baru lebih disukai konsumen karena lebih menarik, aman, dan informatif.

Key word :

*Herbal Drink,
Small Business,
Package, Label,
Economic
Competitiveness*

Abstract :

Herbal drinks are a significant part of Indonesia's cultural heritage, made from various spices and renowned for their health benefits, including refreshing the body, speeding up metabolism, and increasing appetite. One of the local small and medium enterprises (UMKM), "Jamu Pojok Bangka," supplies herbal medicine retailers in Jember District. However, these herbal drinks were previously sold in used mineral water bottles, lacking proper labels, making them less appealing and unhealthy for consumers. To address this issue, a service was initiated to enhance economic competitiveness. This service provides assistance to ensure that herbal medicine products meet packaging and labeling standards. This service is carried out by two methods, namely lectures and training. The lecture method is carried out at the beginning to provide an understanding of how to package products well. Furthermore, training methods are carried out related to the production process, packaging selection, packaging process, and labeling design. The packaging solutions were tailored based on different sales methods: 1.5 L glass or HDPE bottles for mobile sales and 250 mL labeled PET plastic bottles for retail sales. To evaluate the effectiveness of the new packaging, consumer attractiveness testing was carried out. This involved comparing herbal drink sales with the old and new packaging. The results clearly demonstrated that the new packaging significantly increased consumer appeal and preference. This improvement not only enhances the product's marketability but also contributes to preserving Indonesia's rich cultural heritage.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Lestari, N. P., Sutarsi, Purbasari, D., & Taruna, I. (2024). Pendampingan Pengemasan dan Pelabelan UMKM "Jamu Pojok Bangka" Untuk Peningkatan Daya Saing Ekonomi. *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 413-423. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1251>

PENDAHULUAN

Jamu merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang digemari masyarakat Indonesia. Berbahan dasar aneka rempah, jamu dipercaya memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh seperti menyegarkan tubuh, mempercepat metabolisme, menyehatkan fungsi hati, menambah nafsu makan, meningkatkan stamina, dan untuk menjaga kecantikan (Prabawani, 2017). Indonesia memiliki 9.600 jenis tanaman obat yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar jamu. Pemerintah juga telah menggolongkan tanaman obat sebagai salah satu dari sepuluh komoditas potensial (Wicaksana & Subekti, 2010). Pada tahun 2007 pasar industri jamu telah mencapai Rp 6 triliun dengan konsumen terbesar berada di Pulau Jawa (Muslimin *et al.*, 2009). Menurut data Perkumpulan Pelaku Jamu Alami Indonesia (PPJAI) omset jamu pada masa pandemi meningkat antara 10% hingga 20%, hal tersebut karena jamu dinilai merupakan salah satu pilihan untuk memperkuat sistem imun tubuh (Elfahmi *et al.*, 2014). Berdasarkan potensi sumber daya alam Indonesia maupun kebutuhan Masyarakat Indonesia menunjukkan bahwa jamu berpotensi untuk dikembangkan.

Jamu cukup populer baik di daerah pedesaan maupun perkotaan, salah satunya di Kabupaten Jember. UMKM "Jamu Pojok Bangka" merupakan salah satu industri rumah tangga yang memasok jamu keliling di sekitar area kampus Universitas Jember. Jamu yang diproduksi merupakan jamu temulawak, kunyit, sinom, jahe, dan jamu lainnya sesuai pesanan. Sistem penjualan yang dilakukan



oleh UMKM ini ada dua macam yaitu penerimaan pesanan jamu untuk kegiatan (misalnya rapat dan pernikahan) yang mana produk jamu akan diantarkan dalam versi curah dan dipasarkan secara eceran oleh penjual jamu keliling di sekitar area kampus.



Gambar 1. Salah satu *stand* penjualan jamu keliling “Jamu Pojok Bangka”

Sebagaimana terlihat pada Gambar 1, penjualan secara eceran dilakukan dengan pengemasan yang masih sangat seadanya dan tidak memenuhi standar keamanan pangan serta peraturan yang berlaku. Potensi bahaya dapat terjadi antara lain:

- 1) Plastik kemasan AMDK yang berbahan PET menurut aturan hanya boleh digunakan satu kali pakai;
- 2) Jamu mulai dikemas dalam kondisi panas setelah dimasak yang mana seharusnya tidak boleh menggunakan plastik;
- 3) Penjualan eceran hampir selalu berada di bawah sinar matahari langsung, dimana minuman berkemasan plastik PET tidak seharusnya terkena kemasan plastik;
- 4) Botol kemasan bekas meskipun telah dicuci tidak dapat dipastikan kebersihan dan higienisnya; dan
- 5) Tidak ada pelabelan sehingga informasi yang penting bagi konsumen tidak tersedia. Dengan berbagai kondisi yang berpotensi menimbulkan kontaminasi pada jamu tersebut alih-alih mendapat manfaat kesehatan, justru terdapat risiko bagi kesehatan konsumen.

Pemilihan dan proses pengemasan juga dapat berpengaruh bagi umur simpan produk jamu. Umur simpan merupakan parameter yang penting bagi sebuah produk, yang menandakan batas suatu produk masih layak dikonsumsi berdasarkan parameter tertentu dan merupakan batas degradasi mutu produk yang diperuntukkan. Dimana biasanya produsen produk makanan akan mengusahakan produknya memiliki umur simpan yang lama. Sebagaimana yang disampaikan (Rusli *et al.*, (2022) bahwa upaya-upaya untuk memperpanjang umur simpan yaitu dengan pemilihan dan penggunaan bahan baku berkualitas, perbaikan proses pengolahan, perbaikan kemasan, pengendalian kondisi penyimpanan, dan pengendalian kondisi distribusi. Kemasan yang kurang higienis dan tidak melalui proses sterilisasi/pasteurisasi memungkinkan produk jamu memiliki umur simpan yang pendek sehingga tidak dapat menjangkau pasar yang luas. Selain itu, umur simpan yang pendek juga berpotensi pada kerugian produsen dan pedagang apabila produk telah rusak sebelum terbeli oleh konsumen.

Dalam segi pelabelan baik penjualan curah maupun eceran belum ada label yang digunakan sehingga konsumen tidak dapat mengetahui informasi mengenai produk dan *branding* apapun yang ditawarkan oleh mitra. Nama, bahan yang digunakan, kandungan nutrisi, keunggulan produk, cara penyajian, dan informasi lainnya tidak tersedia pada kemasan. Jika didesain dengan baik dan sesuai aturan pelabelan pangan dapat menambah daya tarik dan juga menarik konsumen baru. Selain kandungan, khasiat, rasa, harga murah, dan bentuk produk, faktor yang mempengaruhi persepsi

konsumen akan kualitas jamu yaitu desain kemasan yang menarik dan tersedianya informasi (mengenai dosis, aturan pakai, dan efek samping) yang jelas (Wicaksana & Subekti, 2010). Informasi gizi pada label pangan menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui apakah suatu produk pangan aman untuk dikonsumsi (Biloukha & Utermohlen, 2001; Story, *et al.*, 2002).

Berdasarkan permasalahan tersebut pendampingan tentang pengemasan pangan yang baik perlu dilakukan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terkait keamanan kemasan, pendampingan juga dilakukan terkait perancangan label kemasan produk yang sesuai dengan regulasi pangan serta dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap produk jamu dan menjamin keamanan produk jamu tradisional. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan produsen dan pedagang jamu dapat memahami pentingnya kemasan dan pelabelan yang baik sehingga dapat beralih menggunakan kemasan yang sesuai standar kesehatan. Selain bagi produsen, pemilihan kemasan yang baik dan penambahan label pada kemasan juga bermanfaat bagi konsumen yaitu terkait keamanan produk jamu dan diperolehnya informasi terkait produk yang dikonsumsi. Dengan manfaat tersebut diharapkan perubahan kemasan dan pelabelan dapat semakin meningkatkan omset penjualan jamu dan meningkatkan daya saing di Kabupaten Jember.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, secara umum terbagi menjadi 2 komponen utama, yaitu:

1. Metode Ceramah dan Diskusi

Metode ceramah dan diskusi dipergunakan pada tahapan observasi lapang/survey dan sosialisasi. Kegiatan observasi lapang dilakukan untuk pengumpulan data informasi melalui pengamatan langsung di lokasi produksi UMKM "Jamu Pojok Bangka" dan beberapa penjual keliling yang memasarkan jamu produksi UMKM tersebut. Selanjutnya dilakukan sosialisasi untuk memberikan kerangka teoritis terkait permasalahan kemasan dan pelabelan. Materi sosialisasi diantaranya terkait pentingnya kemasan bagi keamanan pangan dan pentingnya pelabelan untuk peningkatan penjualan serta untuk kepentingan kepatuhan terhadap peraturan perundangan terkait kemasan pangan. Dalam sosialisasi ini juga akan disampaikan contoh-contoh pengusaha jamu yang memiliki branding yang baik sehingga memiliki keuntungan ekonomi yang di atas rata-rata. Pemberdayaan hendaknya merupakan keinginan dari dua belah pihak, tanpa mempersamakan persepsi tim dengan mitra apapun yang dilakukan tentunya tidak akan sustain, oleh karena itu setelah dilaksanakan sosialisasi perlu diadakan diskusi sehingga tim dapat meramu dan memetakan kembali pendapat dan keinginan mitra setelah mendapatkan insight baru dari sosialisasi.

2. Metode Pendampingan

Pendampingan lebih diarahkan pada aktivitas yang berhubungan dengan pemilihan kemasan dan desain pelabelan. Terdapat empat kegiatan yang dilakukan pada tahap pendampingan, yaitu:

a. Pendampingan proses produksi

Kegiatan ini diawali dengan pengamatan berjalannya proses produksi jamu dan perhitungan neraca massa proses pembuatan jamu. Hasil pengamatan dan perhitungan neraca massa kemudian dianalisis sehingga diperoleh permasalahan dan dapat diketahui solusinya.

b. Pendampingan dalam pemilihan dan proses pengemasan jamu

Terkait dengan kemasan terdapat dua kegiatan pendampingan, yaitu pemilihan jenis kemasan dan proses pengemasannya. Pada proses pemilihan jenis kemasan dicari jenis kemasan yang lebih aman tetapi juga terjangkau sehingga tidak terlalu menambah biaya produksi. Selain itu, kemasan yang dipilih sebisa mungkin lebih ramah lingkungan dan tetap memudahkan bagi UMKM maupun konsumen. Pendampingan terkait proses pengemasan dilakukan guna memastikan proses pengemasan berjalan dengan baik,

meliputi proses pencucian dan sterilisasi kemasan. Proses ini penting untuk menjamin higienisasi produk jamu dan memastikan daya tahan produk jamu maksimal.

c. Pendampingan dalam desain label

Label bermanfaat sebagai identitas produk, desain label yang menarik (*eye catching*) memiliki daya tarik bagi konsumen. Selain itu label juga berguna sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen dimana di dalamnya terdapat informasi penting terkait produk. Pada pendampingan pelabelan kegiatan dilakukan dengan mendesain label bersama berdasarkan Peraturan BPOM no 31 Tahun 2018, pencetakan label, dan pemasangan label ke kemasan.

d. Pendampingan dalam pemasaran

Pendampingan dalam pemasaran dilakukan pada sebelum dilakukan pergantian kemasan dan pada saat kemasan telah diganti. Dari proses pendampingan tersebut dapat diketahui perbandingan minat konsumen berdasarkan perbedaan kemasan. Pendampingan juga dilakukan dengan penyusunan *Business Model Canvas* (BMC) sehingga dapat diketahui potensi dan solusi kerjasama untuk meningkatkan pemasaran jamu di Kabupaten Jember.

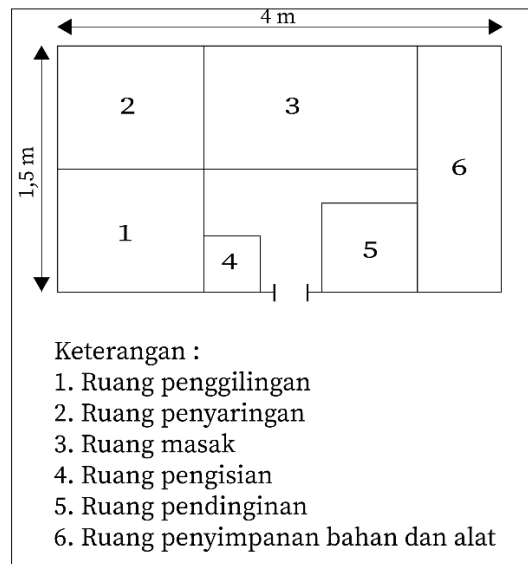
Kegiatan pengabdian melibatkan pemilik UMKM “Jamu Pojok Bangka” dan mitra penjual eceran jamu produksi UMKM tersebut. Kegiatan dilaksanakan pada bulan April hingga September 2023 berlokasi di Desa Tegal Boto Lor, Kecamatan Sumpalsari, Kabupaten Jember.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi jamu secara umum terbagi menjadi tiga tahapan utama, yaitu pre-produksi dan produksi, pengemasan, dan distribusi. Kegiatan pre-produksi dimulai dari proses penyediaan bahan baku, pembersihan, penimbangan, dan penyiapan bahan. Bahan yang telah siap kemudian diproduksi menjadi jamu. Jamu yang telah selesai proses produksi kemudian dikemas dalam kemasan botol PET bekas yang diperoleh dari beberapa lokasi pemasok dengan terlebih dahulu mencuci botol tersebut. Pengemasan dilakukan tanpa melalui proses pasteurisasi ataupun sterilisasi, sehingga masa simpan minuman jamu hanya sekitar 7 hari setelah produksi untuk penyimpanan suhu dingin. Setelah jamu dikemas dalam botol kemudian didistribusikan dan dilakukan penjualan, apabila jamu tidak habis terjual selanjutnya akan disimpan dalam refrigerator untuk dijual kembali di hari berikutnya. Berdasarkan hasil survey dan diskusi selanjutnya dilaksanakan pendampingan pada masing-masing tahapan sebagai berikut:

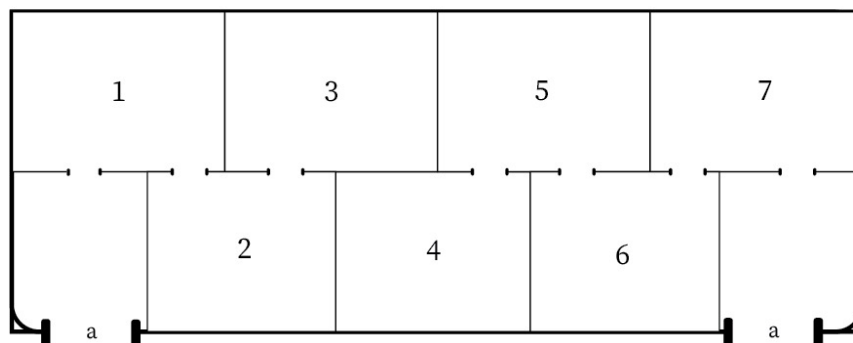
1. Pendampingan Dalam Proses Produksi

UMKM “Jamu Pojok Bangka” telah memiliki komposisi dan cara pembuatan yang menjadi ciri khas sehingga tidak perlu dilakukan perubahan apapun. Hanya saja berdasarkan hasil tinjauan saat ini layout di lokasi produksi masih kurang efektif dan berpotensi untuk terjadinya kontaminasi silang. Layout merupakan salah satu kunci yang menjadi penentu efisiensi operasional Perusahaan dalam jangka panjang, sehingga perencanaan tata letak fasilitas-fasilitas produksi sangat penting untuk diperhatikan (Heizer, *et al.*, 2020). Tata letak produksi jamu di UMKM “Jamu Pojok Bangka” terdapat pada Gambar 2.



Gambar 2. Layout produksi jamu di UMKM “Jamu Pojok Bangka” awal

Pada Gambar 2 terlihat bahwa proses pengisian/pengemasan jamu yang telah matang bersebelahan dengan proses penggilingan bahan dimana pada proses ini rempah-rempah masih mentah. Posisi yang berdekatan ini berpotensi terjadinya kontaminasi bahan mentah pada kemasan yang akan diisi maupun jamu yang telah matang. Berdasarkan pertimbangan kemudahan proses produksi dan keamanan produk maka dilakukan perubahan pada tata letak ruang produksi menjadi seperti pada Gambar 3.



- Deskripsi :
- a. Pintu
 1. Penyimpanan bahan
 2. Pencucian/persiapan bahan
 3. Penggilingan
 4. Penyaringan
 5. Pemasakan
 6. Pengemasan/pengisian
 7. Penyimpanan/pendinginan








Gambar 3. Layout ruang produksi jamu di UMKM “Jamu Pojok Bangka” akhir

2. Pendampingan dalam pengemasan jamu

Pemakaian plastik sebagai kemasan jamu tidak dapat dihindari dengan mempertimbangkan harganya yang murah dan mudah diperoleh. Namun, perlu diingat bahwa plastik sebagai kemasan makanan dan minuman merupakan sumber utama paparan BPA dan *phthalate* pada populasi umum. BPA merupakan bahan kimia industri yang diproduksi dalam jumlah besar untuk digunakan dalam pembuatan polikarbonat, PVC dan produk plastik lainnya

serta pelapis kaleng makanan berbasis resin epoksi (Schechter, *et al.*, 2010). Penelitian pada manusia menunjukkan adanya korelasi positif antara konsentrasi BPA urin dan prevalensi diabetes, penyakit jantung, dan toksisitas pada hati (Imiawati, *et al.*, 2017). Potensi pencemaran BPA semakin tinggi pada penggunaan kemasan plastik yang tidak sesuai dengan peruntukannya. Kode-kode yang terdapat pada kemasan plastik telah diperkenalkan sejak 1988 oleh the Society of the Plastics Industry (SPI) dengan logo dan penggunaan seperti terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kode Resin Beberapa Jenis Plastik (Lidwell *et al.*, 2003)

Nomor Daur Ulang	Simbol	Singkatan	Nama Polymer	Rekomendasi Penggunaan
1		PETE/ PET	Polyethylene terephthalate	Biasa digunakan untuk botol minuman Tidak boleh untuk pemakaian berulang, tidak boleh untuk air hangat/panas, tidak boleh digunakan untuk menyimpan air yang terkena sinar matahari langsung.
2		HDPE	High-density polyethylene	Memiliki ketahanan kimia yang bagus. Tidak tembus Cahaya dan kaku.
3		PVC/V	Polyvinyl chloride	Biasa digunakan untuk pipa dan konstruksi bangunan
4		LDPE	Low density polyethylene	Lembek dan lentur. Boleh untuk makanan. Contoh: botol mustard dan madu
5		PP	Polypropylene	Memiliki daya tahan yang baik terhadap bahan kimia, kuat, dan titik leleh tinggi. Baik untuk makanan atau minuman. Dapat digunakan berulang.
6		PS	Polystyrene	Digunakan untuk Styrofoam, tempat minum sekali pakai, tempat CD Tidak disarankan untuk makanan dan minuman
7		Other/O	Plastik lainnya	Terbuat dari lebih dari satu jenis resin. Contoh penggunaan: computer cases, gallon air, kacamata plastik, elektronik

Penggunaan botol plastik PET bekas kemasan AMDK jelas telah menyalahi peruntukan kemasan dan berpotensi memberikan dampak negative bagi kesehatan konsumen, apalagi dengan proses pengemasan jamu yang dilakukan saat jamu dalam keadaan hangat/panas, serta proses penjualan yang pada umumnya dilakukan lama di bawah sinar matahari langsung. Dengan mempertimbangkan proses pemasaran yang biasanya dilakukan, maka pengemasan dibedakan menjadi dua, yaitu:

- a. Pedagang/penjual jamu keliling atau di pangkalan

Penjual jamu keliling baik menggunakan jamu gendong, sepeda/motor, ataupun gerobak yang sebelumnya menggunakan botol plastik bekas AMDK ukuran 1,5 L disarankan untuk beralih untuk menggunakan botol kemasan plastik jenis HDPE berukuran 1 atau 1,5 L atau dapat menggunakan botol berbahan kaca yang lebih aman dengan ukuran 1 L seperti pada Gambar 5. Pada saat berkeliling jika terdapat pembeli, penjual dapat menyajikan dalam gelas ataupun plastik PP untuk penggunaan sekali pakai.



Gambar 4. Uji Coba Penjualan Jamu Berbotol Kaca

b. Penjualan melalui pesanan online atau sistem titip ke warung/toko

Khusus bagi pesanan jamu melalui penjualan online atau penjualan dengan sistem titip ke toko yang sifatnya pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual, jamu dikemas menggunakan plastik PET berukuran 250 mL atau 500 mL seperti pada Gambar 5. Penggunaan kemasan ini dengan catatan hanya boleh untuk sekali pakai dan tidak boleh terpapar matahari langsung terlalu lama.



Gambar 5. Contoh Jamu Yang Telah Dikemas Dalam Plastic PET 500 mL dan 250 mL

3. Pendampingan dalam desain label

Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian dari kemasan pangan (Indonesia, 1999). Sebagai media komunikasi produsen dengan konsumen, label perlu didesain dengan menarik dan berdasarkan peraturan BPOM no 31 Tahun 2018 setiap produk pangan setidaknya memiliki label sebagai berikut: Nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, halal bagi yang dipersyaratkan, tanggal dan kode produksi, keterangan kedaluwarsa, nomor izin edar, dan asal usul bahan pangan tertentu. Berdasarkan penelitian Fadlillah,

et al. (2015), mayoritas konsumen pada rentang 15-24 tahun dan di atas 24 tahun telah memiliki kebiasaan membaca label. Pada area kampus di dominasi oleh konsumen pada rentang tersebut sehingga ketersediaan label pangan termasuk dalam produk jamu sangat penting.

Penggunaan label pada kemasan jamu dilakukan pada kemasan plastik PET yang dijual dengan sistem online maupun penitipan agar informasi dapat sampai kepada konsumen meskipun konsumen tidak langsung bertemu dengan produsen. Sedangkan pada penjual jamu keliling yang menggunakan botol berukuran besar dan penggunaan berulang kali promosi dan edukasi ditampilkan pada gerobak maupun secara lisan, sehingga tidak diperlukan label. Salah satu contoh desain label yang digunakan terdapat pada Gambar 6.



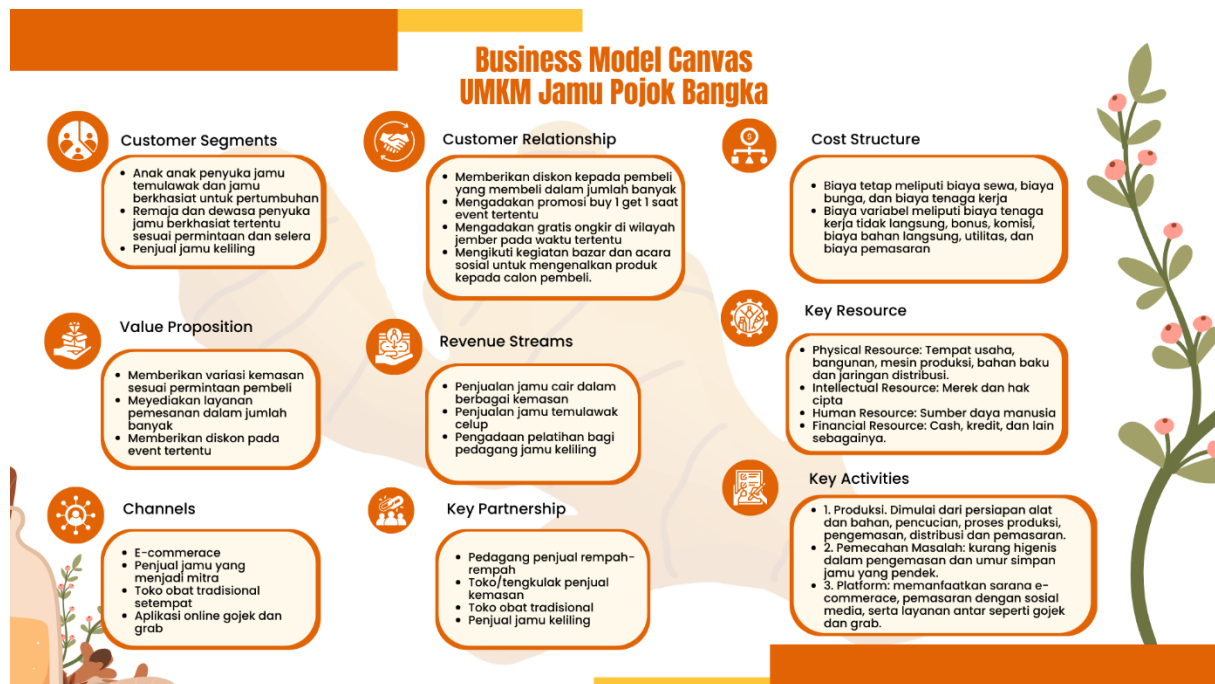
Gambar 6. Label jamu temulawak “Jamu Pojok Bangka”

Penggunaan nama dagang Jamu Pojok Bangka tetap dipertahankan mengingat nama tersebut mewakili produsen jamu dan telah dikenal oleh konsumen di Kabupaten Jember. Selain itu pada label telah dilengkapi ukuran, produsen, komposisi, manfaat, dan saran penyajian. Tanggal kadaluwarsa dan tanggal produksi akan disertakan secara manual mengingat informasinya akan berbeda pada setiap kali produksi.

4. Pendampingan dalam pemasaran

Proses pendampingan pemasaran dilakukan pada saat penjual masih menggunakan kemasan botol plastik bekas dan dalam setiap proses pergantian kemasan sehingga dapat diketahui perbedaan minat konsumen pada produk jamu dengan kemasan yang berbeda. Hasil pengamatan menunjukkan dengan jumlah botol yang sama di lokasi penjualan yang sama jamu yang dikemas menggunakan botol PET yang disertai label lebih cepat habis terjual dibandingkan jamu yang sama yang menggunakan botol plastik AMDK tanpa label.

Pemetakan peluang bisnis dan pengembangan bisnis jamu ke depan juga dilakukan pendampingan dengan pembuatan business model canvas (BMC). BMC merupakan analisis bisnis yang terdiri dari 9 komponen secara berurutan agar terlihat adanya integrasi yang baik dan tepat antar komponennya, antara lain: *customer segments*, *value propositions*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure* (Luthan et al., 2019). BMC dapat membantu UMKM untuk memahami sumber daya yang dimiliki termasuk sumber daya manusia internal dan eksternal yang telah dimiliki dan berpotensi untuk dimiliki, serta peluang-peluang yang mungkin untuk dimanfaatkan dalam mengembangkan bisnis jamu ke depan. Business Model Canvas “Jamu Pojok Bangka” terdapat pada Gambar 7.



Gambar 7. BMC UMKM “Jamu Pojok Bangka”

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

- Pelaku usaha jamu terbuka dalam berdiskusi terkait proses produksi jamu, proses pengemasan, dan pemasaran;
- Pemilihan jenis kemasan dan ketersediaan label memberikan pengaruh bagi ketertarikan konsumen untuk membeli produk jamu.

Selain permasalahan kemasan, inovasi produk jamu juga diperlukan untuk menyesuaikan selera konsumen, terutama remaja, misalnya dalam bentuk makanan dan minuman kekinian.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian dan publikasi ini merupakan bagian dan didanai dari Hibah Pengabdian Pemuda pada tahun 2023 an. Ning Puji Lestari berjudul: “Pendampingan Pengemasan dan pelabelan UMKM ‘Jamu Pojok Bangka’ untuk Peningkatan Daya Saing di Kabupaten Jember”, dengan No. SK: 3940/UN25.3.1/LT/2023 dan perjanjian kontrak No: 7575/UN25/KP/2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Biloukha & Utermohlen, V. (2001). Healthy Eating in Ukraine: Attitudes, Barriers, and Information Source. *Public Health Nutrition*, 4(2), 207.
- Elfahmi, Woerdenbag, H. J., & Kayser, O. (2014). Jamu: Indonesian Traditional Herbal Medicine Towards Rational Phytopharmacological Use. In *Journal of Herbal Medicine*. <https://doi.org/10.1016/j.hermed.2014.01.002>
- Fadlillah, H. N., Muraida, L., & Purnomo, E. H. (2015). Kepedulian Konsumen terhadap Label dan Informasi Bahan Tambahan Pangan (BTP) pada Label Kemasan Pangan di Kota Bogor. *Jurnal Mutu Pangan*, 2 (2), 119-126.
- Gunadi, R. A. A., Parlindungan, D. P., Santi, A. U. P., Aswir, & Aburahman, A. (2020). Bahaya Plastik bagi Kesehatan dan Lingkungan. *Seminar nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Principles of Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, Global Edition*. Pearson.

- Ilmiawati, C., Reza, M., Rahmatini, & Rustam, E. (2017). Edukasi Pemakaian Plastik sebagai Kemasan Makanan dan Minuman serta Risikonya terhadap Kesehatan pada Komunitas di kecamatan Bungus Teluk Kabung, Padang. *Logista jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1),20-28.
- Indonesia. (1999). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan*.
- Karuniastuti, N. (2013). Bahaya Plastik terhadap Kesehatan dan Lingkungan. *Majalah Ilmiah Pusdiklat Migas Swara Patra*, 3(1).
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4(2), 465-471.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2003). *Universal principles of design*. Massachusetts: Rockport Publishers.
- Luthan, M. Z., Winandi, R., & Rifin, A. (2019). Analisis Pengembangan Model Bisnis KANvas Perusahaan Hortikultura PT. XYZ. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*. 9(2), 185-199. <https://doi.org/10.29244/fagb.9.2.185-199>
- Muslimin, L., Wicaksana, B., Setiyawan, B., Subekti, N. A., Suksesi, H., Surachman, H., & Khaidir. (2009). *Kajian Potensi Pengembangan Pasar Jamu*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Dalam Negeri, Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan - Kementerian Perdagangan.
- Prabawa, H. W., & Fitriani, A. D. (2020). Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional melalui Perubahan Desain Pengemasan dan Pemasaran. *Jurnal DEDIKASI: Community Service Report*, 2(1), 35-46.
- Prabawani, B. (2017). Jamu Brand Indonesia: Consumer Preferences and Segmentation. *Archives of Business Research*, 5(3), 80-94. doi:10.14738/abr.53.2841
- Rusli, M. S., Nuryanti, A., Fitria., R., Budiani, A. R., & Fiprina, N. F. (2022). Pendugaan Umur Simpan Produk Mibuman Ginger Latte Menggunakan Model Arrhenius. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 32(2), 188-196
- Schecter, A., Malik, N., Haffner, D., Smith, S., Harris, T. R., & Paepke, O. (2010). Bisphenol A (BPA) in U.S. Food. *Environmental Science and Technology*, 44, 9425-9430.
- Story, S. J., Neumark., & French. (2002). Individual and Environmental Influences on Adolescent Eating Behavior. *Journal of the American Dietetic Association*, 10, 40 – 51
- Wicaksana, B., & Subekti, N. A. (2010). Potensi Pengembangan Pasar Jamu. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 4(2), 210-225. <https://doi.org/10.30908/bilp.v4i2.153>