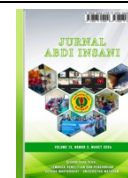




JURNAL ABDI INSAANI

Volume 13, Nomor 3, Maret 2026

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



PRAKTIK PILOT PROJECT REFORMULASI PRODUKSI PENYELAMATAN WARISAN BUDAYA TAK BENDA WEDANG ROJO BERBASIS KEMITRAAN GREEN CULTURE BERKELANJUTAN PADA DESA PARIWISATA NONGKOSAWIT

Practice of the Pilot Project for the Reformulation of the Production of Wedang Rojo Intangible Cultural Heritage Based on the Green Culture Partnership for Sustainability in the Tourism Village of Nongkosawit

Harto Wicaksono*, Himmatul Ulya, Annisa Aulia Savitri, Nadia, Candra Prawira Utama, Rizky Firmansyah Saputra

Universitas Negeri Semarang

Jl. Raya Banaran, Sekaran, Kota Semarang, Jawa Tengah

*Alamat korespondensi: hartowicaksono@mail.unnes.ac.id

(Tanggal Submission: 1 Desember 2025, Tanggal Accepted : 20 Maret 2026)



Kata Kunci :

*Branding
Produk, Green
Culture,
Wedang Rojo,
Pemberdayaan
masyarakat,
Reformulasi*

Abstrak :

Kelurahan Nongkosawit, salah satu desa wisata di Kota Semarang, memiliki potensi keanekaragaman hayati berupa tanaman obat tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun melalui minuman herbal Wedang Rojo. Namun, keterbatasan pada aspek standar produksi, higienitas, legalitas, branding, dan pemasaran digital menyebabkan produk ini belum memiliki daya saing sebagai komoditas unggulan desa wisata. Program pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas kelompok PKK dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam memproduksi dan memasarkan Wedang Rojo secara profesional, higienis, dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah Community Based Participatory Research (CBPR) melalui observasi, FGD, pelatihan, pendampingan produksi, reformulasi, penyusunan SOP, rebranding, desain kemasan, serta pelatihan pemasaran digital. Hasil program menunjukkan terjadinya transformasi signifikan, meliputi standarisasi formulasi dan proses produksi berbasis uji laboratorium, peningkatan keamanan pangan, penyiapan legalitas P-IRT, identitas merek baru Wedang Rojo Omah Pang, desain kemasan informatif dan estetis, serta peningkatan literasi pemasaran digital. Uji pasar awal memperlihatkan penerimaan konsumen yang positif terhadap kualitas rasa, tampilan produk, dan narasi budaya. Program ini membuktikan bahwa kolaborasi partisipatoris dan pendekatan green culture efektif dalam menguatkan ekonomi lokal sekaligus melestarikan warisan



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

Copy right © 2026, Wicaksono et al., 1761

budaya. Model pemberdayaan ini berpotensi direplikasi pada desa wisata lain yang berbasis komoditas lokal.

Key word :

*Green Culture,
Product
Branding,
Community
Empowerment,
Reformulation,
Wedang Rojo*

Abstract :

Nongkosawit Village, one of the tourist villages in Semarang City, has the potential for biodiversity in the form of traditional medicinal plants that have been passed down from generation to generation through the herbal drink Wedang Rojo. However, limitations in terms of production standards, hygiene, legality, branding, and digital marketing mean that this product does not yet have the competitiveness to be a leading commodity in tourist villages. This community service program aims to enhance the capacity of the Family Welfare Empowerment Group (PKK) and the Tourism Awareness Group (Pokdarwis) in producing and marketing Wedang Rojo professionally, hygienically, and sustainably. The methods used are Community-Based Participatory Research (CBPR) through observation, focus group discussions, training, production assistance, reformulation, SOP development, rebranding, packaging design, and digital marketing training. The program results show significant transformation, including the standardization of formulations and production processes based on laboratory tests, improved food safety, preparation of P-IRT legality, a new brand identity for Wedang Rojo Omah Pang, informative and aesthetic packaging design, and improved digital marketing literacy. Initial market tests show positive consumer acceptance of the product's taste, appearance, and cultural narrative. This program demonstrates that participatory collaboration and a green culture approach are effective in strengthening the local economy while preserving cultural heritage. This empowerment model has the potential to be replicated in other tourism villages based on local commodities.

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

Wicaksono, H., Ulya, H., Savitri, A. A., Nadia, Utama, C. P., & Saputra, R. F. (2026). Praktik Pilot Project Reformulasi Produksi Penyelamatan Warisan Budaya Tak Benda Wedang Rojo Berbasis Kemitraan Green Culture Berkelanjutan pada Desa Pariwisata Nongkosawit *Jurnal Abdi Insani*, 13(3), 1761-1773. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v13i3.3636>

PENDAHULUAN

Kota Semarang memiliki 14 Desa Wisata yang tercatat dalam Jejaring Desa Wisata (Jadesta) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Namun, hanya dua desa di Kota Semarang yang telah memenuhi standar ADWI (Anugrah Desa Wisata Indonesia) yaitu Desa Kandri dan Desa Wonolopo (JADESTA, 2024), sementara 12 Desa lainnya masih memerlukan binaan dari berbagai pihak. Kelurahan Nongkosawit, merupakan salah satu Desa Wisata awal di Kota Semarang yang masih perlu dikembangkan secara serius. Perkembangan Nongkosawit sebagai Desa Wisata belum mengalami perkembangan yang signifikan sejak tahun 2012 (Edelweis & Sugiri, 2018), seperti belum memiliki produk khas lokal unggulan yang menjadi daya tarik wisata. Secara geografis, Nongkosawit merupakan wilayah *urban-peripheral* yang masuk dalam zona pengembangan wisata alam yang memiliki potensi keberagaman hayati berupa tanaman obat tradisional.

Data BPS Kota Semarang (2024) menunjukkan, jumlah penduduk Nongkosawit mencapai sekitar 5.437 jiwa yang mayoritas berprofesi sebagai buruh tani, pelaku usaha mikro, dan pekerja informal (BPS, 2024). Kondisi sosio-ekonomi ini menegaskan urgensi suatu intervensi yang berorientasi



pada penguatan ekonomi lokal. Strategi ini menemukan landasan yang kuat pada potensi lokal desa, yakni keanekaragaman hayati yang masih terpelihara dengan komoditas unggulan berupa tanaman obat tradisional. Potensi tersebut menciptakan produk minuman khas yang turun-temurun dan menjadi pengetahuan lokal masyarakat Nongkosawit, yaitu Wedang Rojo (Andhika, 2020). Wedang Rojo merupakan minuman rempah yang diracik dari 12 bahan-bahan alami seperti jahe, kayu manis, serai, kapulaga, dan cengkeh. Minuman ini diketahui oleh masyarakat sebagai minuman kesehatan alami dengan proses pembuatan yang mudah dan sederhana.

Berdasarkan observasi, ketersediaan bahan baku lokal mudah didapatkan. Sebanyak 35% masyarakat masih membudidayakan rempah-rempah di pekarangan dan kebun keluarga. Selain itu, tradisi pengolahan Wedang Rojo masih berlanjut sebagai sebuah praktik budaya yang dipertahankan, terutama di kalangan ibu rumah tangga, sehingga Wedang Rojo berpotensi menjadi produk unggulan desa. Namun, dalam praktiknya Nongkosawit menghadapi kendala mendasar pada aspek kualitas produksi dan manajemen pemasaran. Sebagian besar pelaku usaha belum memahami standar rasa, sanitasi, serta khasiat ilmiah rempah yang menjadi nilai jual utama minuman herbal. Kelemahan ini berdampak pada mutu produk dan potensi kesehatan yang tidak terkomunikasikan secara optimal kepada konsumen.

Sementara itu, dari aspek pemasaran dan manajemen, mayoritas belum memanfaatkan media digital secara efektif, dan masih menggunakan kemasan sederhana yang kurang higienis dan tidak menarik. Secara spasial, Nongkosawit berada di perbatasan kota dan hutan lindung, dengan akses jalan dan fasilitas cukup memadai. Namun belum ada program pengembangan ekonomi kreatif yang terintegrasi dengan potensi alam dan budaya lokal. Selain itu, komoditas bahan baku pembuatan produk diperoleh dari kebun keluarga dan pasar tradisional, tanpa sistem suplai berkelanjutan. Tidak ada dokumentasi resep baku atau SOP pengolahan. Di sisi lain, produk belum memiliki izin edar, desain kemasan, atau strategi distribusi modern. Oleh karena itu, pendekatan transformatif diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk, sehingga dapat menciptakan peluang ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, potensi kolaborasi dengan: Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) lokal, kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), akademisi, dan pemerintah desa sangat diperlukan untuk mendukung transformasi potensi desa menjadi model usaha berbasis budaya yang berkelanjutan dan berdampak. Program pengabdian masyarakat di Kelurahan Nongkosawit dirancang untuk menjawab kebutuhan riil kelompok PKK dalam mengembangkan produk minuman herbal *Wedang Rojo* yang layak edar, higienis, dan kompetitif di pasar digital. Temuan awal menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi lokal yang dimiliki kelompok dan kapasitas teknis dalam menghasilkan produk yang sesuai standar keamanan pangan maupun tuntutan pasar modern (Mardesci & Fitriani, 2025).

Selain tantangan produksi, dinamika pemasaran belum berjalan secara profesional. Produk masih tergantung pada momen-momen tertentu seperti acara komunitas, tanpa strategi digital yang sistematis (Rice, 2023). Padahal, pasar digital adalah ruang kompetisi yang menuntut identitas visual yang kuat, konsistensi konten, dan kemampuan bercerita (*storytelling*) yang menarik (Anjani, 2024). Pengabdian ini merancang intervensi yang lebih komprehensif, seperti pengembangan identitas merek, pendampingan desain kemasan, hingga pelatihan pemasaran digital, pembuatan konten promosi dan rebranding produk. Lebih jelasnya, program tidak hanya bertujuan menyelesaikan masalah teknis, tetapi juga mendukung penguatan produksi berbasis kebiasaan menjadi usaha berstandar profesional melalui pemasaran strategis. Harapannya, transformasi dan pengembangan kapasitas ini dapat menciptakan fondasi bisnis yang berkelanjutan. Serta membuka akses pasar yang lebih luas untuk meningkatkan komoditas nilai ekonomi Wedang Rojo, sebagai produk unggulan Desa Wisata Nongkosawit untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini menggunakan metode CBPR (*Community Based Participatory Research*) yang mengacu pada pendekatan metodologis dan epistemologis untuk proyek komunitas terapan (Danendra *et al.*, 2024) di mana pengabdian dan mitra masyarakat berkolaborasi setara dalam proses pengabdian. CBPR merupakan metode yang menekankan pola kolaborasi antara komunitas dengan dunia pendidikan tinggi yang berorientasi aksi dengan *service learning* untuk mendukung gerakan sosial organisasi masyarakat atau komunitas (Fauzi *et al.*, 2023; Millah *et al.*, 2025). Tujuannya adalah untuk menjawab persoalan dan permasalahan riil yang dihadapi masyarakat; memenuhi kebutuhan komunitas sehingga dapat menawarkan sebuah solusi atau berkontribusi terhadap persoalan riil di masyarakat sasaran (Susilawaty *et al.*, 2016).

Pendekatan ini dilakukan melalui *Forum Group Discussion* (FGD). FGD merupakan suatu metode pengumpulan data atau berfokus terhadap perolehan data atau informasi dari suatu interaksi atau responden untuk memberikan solusi terkait permasalahan yang terdapat pada informasi tersebut (Danendra *et al.*, 2024; Tarigan *et al.*, 2024). FGD yang digunakan dalam metode ini melibatkan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan PKK Kelurahan Nongkosawit. Tujuan dilaksanakan FGD, yaitu meningkatkan dan mengembangkan setiap peserta yang hadir dalam kemampuan menganalisis suatu masalah guna mendapatkan solusi dalam kegiatan aksi. FGD yang dilakukan dalam pengabdian ini memiliki dua kategori pemenuhan masalah mitra yaitu, pelaksanaan pada aspek produksi dan aspek pemasaran, adapun pelaksanaan program terbagi menjadi lima tahapan di setiap aspek, yaitu:

Pertama, aspek produksi yang memiliki tahapan berupa: (1) analisis awal dan observasi teknis yang meliputi alur produksi untuk memetakan risiko higienitas melalui FGD, (2) penyusunan SOP produksi dan higienitas yang meliputi SOP formulasi, takaran presisi, alur sanitasi pangan, dan kontrol kualitas, (3) pelatihan produksi dan implementasi SOP yaitu melatih PKK dalam penggunaan alat ukur, pencampuran bahan dan pengeringan aman, (4) penataran area produksi dan peralatan yang meliputi penataan ruang untuk memenuhi sanitasi, pemisahan alat rumah tangga, penyiapan rak dan kontainer, (5) pendampingan legalitas P-IRT yang meliputi penyiapan dokumen uji laboratorium dan pengajuan ke Dinas Kesehatan.

Kedua, aspek pemasaran yang meliputi: (1) analisis brand melalui *Forum Group Discussion* dan kesiapan pemasaran berupa audit identitas visual, daya tarik, kemasan lama dan pemetaan target konsumen, (2) pengembangan identitas dan narasi brand yang meliputi penyusunan brand, brand story produk, (3) desain ulang kemasan yang meliputi pembuatan desain baru dan penambahan barcode atau QR produk, (4) pelatihan pemasaran digital berupa membuat konten produk dalam bentuk foto dan video serta kalender unggahan positioning produk, (5) perencanaan distribusi dan strategi penjualan yang meliputi penyusunan strategi harga, pemilihan *market place* dan strategi pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keberadaan Omah Pang sebagai Arena Produksi Wedang Rojo Omah Pang

Desa Nongkosawit sejak ditetapkannya sebagai salah satu desa wisata melalui SK Wali Kota Semarang No. 556/407 pada 21 Desember 2012 (Impiansari, 2018) mulai berbenah untuk mengenali potensi wisata lokal yang ada di desanya. Salah satu kegiatan untuk menunjang kegiatan wisata adalah dibangunnya rumah budaya pusat kegiatan wisata dan penunjangnya yang disebut dengan Omah Pang (Rizky, 2021). Omah Pang dibuat oleh masyarakat dari ranting pohon (Bahasa Jawa: *Pang*) dan Omah merupakan Bahasa Jawa dari rumah. Adapun tujuan didirikannya Omah Pang adalah untuk pusat kegiatan wisata Desa Nongkosawit, khususnya oleh kelompok sadar wisata dan berbagai pihak yang terlibat seperti PKK dan remaja desa. Berlokasi di dekat balai desa Desa Nongkosawit dengan harapan lebih mudah di akses oleh wisatawan yang berkunjung. Dengan model rumah terbuka, Omah Pang digunakan untuk ruang diskusi dan menyambut tamu yang akan berminat untuk berwisata maupun



kunjungan ilmiah dari berbagai kalangan baik dengan tujuan belajar maupun menerapkan pengetahuan dan teknologi untuk menunjang keberadaan Omah Pang sebagai tempat reproduksi kultur kegiatan wisata. Selain itu, di depan Omah Pang disediakan stan dengan karakter hiasan ranting untuk mendisplay produk penunjang kepariwisataan.



Gambar 1. Omah Pang

Selama ini, produksi Wedang Rojo diproduksi Ketika ada pesanan dan atau ketika ada wisatawan berkunjung. Pembuatan tersebut di produksi di Omah Pang dengan standar minimalis. Bahan produksi Wedang Rojo diperoleh dari pasar dan memanfaatkan tanaman toga masyarakat, walau masih sedikit dan belum terorganisasi. Adapun komposisi bahan Wedang Rojo terdiri dari 12 bahan dengan takaran yang masih belum terukur secara pasti, sehingga secara rasa dan kualitas kontrolnya masih berubah-ubah. Selain ini, produksi Wedang Rojo masih lakukan secara tradisional dengan menggunakan alat yang sederhana. Atas dasar itu, untuk menjaga kualitas produksi dan terstandarisasi, maka tim pengabdian melakukan berbagai pelatihan untuk reformulasi takaran dan *rebranding* Wedang Rojo menjadi nama Wedang Rojo Omah Pang dengan *tagline* “Awali Sehat dari Rumah”.

2. Pelaksanaan Pemberdayaan Partisipatoris untuk *Rebranding* dan Reformulasi Wedang Rojo Omah Pang

Dalam melaksanakan pemberdayaan, tim pengabdian menggunakan pendekatan partisipatoris. Pendekatan ini melibatkan masyarakat/komunitas secara aktif dari analisis pemetaan masalah, potensi, dan kebutuhan dalam proses pemberdayaan. Pendekatan partisipatoris dipilih karena menempatkan masyarakat sebagai subjek, bukan objek, sehingga keputusan, solusi, dan inovasi yang dihasilkan benar-benar sesuai kebutuhan (Sari *et al.*, 2022). Melalui pelibatan langsung, masyarakat memiliki rasa kepemilikan yang dapat meningkatkan motivasi, komitmen, dan keberlanjutan program (Hanifah *et al.*, 2024). Berdasarkan hasil analisis pemetaan masalah dalam Wedang Rojo, maka dapat diklasifikasikan menjadi dua, masalah utama yaitu:

1. Aspek Produksi

Perwakilan kelompok sadar wisata, PKK, dan perangkat desa mampu mengidentifikasi masalah utama dalam aspek produksi. Masalah tersebut diklasifikasikan dan disajikan dalam bentuk matriks berdasarkan masalah dan kebutuhan untuk *peningkatan kuantitas dan kualitas produk Wedang Rojo*.

Tabel 1. Analisis Masalah Aspek Produksi

Komponen Analisis	Kondisi Eksisting		Akar Permasalahan	Dampak terhadap Usaha		Kebutuhan Prioritas	
Standarisasi Produksi	Proses memiliki tertulis; rasa konsisten batch.	belum memiliki SOP variasi tidak antar	Minim pengetahuan teknis pangan; proses berbasis pengalaman; tidak ada alat ukur presisi.	Kualitas stabil; memenuhi standar potensi komplain.	tidak sulit ritel;	Penyusunan SOP; pelatihan formulasi; penyediaan alat ukur presisi sederhana.	
Higienitas & Keamanan Pangan	Pengeringan & pengemasan belum standar; peralatan bercampur kebutuhan rumah tangga.		Minim pengetahuan sanitasi pangan; belum ada ruang produksi khusus.	Risiko kontaminasi; sulit mengurus P-IRT.		Pelatihan sanitasi & <i>Good Manufacturing Practice</i> (GMP; penataan ruang produksi; checklist kebersihan.	
Legalitas Produksi	Belum memiliki P-IRT atau izin edar.		Kurang informasi prosedur; kekhawatiran biaya/administrasi.	Produk tidak masuk pasar resmi & marketplace besar.		Pendampingan persiapan dalam P-IRT; penyusunan dokumen & uji lab.	
Manajemen Produksi & Kapasitas Tim	Pembagian tugas belum jelas; produksi hanya dikerjakan beberapa orang.		Minim pelatihan manajerial; budaya kerja belum terarah pada UMKM.	Beban kerja tidak merata; produksi tidak berkelanjutan.		Penguatan struktur organisasi; pelatihan kerja tim; alur produksi terjadwal.	

2. Aspek Pemasaran

Berdasarkan hasil diskusi bersama dari berbagai partisipan, maka masyarakat secara sadar mampu mengidentifikasi masalah aspek pemasaran berdasarkan hasil fasilitator memfasilitasi diskusi. Masyarakat menyadari bahwa diskusi ini akan dapat meningkatkan kemampuan merancang strategi pemasaran. Berikut disajikan matriks kebutuhan untuk kemampuan rancangan strategi pemasaran:

Tabel 2. Peningkatan Rancangan Strategi Pemasaran Wedang Rojo Omah Pang

Komponen Analisis	Kondisi Eksisting		Akar Permasalahan	Dampak Terhadap Pemasaran		Kebutuhan Prioritas	
Branding & Storytelling Produk	Identitas sederhana; manfaat kuat.	visual narasi belum	Minim pemahaman brand storytelling; tidak ada referensi profesional.	Produk menonjol; kepercayaan konsumen.	tidak kurang	Rebranding; penyusunan narasi ilmiah manfaat rempah; brand guideline.	

Kemasan & Informasi Produk	Kemasan kurang menarik; belum mencantumkan komposisi & info wajib.	Tidak mengetahui standar BPOM/PRT; keterbatasan akses desain.	Tidak kompetitif di pasar digital; informasi produk tidak jelas.	Desain ulang kemasan; penyusunan label sesuai regulasi pangan.
Pemasaran Digital	Media sosial tidak konsisten; konten kurang menarik; tidak ada strategi unggah.	Minim literasi digital marketing; tidak ada <i>template</i> konten.	Jangkauan pasar kecil; ketergantungan acara offline.	Pelatihan digital marketing; pembuatan kalender konten; <i>template</i> visual.
Manajemen Keuangan untuk Strategi Harga	Tidak ada pencatatan keuangan; penentuan harga tidak berbasis HPP.	Tidak paham pembukuan; minim pelatihan keuangan UMKM.	Harga tidak kompetitif; margin tidak jelas; strategi pemasaran lemah.	Pelatihan pembukuan; penyusunan HPP; strategi harga berbasis data.

3. Pengentasan Masalah Berbasis Kebutuhan Komunitas Pengembang Wedang Rojo

Implementasi strategi dalam pemberdayaan dilaksanakan berdasarkan prioritas masalah dan kebutuhan komunitas, yaitu aspek produksi dan pemasaran.

Aspek Produksi

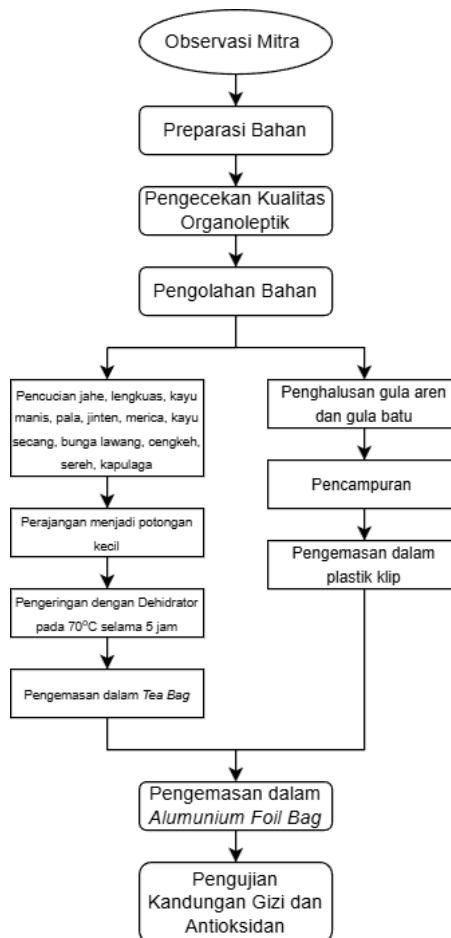
Dalam praktik penanganan masalah produksi, tim berhasil melaksanakan transformasi proses pembuatan Wedang Rojo dari tradisional dan intuitif, menjadi terstandarisasi dan higienis melalui reformulasi Edang Rojo Omah Pang. Beberapa indikator tercapainya penanganan masalah dalam aspek produksi, yaitu:

1. Adanya Standarisasi Proses dan Peningkatan Kualitas
Melalui uji laboratorium, maka didapatkan formula yang pas dan terstandar berdasarkan kajian ilmiah.

Tabel 3. Reformulasi Wedang Rojo Omah Pang

No.	Nama Bahan	Jumlah	No.	Nama Bahan	Jumlah
1.	Jahe	3,2 gram	8.	Bunga Lawang	0,5 gram
2.	Lengkuas	1,5 gram	9.	Cengkeh	0,5 gram
3.	Kayu Manis	3,4 gram	10.	Sereh	1,5 gram
4.	Pala	0,25 gram	11.	Kapulaga	0,25 gram
5.	Jinten	0,5 gram	12.	Gula Aren	2 gram
6.	Merica	0,8 gram	13.	Gula Batu	2 gram
7.	Kayu Secang	3 gram	14.	Air Panas	200 mL

Reformulasi tersebut diperoleh melalui tahapan uji laboratorium dengan tahapan sebagai berikut:



Gambar 2. Reformulasi Wedang Rojo Omah Pang

Berdasarkan Gambar 2 di atas, maka dapat dijelaskan Tahap Pembuatan Wedang Rojo Omah, yaitu sebagai berikut:

1. **Observasi Mitra**
Tahap awal berfokus pada pemahaman langsung kondisi mitra untuk mengidentifikasi masalah produksi, potensi bahan baku, dan kemampuan manajemen. Hasil observasi ini menjadi dasar penentuan strategi pengolahan dan pengembangan produk.
2. **Preparasi Bahan**
Tahap ini meliputi penyiapan seluruh bahan baku yang akan digunakan, seperti jahe, lengkuas, kayu manis, jinten, pala, merica, kayu secang, bunga lawang, cengkeh, sereh, kapulaga, serta gula aren dan gula batu. Bahan-bahan dipilih dengan memperhatikan kualitas dan kebersihannya agar hasil produk memiliki mutu yang baik.
3. **Pengecekan Kualitas Organoleptik**
Pada tahap ini dilakukan pengecekan organoleptik guna menilai karakteristik warna, aroma, rasa, dan tekstur dari bahan baku. Bahan baku yang akan digunakan harus dipastikan kelayakan dan kesesuaiannya dengan standar kualitas sebelum diproses.
4. **Pengolahan Bahan**
 - a. **Pencucian rempah – rempah**
Langkah awal pengolahan adalah membersihkan seluruh rempah (jahe, lengkuas, kayu manis, jinten, pala, merica, kayu secang, bunga lawang, cengkeh, sereh, kapulaga) dengan

air layak konsumsi untuk menghilangkan tanah, debu, dan bahan pencemar lain yang dapat menurunkan mutu serta membahayakan keamanan pangan.

- b. Perajangan menjadi potongan kecil
Setelah dibersihkan, rempah-rempah dipotong menjadi ukuran kecil untuk mempercepat dan meratakan proses pengeringan. Potongan yang lebih kecil juga meningkatkan luas permukaan sehingga komponen aktif lebih mudah terekstraksi saat diseduh.
 - c. Pengeringan dengan dehidrator pada suhu 70°C selama 5 jam
Potongan rempah selanjutnya dikeringkan menggunakan dehidrator pada suhu 70°C selama kurang lebih 5 jam. Tujuannya menurunkan kadar air ke tingkat aman untuk penyimpanan sambil mempertahankan aroma dan senyawa bioaktifnya.
 - d. Pengemasan dalam *tea bag*
Rempah kering yang sudah siap kemudian dimasukkan ke dalam kantong teh (*tea bag*) agar praktis digunakan oleh konsumen dan memberi nilai tambah dari segi kemudahan penyajian dan tampilan produk.
 - e. Pengemasan gula aren dan gula batu
Gula aren serta gula batu dihaluskan terlebih dahulu, lalu dikemas secara terpisah dalam plastik klip sebagai pelengkap penyajian. Pemisahan ini membantu menjaga stabilitas produk utama dan mengurangi risiko perubahan cita rasa akibat kelembapan.
 - f. Pengemasan dalam *aluminium foil bag*
Produk akhir, baik *tea bag* rempah maupun gula pelengkap, dikemas kembali menggunakan *aluminium foil bag*. Kemasan ini berfungsi melindungi produk dari cahaya, udara, dan kelembapan, sehingga kualitas aroma dan rasa tetap terjaga selama penyimpanan.
 - g. Pengujian kandungan gizi dan antioksidan
Tahap terakhir adalah pengujian laboratorium terhadap kandungan gizi dan aktivitas antioksidan produk. Hasil pengujian ini penting sebagai bukti ilmiah manfaat produk dan dasar penyusunan label gizi atau klaim kesehatan.
2. Peningkatan Kualitas Produk dan Keamanan Pangan
Untuk menjaga kualitas kontrol dan keamanan pangan, maka tim pengabdian melaksanakan uji laboratorium dengan sesuai SOP. Hasil dari reformulasi yang terstandar tersebut kemudian diuji kandungannya, sehingga selain aman untuk di konsumsi juga memastikan kandungan khasiat bahan rempah warisan juga tidak rusak dalam kemasan. Tahap selanjutnya standar proses yang sesuai SOP dilatih kepada penerima manfaat, yaitu ibu PKK dan pokdarwis Desa Nongkosawit.
 3. Membantu penyiapan Legalitas P-IRT
Selama ini mitra masih memproduksi Wedang Rojo secara tradisional dengan teknologi yang sederhana, sehingga untuk memperoleh izin P-IRT masih membutuhkan penyesuaian standarisasi proses dan produk. Melalui pemberdayaan ini, masyarakat teredukasi untuk menyiapkan legalitas P-IRT dengan berbagai berkasnya. Capaian ini membuka peluang Wedang Rojo untuk dapat dipasarkan secara legal di ritel modern dan *marketplace*.

Aspek Produksi

Adanya fasilitator dalam kegiatan masyarakat diharapkan mampu membangun visualisasi, narasi yang kuat, dan meningkatkan kapasitas digital. Adapun capaian tersebut tergambar melalui indikator berikut:

1. Adanya *rebranding* dan penguatan identitas merek
Proses *co-creation* dari mitra dan pengabdian mampu menciptakan *rebranding* yang kuat. Nama Wedang Rojo Omah Pang dikuatkan dengan logo yang memadukan ikon rempah dan budaya masyarakat. Narasi produk dibuat berdasarkan khasiat rempah berdasarkan referensi etnofarmakologi serta adanya unsur kesehatan dan kearifan lokal.





Gambar 3. Logo *Rebranding* Wedang Rojo Omah Pang

2. Inovasi desain kemasan dan label

Desain kemasan didesain ulang secara lengkap, mencakup *front label* yang *eye-catching*, *back label* yang informatif berisi komposisi, nilai gizi (*nutrition facts*), dan cara penyajian. Desain juga telah mengakomodir tempat untuk barcode dan QR Code yang terhubung ke halaman informasi produk. Penggunaan material ramah lingkungan seperti kertas kraft juga diusulkan sebagai wujud komitmen *green culture*.

3. Peningkatan kapasitas pemasaran digital

Melalui pelatihan dan pendampingan, mitra di edukasi untuk membuka peluang pasar secara masif dengan tidak hanya sekedar penjualan *offline*, tetapi juga online melalui media sosial. Untuk itu, mitra dilatih untuk membuat konten yang menarik untuk menstimulus pengguna *gadget* tertarik membeli produk.

4. Uji pasar dan respons konsumen

Diikutkannya produk Wedang Rojo dalam bazar kewirausahaan pada Expo Kewirausahaan FISIP UNNES menjadi pilot test yang menunjukkan respons sangat positif dari pengunjung. Formulasi Wedang Rojo Omah Pang mampu menarik perhatian, dan hasil uji coba menunjukkan bahwa konsumen menyukai rasa serta kualitas produk. Pada kegiatan tersebut, Wedang Rojo juga berhasil meraih hadiah dana pengembangan kewirausahaan sebagai bentuk apresiasi. Selain itu, produk ini turut diikutsertakan dalam ajang Desa Wisata Festival yang diselenggarakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan berhasil meraih Juara 2. Capaian-capaian tersebut menunjukkan bahwa Wedang Rojo memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan, dengan masukan konsumen sebagai catatan penting bagi penyempurnaan produk ke depan.



Gambar 4. (a) Expo di FISIP dan (b) Juara 2 Lomba Desa Wisata Se Kota Semarang

Integrasi Pendekatan *Green Culture* dan Kemitraan

Integrasi konsep *green culture* dan pendekatan kemitraan menjadi kunci kesuksesan dalam program ini. Beberapa indikator dari dua konsep tersebut, yaitu: (1) *green culture* sebagai pemberi nilai tambah, maksudnya tidak hanya bermakna ramah lingkungan, namun juga strategi diferensiasi produk. Narasi tentang rempah, keberlanjutan produksi, kemasan yang *ecofriendly* menjadi penguat *branding* Wedang Rojo Omah Pang. Autentifikasi produk tetap dipertahankan karena saat ini produk yang autentik, alami, dan ramah lingkungan banyak diminati oleh pasar (Octavini *et al.*, 2023). Selain itu, reformulasi yang dilakukan juga menjaga keaslian resep tradisional, sehingga nilai budaya tetap menjadi karakter utama dari produk Wedang Rojo Omah Pang. (2) Kemitraan sebagai pendorong keberlanjutan, adanya kemitraan yang berbagi peran berdasarkan kemampuan, PKK bertugas dalam aspek produksi, sementara pokdarwis berperan dalam aspek pemasaran.

Keterbukaan, keterlibatan mitra, dan dukungan dari lembaga desa mampu menjadi kunci sukses kemandirian dan keberlanjutan program pengabdian. Harapannya, ke depan melalui pelatihan dan pendampingan akan terbentuk *sense of belonging* dan keberlanjutan, sehingga produk mampu memperkuat Desa Nongkosawit sebagai desa wisata di Kota Semarang. Melalui program ini, menguatkan bahwa melalui komersialisasi warisan tradisi yang bertanggung jawab dan profesional bukanlah ancaman, melainkan sebuah strategi adaptasi agar bertahan di tengah derasnya perubahan dan teknologi. Dengan proses reformulasi dan standarisasi yang jelas tanpa menghilangkan unsur budaya, justru menjadi teknik untuk mendokumentasikan dan mewariskan budaya dengan lebih sistematis, terkodifikasi, dan mencegah dari kepunahan (Satria & Zalmi, 2025).

3. Capaian Pengabdian

Berdasarkan proses dan pelaksanaan pengabdian, didapatkan mitra mampu mengatasi masalah utama dalam menyelamatkan warisan budaya tak benda dalam bentuk Wedang Rojo Omah Pang. Dua unsur utama dalam kesuksesan penyelamatan tersebut terlihat dari ketercapaian pengabdian berdasarkan masalah mitra dalam memproduksi Wedang Rojo Omah yang tersaji dalam Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Ketercapaian Pengabdian Berdasarkan Masalah Mitra dalam Memproduksi Wedang Rojo

		Keterangan			
No.	Aspek	Sebelum Pengabdian		Sesudah Pengabdian	
		Tidak ada	Ada	Tidak Ada	Ada
Aspek Produksi					
1	Standarisasi proses produksi	V			V
2	Higienitas standar pangan	V			V
3	Administrasi pengurusan IRT	V			V
4	Tim produksi		V		V
Aspek Pemasaran					
1	Branding		V		V
2	Kemasan produk	V			V
3	Pemasaran		V		V
4	Harga dan HPP	V		V	
Presentase		62,5 %	37,5 %	12,5%	87,5%

4. Tantangan Implementasi Pemberdayaan Partisipatori Wedang Rojo Omah Pang

Pendekatan pemberdayaan merupakan pendekatan ideal untuk melaksanakan pemberdayaan, namun dalam implementasi pemberdayaan reformulasi Wedang Rojo Omah Pang mengalami berbagai tantangan yang perlu di atas. Berbagai tantangan dan strategi mengatasinya disajikan dalam Tabel 5 berikut:



Tabel 5. Tantangan Implementasi dan Strategi Mengatasinya

No.	Tantangan	Strategi Mengatasi
1	Tantangan Kultural dan Psikologi a. resistensi terhadap perubahan penggunaan teknologi dalam memproduksi Wedang Rojo b. lemahnya <i>mindset</i> dan perilaku kewirausahaan	Pendekatan komunikasi transformasional dengan tetap memperhatikan aspek kultural
2	Tantangan teknis dan Kapasitas a. terbatasnya infrastruktur produksi b. lemahnya kemampuan digital pemasaran	Pelatihan berjenjang dan berkelanjutan
3	Tantangan Kelembagaan a. pembagian jobdesk dan struktur organisasi yang belum jelas b. belum adanya regenerasi yang terencana	Pembentukan struktur organisasi yang jelas
4	Tantangan Ekonomi dan Pasar a. Keterbatasan modal b. bahan masih bergantung pada pasar c. distribusi masih bergantung pada pasar lokal	Pembentukan jejaring dan kemitraan kewirausahaan
5	Tantangan Regulasi dan Legalitas a. belum ada P-IRT b. lemahnya standar mutu	Pembentukan sistem pendampingan

5. Rencana Tindak Lanjut Pengembangan dan Pemasaran

Guna mencapai pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan, maka akan dilaksanakan berbagai program untuk meningkatkan kemandirian masyarakat. Berbagai program yang dimaksud, yaitu (1) pengembangan dan diversifikasi produk baru, (2) pengembangan kemasan, (3) penguatan kapasitas produksi dan kelembagaan, (4) strategi pemasaran terintegrasi kemitraan dan media teknologi, serta (5) pendampingan berkelanjutan. Program ini tentu tidak dapat dilaksanakan secara mandiri oleh tim pengabdian, tetapi untuk mencapai tujuan maka akan menggandeng berbagai mitra untuk menyukseskan program di beberapa tahun ke depan, sehingga pemberdayaan berjalan sesuai kebutuhan dan memunculkan *sense of belonging* dari masyarakat. Melalui pembedayaan warisan budaya tak benda Wedang Rojo Oman Pang, mari “Lestarkan warisan, berdayakan masyarakat, bangun masa depan”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program pengabdian dalam melakukan rekayasa formulasi Wedang Rojo pada masyarakat berbasis CBPR mampu meningkatkan kapasitas dalam memproduksi dan memasarkan Wedang Rojo Oman Pang secara profesional dan berdaya saing. Berdasarkan pelatihan reformulasi dengan standarisasi formula, penyusunan SOP produksi, *rebranding*, kemasan, dan pemasaran terbukti berhasil memberikan nilai tambah produk sekaligus memperkuat identitas lokal sebagai desa pariwisata. Rekayasa komunitas ini tidak hanya mampu memperluas peluang kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai upaya pelestarian pengetahuan herbal masyarakat. Melalui Kolaborasi antara akademisi, lembaga pemerintahan lokal, dan masyarakat menjadi faktor utama dalam keberlanjutan mereproduksi warisan budaya tak benda yang disebut Wedang Rojo Oman Pang. Pemodelan dalam pemberdayaan ini berpotensi dapat dijadikan sebagai rujukan dalam pemberdayaan masyarakat lain yang mempunyai komoditas lokal untuk keberdayaan ekonomi dan desa wisata secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andhika. (2020). *Mengenalkan Potensi Wisata—Suara Merdeka*.
<https://www.suaramerdeka.com/semarang-raja/pr-04125287/mengenalkan-potensi-wisata>
- Anjani, S. H. (2024). Membedah Kekuatan Storytelling dalam Pemasaran Digital. <https://feb.ugm.ac.id>.
<https://feb.ugm.ac.id/id/berita/5220-membedah-kekuatan-storytelling-dalam-pemasaran-digital>
- BPS. (2024). *Kecamatan Gunung Pati Dalam Angka 2024*.
<https://semarangkota.bps.go.id/id/publication/2024/09/26/4647fb719d98c86ee8d4d46b/kecamatan-gunung-pati-dalam-angka-2024.html>
- Danendra, F. T. A., Dewanto, P. K., Luptadika, M. F., & Yunus, A. (2024). Pengembangan Kapasitas Kelompok Masyarakat dalam Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Melalui Focus Group Discussion di Desa Gentungan, Mojogedang, Karanganyar. *Aktivita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://jurnal.uns.ac.id/aktivita/article/view/83888>
- Edelweis, D. C., & Sugiri, A. (2018). Evaluasi Tingkat Keberhasilan Program Desa Wisata Nongkosawit Kecamatan Gunungpati di Kota Semarang. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 7(2), 107–117. <https://doi.org/10.14710/tpwk.2018.20508>
- Fauzi, A., Putri, N. N., Nisa, A. C., Rohmah, A. Q., Daroja, F. Z., Ronan, H. A., Ningsih, I. S., Ainiyah, M., Fitri, V. A., & Shalsabila, S. (2023). Penguatan Masyarakat Literasi Melalui Komunitas Literasi “Karsa” dengan Pendekatan Community Based Participatory Research (CBPR). *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 163–176. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.163-176>.
- Hanifah, H., Perdana, B. C., Arvita, R., & Hariono, J. (2024). Membangun Keterlibatan dan Pemberdayaan Masyarakat, Komunitas Lingkungan untuk Kemajuan Desa. *Jurnal Ekonomi, Pendidikan dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 55-59.
- Impiansari, Y. A., & Larasati E. S. (2018). Analisis Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Nongkosawit Kota Semarang. *Journal of Management and Public Policy*, 7(4).
- Jadesta. (2024). *Peta Sebaran—Jejaring Desa Wisata*. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/sebaran>
- Mardesci, H., & Fitriani, D. (2025). Menakar Potensi dan Hambatan Industri Kelapa Sebagai Penguat Ketahanan Pangan Nasional: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 14(1), 27-44.
- Millah, R. I. S., Hanna, H., Zidane, A. M., & Gina, S. (2025). Penguatan Peran Sentral Posyandu untuk Pembentukan Generasi Sehat dan Cerdas Menggunakan Metode CBPR. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 6(5), 1-13.
- Rizky, R. (2021, September 16). *Omah Pang, Wisata Budaya di Kota Semarang yang Mendunia | Pariwisata Indonesia*. <https://pariwisataindonesia.id/budaya-dan-sejarah/omah-pang-wisata-budaya-di-kota-semarang-yang-mendunia/>
- Octavini, N. A., Supriyadi, E., Oktavia, N. T., Waidah, D. F., Fadli, K., Mendrofa, S. A., & Sutisna, A. J. (2023). *Pemasaran: Konsep Dan Praktik*. Kabupaten Majalengka (ID) : CV. Edupedia Publisher.
- Sari, I. F., Hidayati, D. A., Ratnasari, Y., & Habibah, S. (2022). Pendampingan Pemetaan Potensi Desa Dono Arum Berbasis Asset Based Community Development Guna Mewujudkan Desa Wisata Yang Berkarakter dan Smart Village. *Jurnal Abdi Insani*, 9(4), 1276-1286..
- Satria, R. Y., & Zalmi, F. N. H. Z. (2025). Transformasi Pengetahuan Tak Tertulis: Pendekatan Metaliterasi Dalam Dokumentasi Warisan Budaya Lisan Minangkabau. *Jurnal Al-Ma'arif: Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*, 5(1), 63-75.

