



JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 11, November 2025

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



INOVASI PEMBUATAN MINUMAN HERBAL DI KELOMPOK WANITA TANI BAROKAH UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN, PEMASARAN DIGITAL, DAN DAYA SAING PRODUK

Innovation in Herbal Drink Production at the Barokah Women's Farmers Group to Enhance Skills, Digital Marketing, and Product Competitiveness

Suhartini^{1*}, Regina Tutik Padmaningrung², Lies Endarwati³

¹Departemen Pendidikan Biologi, Universitas Negeri Yogyakarta, ²Departemen Pendidikan Kimia, Universitas Negeri Yogyakarta, ³Departemen Pendidikan Manajemen, Universitas Negeri Yogyakarta

Jalan Colombo Nomor 1, Kampus karangmalang, Caturtunggal, Daerah Istimewa Yogyakarta

*Alamat Korespondensi: suhartini@uny.ac.id

(Tanggal Submission: 15 Oktober 2025, Tanggal Accepted : 28 November 2025)

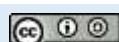


Kata Kunci :

KWT Barokah,
Minuman
Herbal,
Pemasaran
Digital,
Pengemasan,
Diversifikasi
Produk

Abstrak :

Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah di Nitiprayan, Bantul, memiliki potensi besar dalam produksi minuman herbal berbahan dasar rempah-rempah. Namun, mereka menghadapi tantangan terkait kualitas dan jenis produk, pengemasan yang kurang menarik, serta pemasaran yang terbatas. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk, memperbaiki desain kemasan, serta memperluas pemasaran melalui media sosial. Pelatihan yang dilaksanakan pada 13 dan 20 September 2025 mencakup pembuatan minuman herbal baru, pengemasan ramah lingkungan, dan penerapan pemasaran digital menggunakan WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa 100% anggota mampu membuat produk baru dan mengemasnya dengan desain yang lebih menarik, serta terjadi peningkatan kualitas melalui penurunan suhu pemanasan simplisia dari 70°C menjadi 50°C. Selain itu, KWT Barokah kini memiliki akun media sosial untuk mendukung pemasaran produk mereka. Evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan keterampilan peserta sebesar 48,5%. Hasil angket kepuasan menunjukkan bahwa peserta sangat puas dengan kegiatan ini dan menginginkan pelatihan dan praktik dengan materi lainnya. Program ini dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan penerapan pengetahuan yang diperoleh. Diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan daya saing produk KWT Barokah dan memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan ekonomi anggota kelompok.



Open access article under the CC-BY-SA license.

Copy right © 2025, Suhartini et al., 6529

Key word :	Abstract :
<i>KWT Barokah, Herbal Drinks, Digital Marketing, Packaging, Product Diversification</i>	<p>The Barokah Women Farmers Group (KWT) in Nitiprayan, Bantul, has significant potential in producing herbal drinks made from spices. However, they face challenges related to product quality and variety, unattractive packaging, and limited marketing. Therefore, this activity aims to improve product quality and diversification, enhance packaging design, and expand marketing through social media. The training, conducted on September 13 and 20, 2025, included the creation of new herbal drinks, environmentally friendly packaging, and the application of digital marketing using WhatsApp, Instagram, Facebook, and TikTok. The training results showed that 100% of members were able to produce new products and package them in more attractive designs, with quality improvements achieved by lowering the simplisia heating temperature from 70°C to 50°C. In addition, KWT Barokah now has social media accounts to support the marketing of their products. Pre-test and post-test evaluations showed a 48.5% increase in participants' skills. Satisfaction surveys indicated that participants were very pleased with the activity and expressed interest in receiving further training and practice on additional topics. The program continues with ongoing mentoring to ensure the effective application of the knowledge gained. It is expected that this activity can increase the competitiveness of KWT Barokah's products and have a positive impact on the economic welfare of group members.</p>

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

Suhartini., Padmaningrun, R. T., & Endarwati, L. (2025). Inovasi Pembuatan Minuman Herbal di Kelompok Wanita Tani Barokah untuk Meningkatkan Keterampilan, Pemasaran Digital, dan Daya Saing Produk. *Jurnal Abdi Insani*, 12(11), 6529-6542. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i11.3389>

PENDAHULUAN

Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah yang terletak di Nitiprayan, Bantul, memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk minuman herbal berbahan dasar rempah-rempah lokal seperti jahe, kunyit, kelor, rosella, dan telang. Potensi ini didorong oleh ketersediaan bahan baku yang melimpah serta keahlian tradisional dalam meracik bahan-bahan herbal untuk tujuan kesehatan. Meskipun demikian, kelompok ini menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pengembangan produk mereka secara maksimal. Salah satu tantangan terbesar adalah kualitas produk yang belum terstandarisasi, desain pengemasan yang kurang menarik, serta pemasaran yang terbatas hanya di pasar lokal. Hal ini menyebabkan produk yang mereka hasilkan sulit untuk bersaing dengan produk serupa yang telah lebih berkembang di pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk, inovasi pengemasan, dan pemasaran digital menjadi sangat penting untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Isu-isu terkait dengan pengolahan produk herbal, khususnya dalam hal kualitas dan daya saing produk, telah menjadi perhatian banyak penelitian sebelumnya. Sebuah studi oleh Hasanah *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa minuman herbal dapat berfungsi untuk meningkatkan imunitas tubuh, namun seringkali kualitas produk tidak memenuhi standar yang diharapkan. Hal ini juga diungkapkan oleh Husnani & Fitri (2022) dalam penelitian mereka tentang pengaruh metode pengeringan pada kualitas minuman herbal. Penelitian oleh Erviana *et al.*, (2023) mengenai pemanfaatan tanaman obat keluarga juga menunjukkan pentingnya kesadaran akan kualitas produk dalam pengolahan herbal untuk meningkatkan kesehatan keluarga. Selain itu, penelitian oleh Kumala *et al.*, (2022) mengenai evaluasi parameter kontaminasi mikrobiologis pada produk herbal dan bubuk instan menunjukkan



bahwa pentingnya menjaga kebersihan dan keamanan pangan dalam pengolahan produk herbal. Penelitian lain oleh Suhendy (2021) juga menyoroti pentingnya formulasi produk herbal yang aman dan bernutrisi, seperti penggunaan jahe merah dalam minuman herbal sebagai antioksidan. Berdasarkan temuan ini, KWT Barokah memiliki peluang besar untuk memperbaiki kualitas produk mereka, terutama dalam hal menjaga keamanan pangan dan meningkatkan citra produk melalui inovasi pengemasan yang lebih ramah lingkungan.

Penelitian oleh Anisah (2022) juga memberikan kontribusi terhadap inovasi pengemasan produk herbal, dengan memfokuskan pada penggunaan teknologi pengemasan yang lebih efisien untuk produk simplisia dan minuman herbal bagi pelaku UMKM. Khotimah *et al.*, (2022) menekankan pentingnya keterampilan inovasi dalam pengembangan produk teh rosela, yang dapat diadaptasi untuk meningkatkan kualitas produk KWT Barokah. Selain itu, Siahaan & Aryastami (2018) membahas kebijakan pengembangan tanaman obat di Indonesia, yang dapat mendukung keberlanjutan usaha herbal berbasis tanaman lokal. Dalam hal pengemasan, Badan Pengawas Obat dan Makanan RI (2015) memberikan panduan yang jelas mengenai cara pembuatan obat tradisional yang baik, yang relevan untuk mengembangkan produk minuman herbal dengan standar keamanan pangan yang tinggi.

Salah satu solusi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi KWT Barokah adalah melalui program pelatihan yang komprehensif yang mencakup beberapa aspek penting. Pelatihan ini meliputi peningkatan keterampilan dalam memproduksi minuman herbal dengan standar kualitas yang lebih baik dan memenuhi regulasi keamanan pangan yang berlaku, perbaikan desain kemasan agar lebih menarik dan sesuai dengan standar industri, serta penerapan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan pelatihan ini, diharapkan anggota KWT Barokah dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan produk herbal yang lebih berkualitas dan bervariasi, memiliki daya tarik yang lebih besar di pasar, serta mampu memasarkan produk mereka melalui platform digital seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan TikTok. Penerapan pemasaran digital akan memungkinkan mereka untuk memperkenalkan produk mereka ke audiens yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada pasar lokal.

Program pengabdian ini memiliki manfaat yang luas, baik bagi anggota KWT Barokah maupun untuk pemberdayaan perempuan dalam bidang kewirausahaan. Melalui peningkatan keterampilan dalam produksi dan pemasaran digital, diharapkan anggota KWT Barokah dapat meningkatkan daya saing produk mereka. Dengan kualitas produk yang lebih baik dan kemasan yang lebih menarik, produk mereka memiliki peluang untuk bersaing di pasar yang lebih besar. Pemasaran digital juga memberikan kesempatan untuk memperluas pasar dengan biaya yang lebih efisien, tanpa mengandalkan pemasaran tradisional yang terbatas. Selain itu, melalui pemberdayaan perempuan dalam kewirausahaan berbasis potensi lokal, program ini juga mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), terutama dalam pemberdayaan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pemberdayaan ini akan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi rumah tangga anggota KWT Barokah serta meningkatkan peran perempuan dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal.

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan anggota KWT Barokah dalam bidang produksi minuman herbal, pengemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan, serta pemasaran produk melalui platform digital. Program ini bertujuan untuk mengatasi masalah kualitas, desain pengemasan, dan pemasaran yang dihadapi oleh kelompok ini. Melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, diharapkan KWT Barokah dapat menghasilkan produk yang lebih kompetitif dan memiliki daya tarik lebih besar bagi konsumen. Selain itu, diharapkan anggota KWT Barokah dapat memperoleh keterampilan yang dapat diterapkan secara mandiri dan berkelanjutan dalam mengelola usaha mereka, sehingga tidak hanya meningkatkan pendapatan mereka tetapi juga memberikan dampak positif bagi komunitas dan ekonomi lokal.

Melalui implementasi kegiatan ini, diharapkan produk KWT Barokah dapat bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Pemasaran digital akan menjadi salah satu alat utama yang memungkinkan kelompok ini memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih



luas, sementara pengemasan yang menarik dan ramah lingkungan akan memberikan nilai tambah yang membuat produk mereka lebih unggul di pasar. Oleh karena itu, program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada penguatan kapasitas pemasaran yang lebih modern dan efisien. Keberhasilan kegiatan ini akan memberikan kontribusi besar terhadap pemberdayaan ekonomi rumah tangga anggota KWT Barokah serta meningkatkan peran perempuan dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal.

Dengan adanya pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, diharapkan anggota KWT Barokah dapat mengimplementasikan ilmu yang mereka peroleh dalam kegiatan produksi dan pemasaran sehari-hari, sehingga meningkatkan kemandirian dan keberlanjutan usaha mereka. Selain itu, diharapkan juga bahwa program ini dapat memberikan dampak jangka panjang terhadap kualitas produk, daya saing pasar, dan kesejahteraan ekonomi rumah tangga mereka. Program ini adalah langkah awal yang penting dalam menciptakan usaha yang mandiri dan berkelanjutan di kalangan perempuan pedesaan melalui pengembangan produk berbasis potensi lokal yang memiliki daya saing tinggi.

METODE KEGIATAN

Waktu dan Tempat Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 13 dan 20 September 2025 di Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah, yang berlokasi di Nitiprayan, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta. KWT Barokah adalah sebuah kelompok usaha yang bergerak dalam produksi minuman herbal berbahan dasar rempah-rempah alami. Program ini bertujuan untuk memberdayakan anggota kelompok dalam meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk, memperbaiki desain pengemasan, dan mengembangkan pemasaran produk menggunakan teknologi digital.

Objek/Sasaran/Mitra

Objek utama dari kegiatan ini adalah anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah yang terdiri dari 30 anggota aktif. Kelompok ini berfokus pada produksi minuman herbal berbahan dasar rempah-rempah lokal seperti jahe, kunyit, kelor, rosella, dan telang. Masyarakat yang menjadi sasaran pelaksanaan kegiatan ini adalah perempuan anggota KWT Barokah yang diharapkan memperoleh peningkatan keterampilan dalam produksi, pengemasan, serta pemasaran produk melalui media sosial. Program ini bertujuan untuk memberdayakan mereka dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dapat diterapkan dalam kegiatan kewirausahaan mereka sehari-hari.

Jumlah KK/Anggota Mitra Terlibat

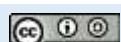
Sebanyak 30 anggota KWT Barokah terlibat dalam kegiatan ini, yang terdiri dari perempuan-perempuan yang aktif dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran produk minuman herbal. Setiap anggota memiliki peran penting dalam keberhasilan kelompok ini, baik dalam menghasilkan produk herbal yang berkualitas maupun dalam pengelolaan kegiatan bisnis secara keseluruhan.

Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui pendekatan yang terstruktur, dimulai dengan analisis dan penilaian terhadap kondisi eksisting KWT Barokah, yang kemudian dilanjutkan dengan tahapan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan. Langkah-langkah yang diambil dalam pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Penilaian Kebutuhan

Sebelum pelaksanaan pelatihan, dilakukan analisis situasi untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh KWT Barokah. Dalam hal ini, permasalahan yang dihadapi meliputi kualitas produk yang belum terstandarisasi dan baru berupa produk kering saja (simplisia), pengemasan yang kurang menarik, dan terbatasnya pemasaran produk yang hanya mengandalkan pasar lokal. Penilaian kebutuhan ini juga dilakukan melalui wawancara dan pengamatan langsung terhadap



proses produksi dan pengemasan yang dilakukan oleh kelompok. Hasil dari penilaian ini digunakan untuk merancang pelatihan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. **Pelatihan Pembuatan Minuman Herbal**

Pada tanggal 13 September 2025, sesi pelatihan pertama dilaksanakan yang difokuskan pada produksi minuman herbal dengan kualitas yang lebih baik dan sesuai dengan standar keamanan pangan. Dalam pelatihan ini, anggota KWT Barokah diberikan pemahaman tentang teknik pembuatan minuman herbal yang higienis dan aman, serta cara mengolah bahan baku dengan suhu pemanasan yang lebih rendah (50°C), untuk menjaga kualitas bahan herbal dan kandungan nutrisinya. Pelatihan ini juga mencakup pembuatan produk baru seperti minuman siap minum (beras kencur dan kunyit asem), sirup (jahe), dan minuman instan yang mudah disajikan (jahe instan), dengan menggunakan bahan baku yang aman dan terjamin kualitasnya sesuai dengan regulasi BPOM.

3. **Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan Produk**

Pada 20 September 2025, sesi pelatihan kedua difokuskan pada pengemasan dan pelabelan produk. Dalam metode pelatihan pengemasan, peserta diperkenalkan dengan berbagai jenis kemasan plastik yang sesuai untuk produk minuman herbal cair. Beberapa jenis plastik yang direkomendasikan termasuk polietilen tereftalat (PET) untuk kemasan botol sekali pakai karena ringan dan tahan pecah, serta polipropilen (PP) yang tahan suhu tinggi dan lemak, cocok untuk produk minuman. Sementara itu, kemasan plastik seperti polivinil klorida (PVC) dan polietilen densitas tinggi (HDPE) sebaiknya dihindari karena potensi reaksi yang dapat memengaruhi kualitas produk. Peserta juga diajarkan cara membuat desain kemasan yang lebih menarik, ramah lingkungan, dan sesuai dengan standar industri. Desain kemasan yang menarik akan meningkatkan daya tarik produk di pasar, sementara kemasan yang ramah lingkungan akan memberikan citra positif bagi produk dan organisasi KWT Barokah. Peserta juga diajarkan tentang pelabelan produk yang sesuai dengan regulasi yang ada, mencakup informasi tentang bahan baku, manfaat produk, tanggal kedaluwarsa, dan cara penggunaan.

4. **Pelatihan Pemasaran Digital**

Selain pelatihan teknis, anggota KWT Barokah juga diberikan pelatihan pemasaran dengan 7 P (Product – Price – Place – Promotion – People – Process – Physical Evidence)(Praven, 2020) dan pemasaran digital yang berfokus pada penggunaan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk mereka. Platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok diperkenalkan sebagai saluran utama untuk mempromosikan produk. Sebuah studi oleh Gusman & Awal (2023) menunjukkan bahwa pelatihan media sosial dapat meningkatkan keterampilan digital, sikap, dan kinerja usaha secara signifikan pada pelaku usaha mikro. Pelatihan ini mencakup pembuatan konten menarik, dan bagaimana memanfaatkan fitur-fitur media sosial untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Setelah pelatihan, peserta diharapkan dapat menggunakan akun media sosial KWT Barokah untuk memasarkan produk mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada pasar lokal.

5. **Pendampingan Berkelanjutan**

Setelah pelatihan, kegiatan ini dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan yang dilakukan selama tiga bulan. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang didapatkan dapat diterapkan secara efektif dalam kegiatan sehari-hari mereka. Pendampingan ini melibatkan monitoring terhadap implementasi pelatihan, serta memberikan umpan balik dan bimbingan yang diperlukan untuk memperbaiki kualitas produk, pengemasan, dan pemasaran. Selain itu, pendampingan juga mencakup evaluasi perkembangan kelompok untuk mengetahui sejauh mana mereka dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan menerapkan pengetahuan baru secara mandiri.



Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui sejauh mana program pelatihan minuman herbal memberikan dampak terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Barokah dengan metode pretest dan posttest yang bertujuan mengukur peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam pembuatan produk minuman herbal, teknik pengemasan, dan strategi pemasaran digital.

Selain itu, untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepuasan peserta terhadap keseluruhan program, dilakukan pengisian angket evaluasi menggunakan instrumen yang telah divalidasi dan reliabel dari DRPM Universitas Negeri Yogyakarta. Angket ini mencakup penilaian terhadap aspek materi, fasilitator, metode penyampaian, sarana dan prasarana, serta kebermanfaatan pelatihan bagi pengembangan usaha anggota.

Dengan metode pelaksanaan yang terstruktur ini, diharapkan anggota KWT Barokah dapat memperoleh keterampilan baru yang berguna untuk pengembangan usaha mereka. Program pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada pemberdayaan perempuan dalam bidang kewirausahaan berbasis potensi lokal, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi rumah tangga mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

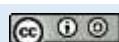
A. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam tiga tahap utama yang telah dijelaskan dalam metode kegiatan: (1) Pelatihan Pembuatan Minuman Herbal, (2) Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan Produk, dan (3) Pelatihan Pemasaran Digital. Setiap tahapan tersebut bertujuan untuk memberikan solusi konkret terhadap masalah yang dihadapi oleh KWT Barokah dalam mengembangkan usaha mereka. Hasil yang diperoleh dari setiap tahapan ini akan dibahas lebih lanjut berikut ini.

1. Pelatihan Pembuatan Minuman Herbal

Pelatihan pertama yang dilaksanakan pada 13 September 2025 berfokus pada peningkatan kualitas dan diversifikasi produk minuman herbal. Sebelumnya, KWT Barokah telah menghasilkan produk minuman herbal dalam bentuk kering atau simplisia, namun kualitas dan standar produksinya belum terjaga dengan baik. Oleh karena itu, pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan teknik-teknik baru dalam produksi minuman herbal yang lebih higienis dan bernutrisi.

Pelatihan dimulai dengan pemahaman mengenai keamanan pangan yang sangat penting dalam produksi minuman herbal. Dalam sesi ini, peserta diberikan teori mengenai standar pembuatan produk yang aman dan sesuai dengan regulasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang mengatur prosedur produksi obat tradisional (Badan POM RI, 2015). Selanjutnya, peserta diberikan demonstrasi tentang cara pembuatan minuman herbal dalam bentuk cair, sirup dan instan menggunakan bahan baku lokal yang memiliki kandungan gizi tinggi seperti jahe, kunyit, dan beras kencur. Dalam pelatihan ini dihadirkan praktisi yang sudah memproduksi dan mengekspor produk minuman herbal yaitu Ibu Yohana Elisabeth Suberti pemilik Sumber Berkah Indonesia. Teknik yang diajarkan dalam pelatihan ini termasuk pengaturan suhu pada proses pemanasan produk herbal kering, yang tidak boleh melebihi 50°C, untuk menjaga kandungan nutrisi dan aroma dari bahan herbal (Suhendy, 2021).





Gambar 1. Penjelasan program kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dan foto bersama peserta

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa semua peserta dapat mempraktekkan cara pembuatan minuman herbal dengan baik. Kualitas rasa dan aroma produk juga meningkat, karena bahan herbal diproses dengan cara yang lebih tepat. Para peserta juga memahami pentingnya menjaga kebersihan alat dan bahan yang digunakan, yang sebelumnya sering diabaikan. Sebagai hasilnya, produk yang dihasilkan menjadi lebih aman dan enak untuk dikonsumsi.



Gambar 2. Proses pembuatan minuman herbal

Dalam pelatihan yang dilakukan pada 13 September 2025, KWT Barokah berhasil mengembangkan beberapa produk minuman herbal baru yang tidak hanya sehat tetapi juga mudah diproduksi dan dikonsumsi. Produk-produk ini terdiri dari minuman cair, sirup, dan serbuk instan yang berbahan dasar rempah-rempah alami seperti jahe, kunyit, dan beras kencur. Berikut adalah rincian produk baru yang telah dipraktekkan dalam pelatihan tersebut.



Tabel 1. Jenis minuman cair, sirup dan isntan yang dipraktekkan di KWT Barokah

Nama Produk	Bentuk Produk	Bahan Utama
Beras Kencur	Minuman Cair	Beras, kencur, jahe segar, gula jawa, gula pasir, Air bersih, air matang, kencur segar, merica, cengkeh, kayu manis, garam
Kunyit Asem	Minuman Cair	Air bersih, Kunyit, asam jawa, gula jawa, gula pasir, air matang, jeruk nipis, kayu manis, cengkeh, garam
Sirup Jahe	Sirup	Jahe, gula jawa, gula pasir, pandan sereh, garam, air, kain penyaring, parutan kelapa
Jahe Instan	Serbuk	Jahe, gula pasir, air, serai

Pengembangan produk-produk ini merupakan hasil nyata dari pelatihan yang difokuskan pada peningkatan kualitas dan keberagaman produk yang dihasilkan oleh anggota KWT Barokah. Dengan memperkenalkan produk baru ini, diharapkan dapat memberikan variasi bagi konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

2. Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan Produk

Setelah pelatihan mengenai pembuatan minuman herbal, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan mengenai pengemasan dan pelabelan produk. Sebelumnya, pengemasan produk oleh KWT Barokah dirasa kurang menarik. Selain itu, desain kemasan juga belum memenuhi standar industri, yang dapat mempengaruhi daya tarik produk di pasaran. Pelatihan ini bertujuan untuk memperkenalkan teknik pengemasan yang lebih efisien dan menarik.



Gambar 3. Pengemasan Produk KWT Barokah

Pelatihan ini mencakup penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan yang dapat mendukung citra positif produk, seperti penggunaan botol kaca yang dapat digunakan kembali. Dalam pelatihan ini, peserta juga diperkenalkan pada berbagai jenis kemasan plastik yang dapat digunakan untuk produk minuman herbal, terutama dalam bentuk cair. Kemasan plastik yang umum digunakan meliputi polietilen tereftalat (PET), yang sering dipilih untuk kemasan botol minuman sekali pakai karena sifatnya yang ringan dan tidak mudah pecah (Pizzorno, 2024). Selain itu, polipropilen (PP) juga menjadi pilihan terbaik karena ketahanannya terhadap suhu tinggi dan lemak, menjadikannya cocok untuk produk minuman yang memerlukan kemasan tahan lama dan aman (Seref & Cufaoglu, 2025). Sementara itu, kemasan plastik seperti polivinil klorida (PVC) dan polietilen densitas tinggi (HDPE) meskipun kuat, sebaiknya dihindari untuk produk minuman karena potensi migrasi bahan kimia berbahaya ke dalam produk (Kato & Conte-Junior, 2021; Saad *et al.*, 2025). Beberapa studi juga



menunjukkan bahwa kemasan plastik jenis tersebut dapat mengalami degradasi termal atau melepaskan senyawa volatil ketika terpapar suhu tinggi, yang berpotensi menurunkan mutu dan keamanan produk (Raj, 2018).

Desain kemasan juga diperbaiki agar lebih menarik dengan menambahkan informasi produk yang jelas dan mencantumkan manfaat kesehatan dari bahan-bahan yang digunakan. Dalam pelatihan ini, peserta juga diajarkan mengenai standar pelabelan yang harus mengikuti regulasi BPOM, seperti mencantumkan informasi tentang bahan baku, manfaat, dan tanggal kedaluwarsa produk (Anisah, 2022).



Gambar 4. Contoh pelabelan yang digunakan

Pelatihan ini mencakup penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan yang dapat mendukung citra positif produk, seperti penggunaan botol kaca yang dapat digunakan kembali. Desain kemasan juga diperbaiki agar lebih menarik dengan menambahkan informasi produk yang jelas dan mencantumkan manfaat kesehatan dari bahan-bahan yang digunakan. Dalam pelatihan ini, peserta juga diajarkan mengenai standar pelabelan yang harus mengikuti regulasi BPOM, seperti mencantumkan informasi tentang bahan baku, manfaat, dan tanggal kedaluwarsa produk (Anisah, 2022).

Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini adalah tercapainya 100% produk yang telah berhasil dikemas dengan desain kemasan baru yang lebih menarik. Para peserta menunjukkan keterampilan yang baik dalam merancang kemasan produk mereka menggunakan bahan ramah lingkungan. Produk-produk yang dihasilkan sekarang terlihat lebih profesional dan siap untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

3. Pelatihan Pemasaran Digital

Pelatihan terakhir yang dilaksanakan pada 20 September 2025 berfokus bahan tambahan, jenis kemasan, bauran pemasaran (pemasaran 7 P= (Product – Price – Place – Promotion – People – Process – Physical Evidence) dan pemasaran digital melalui platform media sosial. Sebelumnya, KWT Barokah hanya melakukan pemasaran secara lokal, tanpa memanfaatkan potensi media sosial yang luas. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital ini sangat penting untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih besar.

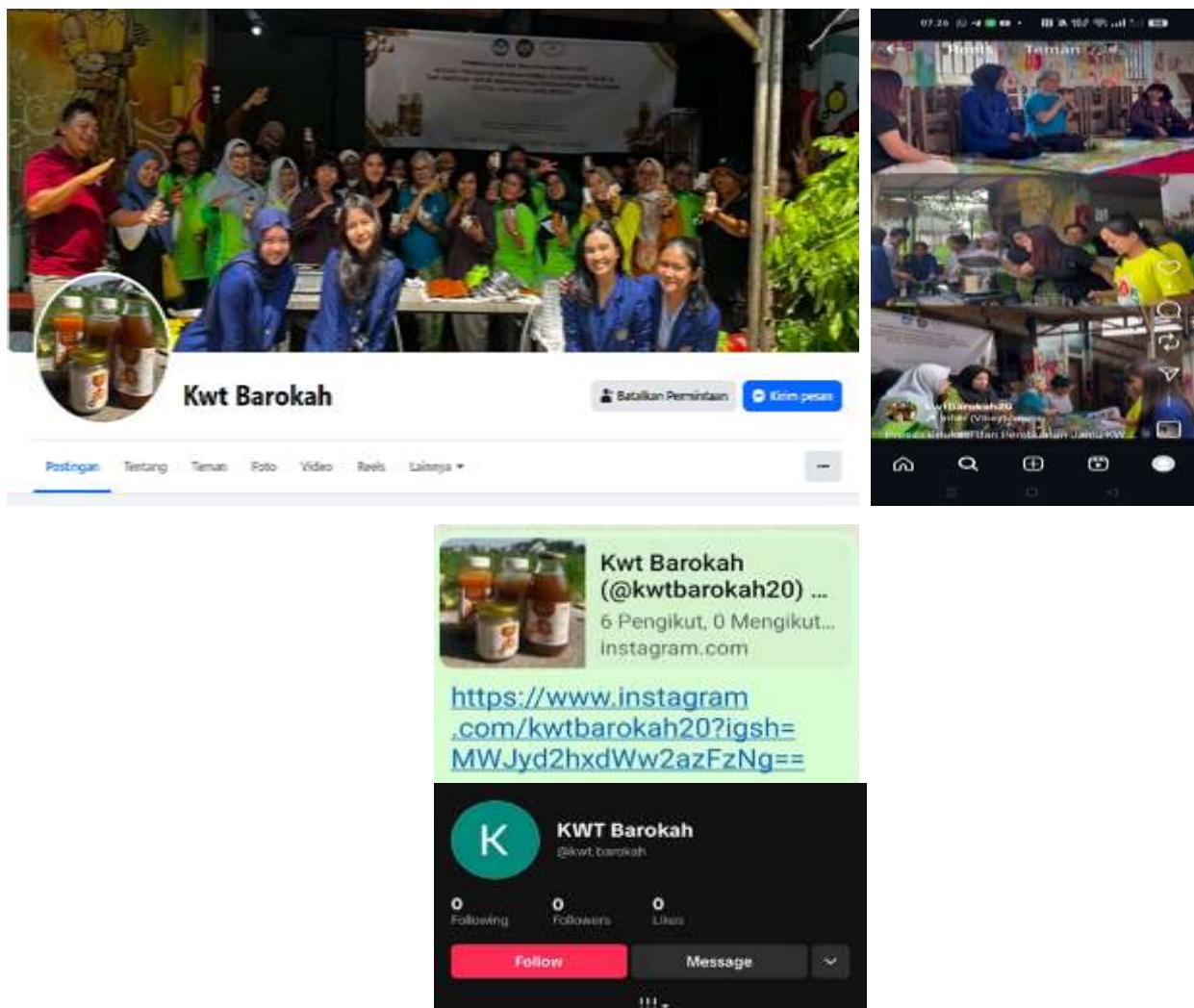
Dalam pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman tentang penggunaan berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Peserta juga diajarkan cara membuat konten menarik, seperti foto produk yang estetik dan video yang menunjukkan proses pembuatan minuman herbal serta manfaat kesehatannya. Teknik pemasaran yang diajarkan juga mencakup pembuatan kampanye promosi yang tepat sasaran dan biaya yang efisien (Khotimah *et al.*, 2022)



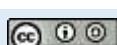


Gambar 5. Pelatihan Pemasaran dengan 7 P dan pemasaran digital

Hasil dari pelatihan ini adalah terbentuknya akun media sosial resmi untuk KWT Barokah di WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok. Para peserta berhasil membuat konten yang menarik dan telah mencoba mulai memasarkan produk mereka secara online. Selain itu, peserta juga telah mendapatkan pemahaman mengenai pentingnya analisis pasar dan keterlibatan dengan pelanggan melalui media sosial, yang dapat meningkatkan brand awareness dan penjualan produk.



Gambar 6. Tampilan Media Sosial KWT Barokah untuk Pemasaran Produk



B. Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang signifikan yang mempengaruhi kelancaran proses pelatihan dan produksi di KWT Barokah. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan peralatan yang dimiliki oleh kelompok. Sebagian besar anggota KWT Barokah belum memiliki peralatan yang memadai untuk memproduksi produk dalam skala yang lebih besar, yang berdampak pada efisiensi dan kualitas hasil produksi. Kendala ini diperburuk dengan keterbatasan ruang dan fasilitas yang tidak mendukung pengolahan dalam jumlah banyak. Namun, hal ini diatasi dengan memberikan peralatan yang diperlukan selama pelatihan, seperti mesin pemarut, blender, panci stainless steel, kompor lengkap, botol kaca untuk menyimpan simplisia, serta berbagai peralatan produksi dan pengemasan lainnya. Melalui penyerahan peralatan ini, diharapkan KWT Barokah dapat meningkatkan kapasitas produksi mereka, yang pada gilirannya akan berdampak pada keberlanjutan usaha dan daya saing produk.



Gambar 8. Barang-barang yang diserahkan untuk produksi, pengemasan dan pemasaran

Selain itu, kendala lain yang dihadapi adalah rendahnya tingkat pemahaman anggota KWT Barokah mengenai teknologi pemasaran digital. Sebagian besar anggota belum terbiasa menggunakan platform media sosial sebagai sarana untuk memasarkan produk, yang menyulitkan mereka dalam mengembangkan jangkauan pasar. Oleh karena itu, pelatihan mengenai pemasaran digital sangat dibutuhkan agar anggota KWT Barokah dapat mengoptimalkan platform seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka. Kendala ini diatasi dengan memberikan pelatihan yang lebih intensif dan berkelanjutan, serta pendampingan dalam penggunaan media sosial untuk bisnis. Dengan adanya pendampingan secara terus-menerus, anggota KWT Barokah tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam produksi, tetapi juga dapat memanfaatkan pemasaran digital

C. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi terhadap efektivitas pelatihan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta dalam pembuatan minuman herbal, pengemasan, dan pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan setelah pelaksanaan dua sesi pelatihan.

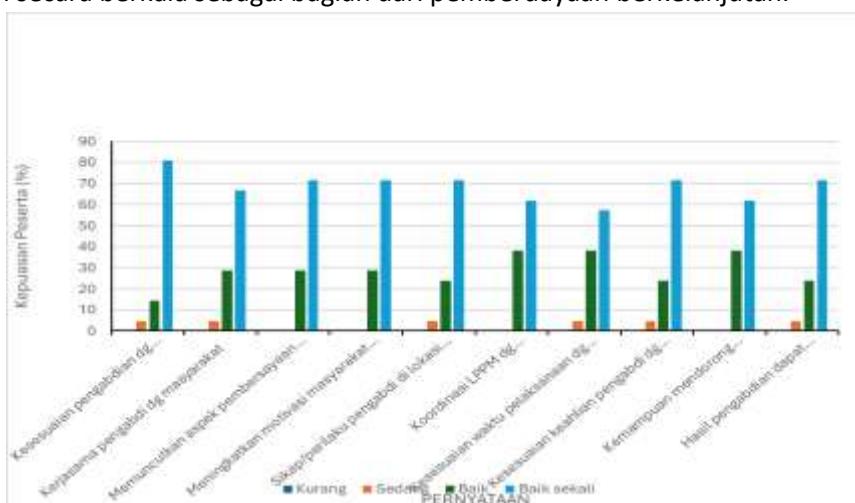
Rata-rata nilai pre-test peserta adalah 62,23, sedangkan nilai post-test meningkat menjadi 92,42. Dengan demikian, terdapat peningkatan keterampilan peserta sebesar 48,5%, yang menunjukkan bahwa materi pelatihan tersampaikan dengan baik dan dapat diimplementasikan oleh peserta.

Analisis lebih lanjut menggunakan uji *t-Test* berpasangan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara nilai pretest dan posttest. Hal ini memperkuat bukti bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Barokah (Tabel 2).

Tabel 2. Statistik dan Uji *t-Test* Berpasangan antara Pretest dan Posttest pada Inovasi Pembuatan Minuman Herbal

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean	df	Sig. (2-tailed)
Pair 1	Pretest	62.23	30	9.889	1.939	29	.000
	Posttest	92.42	30	5.900	1.157		

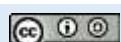
Evaluasi ini juga diperkuat dengan hasil angket kepuasan peserta yang menunjukkan bahwa mayoritas peserta memberikan penilaian baik sekali terhadap materi, metode penyampaian, serta kebermanfaatan program seperti dapat dilihat pada Gambar 7. Sebagian besar peserta bahkan menyatakan minat untuk mengikuti pelatihan lanjutan dengan topik-topik baru terkait pengembangan produk dan pemasaran berbasis digital. Hal ini menjadi dasar untuk melanjutkan program pendampingan secara berkala sebagai bagian dari pemberdayaan berkelanjutan.



Gambar 7. Kepuasan peserta pelatihan terhadap kegiatan inovasi pembuatan minuman herbal

Menurut perangkat desa Nitiprayan, Kasihan, Bantul, kegiatan ini sangat relevan dengan upaya pemerintah daerah dalam mendorong pengembangan produk lokal dan pemberdayaan perempuan dalam kewirausahaan. Mereka berharap kegiatan ini dapat terus berlanjut dan diperluas ke kelompok lain di Kecamatan Kasihan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Kegiatan pengabdian ini menghasilkan tiga bentuk inovasi yang signifikan. Pertama, inovasi dalam pembuatan produk baru berupa minuman herbal cair seperti *beras kencur*, *kunyit asam*, *sirup jahe*, dan *jahe instan*. Produk-produk ini dikembangkan dengan mempertimbangkan preferensi



konsumen serta teknik pembuatan sesuai standar BPOM yang tepat untuk menjaga kualitas bahan aktif. Kedua, dilakukan inovasi pada pengemasan dan pelabelan, dengan desain label yang lebih menarik dan informasi yang lebih lengkap. Pengemasan juga menggunakan bahan yang ramah lingkungan. Ketiga, inovasi pemasaran dilakukan dengan pelatihan digital marketing menggunakan platform WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual, memperluas jangkauan pasar, serta membentuk citra produk yang lebih profesional di mata konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah, dapat disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan Kualitas dan Diversifikasi Produk: Pelatihan pembuatan minuman herbal yang mencakup produk baru seperti beras kencur, kunyit asem, sirup jahe, dan jahe instan berhasil meningkatkan kualitas produk dan memperkenalkan variasi produk. Teknik yang diajarkan seperti pengolahan dengan suhu yang lebih rendah dan penggunaan bahan baku yang lebih higienis telah meningkatkan standar kualitas dan keamanan pangan.
2. Inovasi Pengemasan dan Pelabelan: Pelatihan pengemasan berhasil memperkenalkan penggunaan bahan kemasan ramah lingkungan serta desain kemasan yang lebih menarik, sesuai dengan standar industri dan regulasi yang ada. Hasilnya, produk KWT Barokah sekarang memiliki kemasan yang lebih profesional dan siap untuk bersaing di pasar yang lebih luas.
3. Penerapan Pemasaran Digital: Pelatihan pemasaran digital melalui platform WhatsApp, Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan anggota KWT Barokah memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, mengatasi keterbatasan pasar lokal. Melalui pembuatan konten yang menarik dan kampanye promosi yang tepat sasaran, peserta kini dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih efisien dan efektif.

Saran

1. Perluasan Materi Pelatihan: Diharapkan pada pelatihan berikutnya, materi yang diberikan dapat mencakup inovasi lebih lanjut dalam pengembangan produk lokal serta strategi pemasaran digital lanjutan agar anggota KWT Barokah terus mengembangkan kemampuan dan memperluas jangkauan pasar mereka.
2. Pendampingan yang Lebih Intensif: Meskipun pelatihan telah dilaksanakan, pendampingan berkelanjutan dalam jangka panjang akan sangat membantu anggota KWT Barokah dalam mengelola usaha mereka, khususnya dalam mengoptimalkan teknologi pemasaran digital dan menjaga kualitas produk.
3. Peningkatan Akses Pasar: KWT Barokah sebaiknya terus mencari peluang kemitraan atau mengikuti pameran produk untuk memperkenalkan produk mereka kepada pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional, guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungannya dalam mendanai Program Pengabdian kepada Masyarakat melalui skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat, serta kepada Kelompok Wanita Tani Barokah yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Negeri Yogyakarta (DRPM UNY) yang telah membantu kelancaran proses pengabdian ini. Terimakasih juga kami sampaikan kepada mahasiswa kami: Maria Ratna Setyaningsih, Nathania Calida, Ester Gultom, dan Ravellina Naia Safitri yang telah terlibat langsung dalam kegiatan pengabdian ini. Dukungan dari semua pihak sangat berarti dalam tercapainya



tujuan program ini dan meningkatkan kualitas serta daya saing produk minuman herbal di KWT Barokah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, D., (2022). Teknologi Pengemasan Produk Simplisia dan Minuman Herbal Bagi Pelaku UMKM di Lingkungan Pondok Pesantren Riyadhus Sholihin di Desa Babakan Ciangsana Gunung Putri Bogor. Badan Pengawas Obat dan Makanan RI. (2015). Petunjuk Penerapan Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik untuk Usaha di Bidang Obat Tradisional Jilid II, Badan POM RI, Jakarta.
- Erviana, E., Masniati, M., Masita, M., Taufik, M., & Harli, K. (2023). Gambaran Pengetahuan Keluarga Tentang Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga. *Jurnal Promotif Preventif*, 6(5), 777-785.
- Gusman, A. P., & Awal, H. (2023). Digital Marketing Training and Assistance for MSMEs at INS Kayu Tanam High School: Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM Di SMA INS Kayu Tanam. *Journal of Community Service and Application of Science*, 2(1), 36-40.
- Hasanah, S. U., Wibowo, D. P., & Aulifa, D. L. (2020). Lindungi imunitas masyarakat dengan minuman herbal. *Caradde*, 3(2), 212-218.
- Husnani, H., & Fitri, N. A. F. N. A. (2022). Pengaruh Metode Pengeringan pada Mutu Fisik Minuman Herbal Celup dengan Komposisi Jahe, Temulawak, Kunyit Dan Sereh. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(7), 475-484.
- Kato, L. S., & Conte-Junior, C. A. (2021). Safety of Plastic Food Packaging: the Challenges About Non-Intentionally Added Substances (NIAS) Discovery, Identification and Risk Assessment. *Polymers*, 13(13), 2077.
- Khotimah, K., Octavia, D. R., Rahmawati, E., & Fistalia, D. I. A. A. (2022). Peningkatan Produktivitas Kelompok Usaha Jamu Melalui Peningkatan Skill Inovasi Produk Teh Rosela. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 571-581.
- Kumala, S., Yantih, N., Aulena, D. N., Pratami, D. K., & Malikahah, T. (2022). Evaluation of Microbiological Contamination Parameters of Herbal Drink and Instant Powder. *International Journal of Applied Pharmaceutics*, 14(1), 62-68. <https://doi.org/10.22159/ijap.2022.v14s1.13>
- Pizzorno, J. (2024). Plastic Food Container Safety. *Integrative Medicine: A Clinician's Journal*, 23(2), 6.
- Praveen, M. (2020). Customer Engagement with 7P's of Marketing in Online Platform. *Customer Engagement with P*, 7.
- Raj, B. (2018). Plastics and Their Role in Food Packaging. *Food Packaging Technology Department Central Food Technological Research Institute*, 20(1), 17-46.
- Saad, M., Bucki, M., Bujok, S., Pawcenis, D., Rijavec, T., Górecki, K., & Kruczała, K. (2025). The impact of heat and humidity on unplasticized poly (vinyl chloride). *Polymer Degradation and Stability*, 238, 111334.
- Seref, N., & Cufaoglu, G. (2025). Food Packaging and Chemical Migration: A Food Safety Perspective. *Journal of Food Science*, 90(5), e70265.
- Siahaan, S., & Aryastami, N. K. (2018). Studi Kebijakan Pengembangan Tanaman Obat di Indonesia. *Media Penelitian dan Pengembangan Kesehatan*, 28(3), 157-166.
- Suhendy, H. (2021). Formulasi Minuman Herbal Antioksidan Jahe Merah (*Zingiber officinale Rosc. var. rubrum*). *Jurnal Ilmiah Farmasi Farmasyifa*, 4(2), 79-86.

