

# PENDAMPINGAN DIVERSIFIKASI PRODUK JAHE LATTE PADA UMKM UMZA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK HERBAL LOKAL

**M. Nur Dewi Kartikasari<sup>a,b,c,\*</sup>, Indhun Dyah Susanti<sup>a,c</sup>, Dian Eka Ermawati<sup>d,e</sup>, Sri Anggarini Parwatiningsih<sup>a</sup>**

<sup>a</sup>D3 Kebidanan Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret  
Jalan Kolonel Sutarto 150 K, Jebres, Surakarta, Indonesia

<sup>b</sup>S3 Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran Universitas Negeri Semarang  
Jalan Kelud Utara III No.15, Gajahmungkur, Semarang, Indonesia

<sup>c</sup>Halal Research and Services, Lembaga Penelitian Pengabdian Masyarakat, Universitas Sebelas Maret

Jalan Ir. Sutami 36 A, Kentingan, Surakarta, Indonesia

<sup>d</sup>D3 Farmasi Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret  
Jalan Kolonel Sutarto 150 K, Jebres, Surakarta, Indonesia

<sup>e</sup>Department of Public Health, Graduate School of Health Science, Kobe University, Japan  
7 Chome-10-2 Tomogaoka, Suma Ward, Kobe, Hyogo 654-0142, Japan

\*Corresponding author: [dewi1812@staff.uns.ac.id](mailto:dewi1812@staff.uns.ac.id)

Info Artikel	Abstrak
<p><b>DOI :</b> <a href="https://doi.org/10.26751/jai.v8i1.3182">https://doi.org/10.26751/jai.v8i1.3182</a></p> <p><b>Article history:</b> Received 2025-11-12 Revised 2026-03-04 Accepted 2026-04-28</p> <p><b>Keywords:</b> diversifikasi produk, jahe latte, pemberdayaan masyarakat.</p> <p><b>Keywords:</b> <i>community empowerment, ginger latte product diversification.</i></p>	<p>Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya inovasi dan legalitas usaha pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pangan berbasis bahan herbal di wilayah eks Karesidenan Surakarta. Tujuan kegiatan yaitu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mitra, kualitas produk serta kesiapan legalitas usaha melalui penerapan praktik produksi yang baik pada UMKM UmZa. Kegiatan dilakukan dalam bentuk pendampingan UMKM UmZa pada bulan September-November 2025 di tempat pemilik UMKM UmZa yaitu Jl. Hamzah, Dusun Gumpang, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Sasaran kegiatan yaitu pemilik UMKM UmZa yang membuat produk minuman berbahan herbal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dengan tahapan observasi, diskusi kelompok terarah, pelatihan diversifikasi produk, pelatihan <i>Good Manufacturing Practices</i>, pendampingan perizinan, inovasi kemasan, serta pelatihan digitalisasi pemasaran. Variabel yang dievaluasi meliputi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra, kualitas produk, serta kesiapan legalitas usaha. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara, kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan mitra sebesar 40%, penerapan praktik produksi yang higienis, pengembangan dua varian produk baru Jahe Latte, serta tersusunnya dokumen izin edar sesuai regulasi. Kegiatan ini disimpulkan berhasil meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM melalui integrasi inovasi produk, legalitas, dan digitalisasi. Pendampingan lanjutan disarankan untuk memperluas jangkauan pasar dan mendukung sertifikasi halal produk herbal lokal.</p> <p style="text-align: center;"><i>Abstract</i></p> <p><i>This community service activity is motivated by the still low innovation and legality of businesses in the herbal-based food Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector in the former Surakarta Residency area. The objective of the activity is to improve</i></p>

*partners' knowledge and skills regarding product quality and business legal-readiness through the implementation of good production practices in UmZa MSMEs. The activity was carried out as mentoring for UmZa MSMEs from September to November 2025 at the premises of UmZa MSME owners on Jl. Hamzah, Gumpang Hamlet, Kartasura District, Sukoharjo Regency. The target of the activity is UmZa MSME owners who make herbal beverage products. The implementation method uses a participatory approach with stages of observation, focus group discussions, product diversification training, Good Manufacturing Practices training, licensing assistance, packaging innovation, and marketing digitalization training. The variables evaluated include increasing partner knowledge and skills, product quality, and business legality readiness. Data were collected through questionnaires, observations, and interviews, then analyzed descriptively. Results showed a 40% increase in partner knowledge, implementation of hygienic production practices, development of two new Jahe Latte product variants, and preparation of distribution permit documents in accordance with regulations. This activity was concluded to have successfully increased the competitiveness and sustainability of MSMEs through the integration of product innovation, legality, and digitalization. Further mentoring is recommended to expand market reach and support halal certification of local herbal products.*

*This is an open-access article under the [CC BY-SA](#) license.*

## I. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor strategis yang menopang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, menjadikannya motor utama perekonomian berbasis rakyat (Kementerian Koordinator bidang Perekonomian, 2025). Di wilayah Surakarta dan sekitarnya, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi lokal yang memanfaatkan bahan baku alami dan potensi rempah Nusantara untuk menghasilkan produk pangan olahan. Namun, tantangan klasik seperti keterbatasan inovasi, minimnya diversifikasi produk, dan belum terpenuhinya legalitas izin edar masih menghambat daya saing pelaku usaha kecil di pasar domestik maupun global (Prayuda et al., 2024).

Transformasi ekonomi berbasis inovasi menjadi kebutuhan mendesak di era industri 4.0. UMKM tidak cukup hanya memproduksi barang konsumtif, tetapi dituntut untuk menghasilkan produk bernilai fungsional, sehat, dan memenuhi standar keamanan (Hastuti et al., 2025). Pergeseran perilaku konsumen yang kini lebih menyukai produk alami dan bernutrisi tinggi mendorong meningkatnya permintaan terhadap minuman

berbasis rempah, salah satunya jahe (*Zingiber officinale* Roscoe), yang dikenal memiliki efek antiinflamasi, antioksidan, dan imunostimulan (Setiawan et al., 2023). Produk seperti **Jahe Latte** menjadi simbol inovasi baru dalam pengolahan bahan herbal tradisional menjadi minuman modern yang menyehatkan sekaligus bernilai ekonomi tinggi (Yasni, 2018).

Pengembangan produk herbal seperti Jahe Latte di tingkat UMKM masih menghadapi berbagai kendala struktural. Hasil observasi di **UMKM UmZa** menunjukkan bahwa proses produksi masih dilakukan dengan metode tradisional menggunakan peralatan sederhana, manajemen keuangan belum sistematis, dan kapasitas produksi terbatas. Pada awalnya, UmZa hanya memproduksi minuman susu jelly drink, kemudian dilakukan pendampingan mitra dalam diversifikasi produk Jahe Latte. Jahe Latte juga terbatas hanya dipasarkan di sekitar Sukoharjo-Surakarta dan belum memiliki izin edar PIRT atau BPOM, sehingga sulit menembus pasar ritel modern maupun platform daring yang menuntut legalitas dan standar kualitas produk. Di sisi lain, variasi rasa dan bentuk kemasan masih minim, menyebabkan produk tidak tahan lama,

konsumen cepat jenuh, dan nilai jual produk kurang kompetitif.

Keterbatasan inovasi produk dan legalitas usaha menjadi faktor yang sering kali menurunkan kepercayaan konsumen dan mempersempit peluang ekspansi usaha (Masrukan, 2021). Di sisi lain, Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018, menjelaskan bahwa setiap produk pangan olahan wajib mencantumkan label berisi informasi komposisi, nilai gizi, dan identitas produsen sebagai bentuk perlindungan konsumen (BPOM, 2018). Rendahnya literasi hukum dan teknis pelaku UMKM menjadi akar masalah mengapa banyak produk lokal belum memiliki izin edar resmi (Nadhifah et al., 2023). Selain itu, rendahnya literasi digital menghambat adopsi teknologi pemasaran yang dapat memperluas jaringan distribusi (Fitriana et al., 2025).

Beberapa intervensi terdahulu menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berbasis **Participatory Action Research (PAR)** dapat meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikat halal, menyusun dokumen perizinan, dan memperbaiki manajemen usaha (Nadhifah et al., 2023); (Mundriyastutik et al., 2022). Program pelatihan digitalisasi dan inovasi produk juga terbukti meningkatkan omzet hingga 30% dan memperluas jangkauan pasar (Fitriana et al., 2025). Namun, sebagian besar kegiatan tersebut masih berfokus pada satu aspek secara terpisah, seperti inovasi produk atau legalitas usaha, tanpa mengintegrasikan inovasi produk, penerapan Good Manufacturing Practices (GMP), kesiapan legalitas, dan pemasaran digital dalam satu model pendampingan yang komprehensif, khususnya pada UMKM minuman herbal. Inilah yang menjadi **research gap** yang hendak dijawab oleh program pengabdian ini.

Kegiatan **“Diversifikasi dan Izin Edar Produk Jahe Latte di UMKM UmZa Surakarta”** dirancang untuk mengintegrasikan tiga komponen utama penguatan UMKM, yaitu **(1)** diversifikasi produk jahe menjadi minuman fungsional dengan varian rasa baru, **(2)** pendampingan

perizinan dan penyusunan label sesuai standar BPOM, serta **(3)** penguatan strategi pemasaran berbasis digital. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan inovasi teknis, tetapi juga memperkuat kapasitas kewirausahaan dan kesadaran regulatif pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan rekomendasi (GAPMMI, 2024) yang menekankan pentingnya inovasi berkelanjutan, keamanan pangan, dan digitalisasi usaha dalam menghadapi persaingan industri pangan global.

Kebaruan (*state of the art*) program ini terletak pada integrasi konsep *product diversification*, *regulatory empowerment*, dan *digital transformation* dalam satu model pendampingan berbasis riset dan praktik langsung. Beberapa studi sebelumnya menunjukkan pendekatan yang masih parsial. Ambar Wati et al. (2023) berfokus pada pelatihan inovasi produk tanpa disertai pendampingan legalitas dan pemasaran digital, sehingga keberlanjutan usaha masih terbatas. Sementara itu, Hastuti et al. (2025) menekankan penguatan pemasaran digital UMKM, namun belum diikuti dengan peningkatan kualitas produksi dan standar keamanan pangan. Studi lain juga menunjukkan bahwa pendampingan legalitas usaha sering dilakukan secara administratif tanpa integrasi dengan pengembangan produk dan strategi pemasaran.

Berbeda dengan pendekatan tersebut, program ini mengembangkan model pendampingan terpadu yang menggabungkan diversifikasi produk Jahe Latte, penerapan Good Manufacturing Practices (GMP), fasilitasi penyusunan dokumen izin edar, serta penguatan pemasaran digital dalam satu siklus kegiatan berbasis Participatory Action Research (PAR). Integrasi ini memungkinkan peningkatan kapasitas mitra secara simultan pada aspek produksi, mutu, legalitas, dan akses pasar. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesiapan usaha secara komprehensif dan berkelanjutan, khususnya pada UMKM minuman herbal berbasis bahan alami.

Secara konseptual, pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi mitra

UMKM, tetapi juga memiliki implikasi akademik terhadap pengembangan ilmu terapan di bidang **teknologi pangan, kewirausahaan sosial, dan promosi kesehatan berbasis produk herbal lokal**. Peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam inovasi produk jahe yang sehat dan legal mendukung pencapaian **Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs)**, khususnya pada aspek *decent work and economic growth* serta *industry, innovation, and infrastructure* (GAPMMI, 2024).

**Tujuan utama kegiatan pengabdian ini** yaitu meningkatkan kapasitas UMKM UmZa Surakarta dalam mengembangkan diversifikasi produk Jahe Latte yang inovatif dan legal, memperkuat penerapan standar keamanan pangan melalui pelatihan *Good Manufacturing Practices (GMP)*, serta mengoptimalkan digitalisasi pemasaran untuk memperluas jangkauan usaha dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar nasional maupun global.

## II. METODE PELAKSANAAN

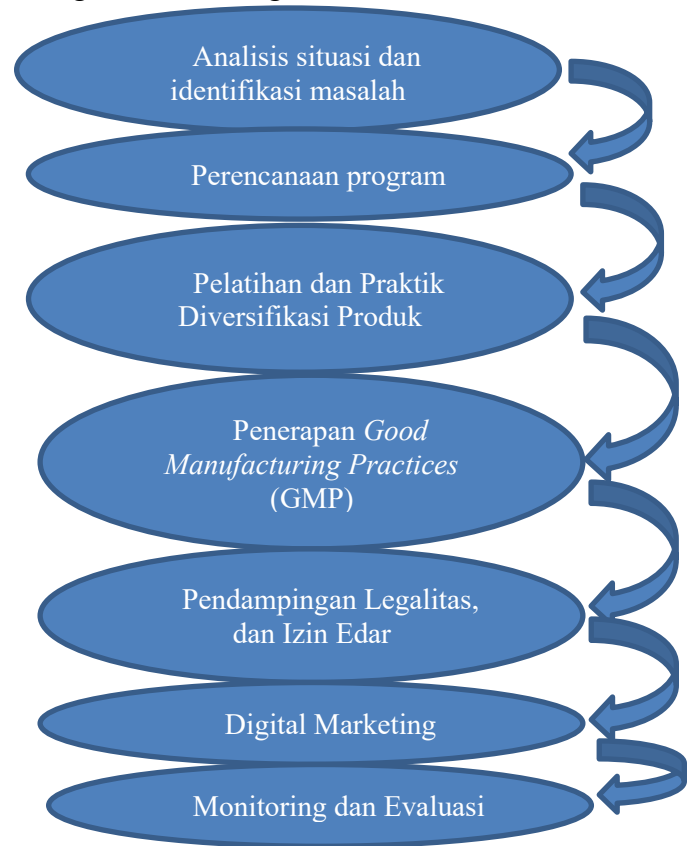
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan **Participatory Action Research (PAR)**, yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan solusi, implementasi, hingga evaluasi hasil (Nadhifah et al., 2023). Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan prinsip pemberdayaan berkelanjutan yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama pengembangan kapasitas usaha, bukan sekadar penerima manfaat. Kegiatan dilaksanakan pada bulan September–November 2025 di Jl. Hamzah, Dusun Gumpang, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah, dengan sasaran utama pemilik UMKM UmZa. Waktu pelaksanaan disesuaikan dengan kesiapan mitra dan ketersediaan fasilitas produksi agar kegiatan dapat berjalan efektif dan partisipatif.

Sasaran kegiatan adalah pemilik dan pengelola UMKM UmZa Surakarta, yang merupakan pelaku usaha di bidang produksi

minuman. Kriteria inklusi ditetapkan sebagai berikut:

1. UMKM aktif berproduksi minimal dua tahun.
2. Memiliki produk pangan olahan namun belum memiliki izin edar.
3. Memiliki kapasitas produksi rumahan dengan potensi peningkatan skala usaha.
4. Bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pendampingan dan evaluasi.

Tahapan kegiatan dilaksanakan saling terintegrasi sesuai diagram berikut :



**Diagram 1.** Tahapan Kegiatan

### A. Tahap 1. Analisis Situasi dan Identifikasi Masalah

Tim pelaksana melakukan observasi awal terhadap proses produksi, sarana prasarana, dan sistem distribusi yang telah berjalan di UMKM UmZa. Analisis dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha serta penilaian terhadap standar kebersihan dan dokumentasi proses produksi. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa produk Jahe Latte masih diproses secara manual tanpa

pencatatan batch produksi dan sanitasi alat yang memadai.

#### B. Tahap 2. Perencanaan Program

Berdasarkan hasil analisis situasi, disusun rencana pendampingan yang mencakup kegiatan pelatihan, penyediaan modul *Good Manufacturing Practices* (GMP), serta pendampingan teknis dalam formulasi produk baru.

#### C. Tahap 3. Pelatihan dan Praktik Diversifikasi Produk

Pelatihan dilaksanakan melalui metode *hands-on training* yang memungkinkan mitra berlatih langsung dalam proses produksi Jahe Latte. Materi pelatihan meliputi teknik formulasi, pengujian rasa, pengendalian suhu dan waktu perebusan, serta standarisasi ukuran bahan.

#### D. Tahap 4. Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP)

Penerapan GMP dilaksanakan sebagai upaya menjamin keamanan dan konsistensi mutu produk. Pelatihan meliputi aspek hygiene personal, sanitasi alat, kebersihan lingkungan, dokumentasi produksi, desain kemasan dan label produk. Kegiatan disertai simulasi praktik penerapan GMP di tempat produksi mitra.

#### E. Tahap 5. Pendampingan Legalitas, dan Izin Edar

Setelah pelatihan teknis, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan penyusunan dokumen izin edar produk. Tim membantu mitra menyusun profil usaha, diagram alir proses produksi, serta label kemasan sesuai ketentuan BPOM dan Dinas Kesehatan. Pendampingan juga mencakup simulasi pengisian formulir PIRT dan konsultasi dengan petugas dinas.

#### F. Tahap 6. Digital Marketing

Promosi produk secara online melalui media sosial untuk meningkatkan omset penjualan produk.

#### G. Tahap 7. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan 1 bulan setelah kegiatan untuk menilai konsistensi produksi dan kualitas produk, sedangkan evaluasi dilakukan melalui wawancara dengan mitra

terkait dampak terhadap omset, kapasitas produksi dan kesiapan legalitas usaha.

Alat yang digunakan meliputi blender, panci stainless, kompor gas, saringan halus, timbangan digital, dan botol food-grade bersegel 250 serta 500 ml.

Bahan utama terdiri atas jahe emprit segar, gula jawa pilihan, sereh, daun pandan, dan *non-dairy creamer*, serta air matang.

Efektivitas kegiatan dinilai menggunakan dua variabel utama:

1. Pengetahuan dan keterampilan mitra tentang inovasi produk, GMP, dan izin edar.
2. Kesiapan legalitas dan pemasaran digital.

Hasil pengukuran dilakukan pada awal dan akhir kegiatan untuk menilai peningkatan skor pengetahuan dan keterampilan mitra.

Instrumen yang digunakan yaitu kuesioner evaluasi pelatihan yang dikembangkan sesuai modifikasi instrument evaluasi Pelatihan Kewirausahaan UMKM oleh (Purba et al., 2025), dengan validitas kontruk  $>0,75$  dan reliabilitas Cronbach's 0,82. Selain itu, lembar observasi proses produksi dan pengemasan yang berisi 15 indikator penerapan GMP dan sanitasi lingkungan; serta format wawancara terstruktur untuk evaluasi persepsi dan pengalaman mitra setelah pelatihan.

Analisis data dilakukan secara **deskriptif kuantitatif dan kualitatif**, dengan membandingkan skor pengetahuan dan keterampilan sebelum dan sesudah pelatihan, serta menafsirkan perubahan perilaku kewirausahaan berdasarkan narasi hasil FGD dan evaluasi. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel dan narasi untuk menggambarkan peningkatan kapasitas mitra secara menyeluruh.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Diversifikasi Produk Jahe Latte Cair

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan selama tiga bulan dan melibatkan tim akademisi serta pelaku UMKM UmZa Surakarta. Tujuan utama

kegiatan adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra, kualitas produk serta kesiapan legalitas usaha melalui penerapan praktik produksi yang baik.

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Mitra.

Tabel 1. Perubahan pengetahuan dan ketrampilan *pre-post*

Variabel	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan (%)
Pengetahuan	63,4	88,9	40,3%
Keterampilan	68,5	92,0	34,3%

Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan peningkatan pada aspek pengetahuan dan keterampilan mitra terkait inovasi produk, *Good Manufacturing Practices (GMP)*, serta regulasi izin edar. Skor pengetahuan meningkat dari 63,4 sebelum pelatihan menjadi 88,9 setelah pelatihan (peningkatan 40,3%). Mitra juga menunjukkan peningkatan keterampilan praktik, ditunjukkan dengan kemampuan dalam memformulasikan varian produk baru dan menerapkan standar hygiene produksi secara lebih konsisten.

Keterampilan diversifikasi produk juga menunjukkan peningkatan berdasarkan hasil observasi praktik. Skor keterampilan meningkat dari 68,5 sebelum pelatihan menjadi 92,0 setelah pelatihan. Peningkatan ini tercermin pada kemampuan mitra dalam mengatur suhu perebusan secara tepat, menghasilkan konsistensi rasa yang lebih stabil, serta menerapkan teknik pengemasan menggunakan botol *food grade* bersegel sesuai standar hygiene produksi.



Gambar 1. Bahan baku Jahe Latte



Gambar 2. Pengolahan dan Penyaringan



Gambar 3. Pengemasan

2. Penerapan GMP

Tabel 2. Perubahan mitra pada aspek GMP

Indikator GMP	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan (%)
Kebersihan alat produksi	56,7	91,1	60,6%
Pencatatan bahan baku	48,2	87,5	81,5%
<b>Rerata kepatuhan GMP</b>	–	<b>90% memenuhi standar</b>	–

Setelah pelatihan, sebagian besar aspek sanitasi dan prosedur produksi telah memenuhi standar *Good Manufacturing Practices (GMP)* sederhana, dengan tingkat kepatuhan mencapai 90% berdasarkan lembar observasi. Peningkatan paling menonjol terlihat pada kebersihan alat produksi dan pencatatan bahan baku. Skor kebersihan alat meningkat dari 56,7 sebelum pelatihan menjadi 91,1 setelah pelatihan, sedangkan pencatatan bahan baku meningkat dari 48,2 menjadi 87,5.

3. Pendampingan Legalitas Produk.

Hasil pendampingan administrasi menunjukkan bahwa tim berhasil menyusun seluruh dokumen perizinan usaha termasuk profil UMKM, daftar bahan baku, diagram alir produksi, serta label kemasan sesuai format pengajuan. Produk Jahe Latte UmZa

sedang dalam proses verifikasi oleh pihak berwenang untuk mendapatkan P-IRT.

#### 4. Dampak Ekonomi dan Sosial.

**Tabel 3.** Perubahan omzet pada mitra

Indikator	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Peningkatan (%)
Omzet bulanan (Rp)	1.500.000	2.350.000	56,7%

Setelah satu bulan kegiatan berakhir, rata-rata omzet bulanan meningkat dari Rp1.500.000 menjadi Rp2.350.000. Kenaikan omzet sebesar 56,7% setelah pendampingan UmZa dapat dipengaruhi karena adanya faktor promosi. Produk telah diikuti dalam pameran produk hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat “Vokasivaganza” yang diselenggarakan oleh Sekolah Vokasi UNS dalam rangka Dies Natalis Sekolah Vokasi.



Gambar 4. Foto Produk dan Pameran Produk

Selain peningkatan ekonomi, aspek kepercayaan konsumen terhadap keamanan produk meningkat, tercermin dari permintaan untuk kerja sama distribusi di toko sekitar. Kegiatan ini juga memberikan efek sosial berupa peningkatan rasa percaya diri pelaku usaha perempuan dalam mengelola bisnis berbasis inovasi. Kegiatan ini mendorong mitra menjadi pelopor produk herbal lokal yang higienis, berlegalitas, dan bernilai ekonomi tinggi.

#### B. Pembahasan.

Peningkatan kemampuan mitra UMKM UmZa dalam aspek inovasi produk dan penerapan *Good Manufacturing Practices (GMP)* menunjukkan efektivitas pendekatan **Participatory Action Research (PAR)** yang digunakan dalam kegiatan ini. Model PAR

memungkinkan kolaborasi aktif antara akademisi dan pelaku usaha dalam merancang, menguji, dan mengevaluasi solusi yang kontekstual terhadap kebutuhan lapangan (Nadhifah et al., 2023). Hal ini sesuai dengan Ambar Wati et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis partisipatif dapat meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri peserta dalam mengembangkan produk baru. Keberhasilan mitra dalam mengembangkan varian Jahe Latte memperkuat bukti bahwa inovasi berbasis lokal dapat dihasilkan secara efektif melalui proses kolaboratif dan pembelajaran langsung di lapangan.

Diversifikasi produk yang dilakukan dalam kegiatan ini juga menunjukkan kesesuaian dengan teori inovasi produk UMKM sebagaimana diterangkan oleh L. Suparto, L.M. et al. (2025) bahwa inovasi merupakan variabel mediasi utama antara orientasi pasar dan daya saing usaha. Produk jahe latte yang dikembangkan memiliki nilai fungsional tinggi karena mengandung komponen bioaktif alami seperti gingerol dan shogaol yang berperan sebagai antioksidan dan imunostimulan (Setiawan et al., 2023). Penambahan bahan alami seperti pandan tidak hanya meningkatkan cita rasa, tetapi juga memperluas segmen pasar konsumen yang peduli kesehatan (*health-conscious consumers*), sebagaimana tren global yang dilaporkan oleh (GAPMMI, 2023).

Kegiatan pelatihan *Good Manufacturing Practices* terbukti meningkatkan kesadaran mitra terhadap pentingnya sanitasi dan higienitas dalam produksi pangan olahan. Sebelum intervensi, mitra belum memiliki sistem pencatatan produksi yang standar. Setelah pendampingan, 90% aspek sanitasi dan dokumentasi telah memenuhi kriteria GMP sederhana. Hasil ini sesuai dengan temuan Masrukan (2021) yang menjelaskan bahwa pembinaan teknis melalui pelatihan GFPP (*Good Food Production Practices*) dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap keamanan pangan dan mempercepat proses sertifikasi BPOM. Implementasi GMP sederhana di tingkat usaha rumahan menjadi langkah awal penting menuju standardisasi produk lokal yang siap bersaing di pasar modern.

Penerapan pelatihan legalitas usaha juga memberikan hasil yang signifikan. Sebelum kegiatan, mitra belum memahami prosedur administrasi perizinan seperti pengisian formulir PIRT dan penyusunan label pangan sesuai regulasi BPOM Nomor 31 Tahun 2018 (BPOM, 2018). Melalui pendampingan intensif, tim bersama mitra berhasil menyusun draf dokumen lengkap izin edar, termasuk desain label sesuai ketentuan nilai gizi dan komposisi bahan. Hasil ini juga sejalan dengan temuan Prayuda et al. (2024) yang menerangkan bahwa rendahnya literasi regulatif menjadi salah satu penyebab utama keterlambatan UMKM dalam memperoleh izin edar, sehingga program peningkatan kapasitas regulatif seperti ini memiliki nilai strategis bagi keberlanjutan usaha.

Selain itu, pelatihan digitalisasi pemasaran memberikan dampak nyata terhadap peningkatan omzet dan jangkauan pasar. Skor literasi digital meningkat secara signifikan dan tercatat peningkatan transaksi daring pasca pelatihan. Hasil ini mendukung studi Fitriana et al. (2025) yang menemukan bahwa pelatihan digitalisasi produk mampu meningkatkan omzet UMKM hingga 30% melalui optimalisasi media sosial dan *e-commerce*. Keterampilan digital menjadi aspek penting dalam era industri 4.0, di mana pemasaran berbasis konten dan *customer engagement* menentukan daya saing usaha kecil. Dalam konteks pengabdian ini, penerapan media sosial sebagai sarana promosi berperan sebagai katalis dalam memperkenalkan produk Jahe Latte ke pasar yang lebih luas dan membangun citra profesional UMKM lokal.

Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya terletak pada capaian ekonomi, tetapi juga pada perubahan paradigma kewirausahaan mitra. Sebelum kegiatan, pelaku usaha memandang inovasi produk dan legalitas sebagai hal terpisah; setelah kegiatan, keduanya dipahami sebagai komponen sinergis yang saling memperkuat. Temuan ini memperkuat pandangan Hastuti et al. (2025) bahwa keberlanjutan UMKM hanya dapat dicapai melalui integrasi inovasi, legalitas, dan digitalisasi. Model integratif yang diterapkan dalam kegiatan ini menjadi kebaruan (*novelty*) dibandingkan pengabdian

sebelumnya yang cenderung fokus pada satu aspek saja, misalnya pengolahan produk atau promosi digital tanpa pendampingan regulatif yang memadai.

Dari sisi pemberdayaan sosial, kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan rasa percaya diri dan kemandirian mitra dalam mengelola usaha. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian Nurmala et al. (2023) yang menunjukkan bahwa UMKM yang mendapat pendampingan intensif dari akademisi dan pemerintah cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan memiliki ketahanan ekonomi yang lebih baik saat menghadapi krisis. Pendekatan yang diterapkan juga mendukung prinsip *community-based development*, di mana pelaku usaha menjadi agen perubahan yang mampu menularkan keterampilan kepada anggota masyarakat lain di lingkungannya.

Implikasi ilmiah dari kegiatan ini terletak pada model integratif yang menggabungkan aspek **inovasi produk, legalitas usaha, dan digitalisasi** sebagai satu kesatuan strategi pemberdayaan UMKM. Model ini dapat direplikasi untuk pengembangan UMKM berbasis bahan alami lain seperti temulawak, kunyit, atau sereh. Secara praktis, hasil kegiatan memperkuat peran akademisi dalam hilirisasi riset terapan dan penguatan ekonomi masyarakat berbasis kearifan lokal. Dalam konteks keilmuan kebidanan dan promosi kesehatan, kegiatan ini juga relevan karena mendukung konsumsi pangan fungsional yang menyehatkan dan berpotensi mendukung gaya hidup sehat masyarakat.

Keterbatasan kegiatan ini terletak pada durasi pelaksanaan yang relatif singkat sehingga belum memungkinkan evaluasi jangka panjang terhadap keberlanjutan produksi dan penjualan. Selain itu, kegiatan belum mencakup uji laboratorium terhadap kandungan aktif dan stabilitas produk. Meski demikian, capaian kegiatan ini telah memberikan fondasi kuat bagi pengembangan lanjutan dengan skala mitra yang lebih luas dan periode pendampingan yang lebih panjang. Kegiatan lanjutan diperlukan untuk analisis kimia dan strategi pemasaran digital untuk memperluas pasar produk Jahe Latte UmZa secara nasional.

#### IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil mencapai tujuan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam meningkatkan kualitas produk serta kesiapan legalitas usaha melalui penerapan Good Manufacturing Practices (GMP) pada UMKM UmZa. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan, keterampilan produksi, dan kepatuhan terhadap standar hygiene serta pencatatan proses produksi. Selain itu, mitra berhasil mengembangkan produk Jahe Latte siap minum yang lebih inovatif dan telah mencapai tahap pengajuan izin edar. Kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan omzet usaha.

**Rekomendasi** untuk keberlanjutan program, disarankan: (1) mitra melakukan uji laboratorium produk untuk menjamin mutu dan keamanan pangan; (2) penguatan pemasaran digital melalui pengembangan toko daring; (3) pendampingan lanjutan terkait branding dan perluasan pasar; serta (4) monitoring jangka panjang untuk menilai keberlanjutan peningkatan kapasitas dan kinerja usaha.

#### V. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada UNS dan Sekolah Vokasi yang selalu memberikan dukungan pada setiap kegiatan. Terima kasih juga kami sampaikan kepada UMKM Umza yang bersedia menjadi mitra kegiatan atas kerja sama, partisipasi dan komitmen dalam pengembangan produk herbal lokal. Semoga hasil kegiatan ini memberikan manfaat berkelanjutan bagi mitra maupun masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ambar Wati, D., Elva Junita, D., Anggraini, N., Putri, R. D., & Yanti, R. (2023). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (Kwt) Ayu Tani Pekon Bulukarto Kabupaten Pringsewu Melalui Diversifikasi Olahan Berbasis Bayam Dan Jahe. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ungu (ABDI KE UNGU)*, 5(3), 212–218. <https://doi.org/10.30604/abdi.v5i3.1453>
- BPOM. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. *Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, 1–43.
- Fitriana, R., Fauziyatul H, N., Azrni, S., Naufal, M., Zahro, A., Astuti, D., & Mardiana, S. S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Digitalisasi dan Inovasi Produk. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 7(1), 2654–2544.
- GAPMMI. (2024). *Tantangan Industri Pangan 2024*. 19 Januari 2024.
- GAPMMI, S. (2023). *SIARAN PERS GAPMMI BERSAMA DITJEN INDUSTRI AGRO KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN PARTISIPASI INDUSTRI MAKANAN MINUMAN INDONESIA DI PAMERAN HANNOVER MESSE 2023*. [www.gapmmi.id](http://www.gapmmi.id).
- Hastuti, I., Sopingi, & Purnomo, S. (2025). PENGEMBANGAN KEMITRAAN MASYARAKAT UMKM WEDANG. *Prosiding Nasional "Label: Law, Accounting, Business, Economics*, xx(September), 540–546.
- Kementerian Koordinator bidang Perekonomian. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*. *SIARAN PERS HM.4.6/27/SET.M.EKON.3/01/2025*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- L Suparto LM, Nur, L. Z., Rusdian, B., & Hakim, A. (2025). Peran Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Sinergi Orientasi Pasar Dan Adopsi Teknologi Digital. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(2), 2025–2485.
- Masrukan. (2021). Diversifikasi Pangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Magelang Melalui Pendekatan Sanitasi dan Keamanan

- Pangan untuk Memperoleh Izin Edar Produk Makanan Masrukan. *Tekhnologi Pangan, UniversitasWidya Mataram*, 1–9.
- Mundriyastutik, Y., Rusnoto, R., Solikhati, A., Rahmawati, R. P., & Maryatin, M. (2022). Upskilling Masyarakat Dalam Pembuatan Minuman Herbal Binahong. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(2), 108–111. <https://doi.org/10.26751/jai.v4i2.1666>
- Nadhifah, T., Firmansyah, N. A., Syafiq, A. N., Islamiyah, N., & Listiyati, A. K. (2023). Penguatan Ekonomi Usaha Mikro Dan Kecil Melalui Sertifikat Halal “Self Declare.” *Jurnal Abdimas Indonesia*, 5(2), 106–113. <https://doi.org/10.26751/jai.v5i2.2238>
- Nurmala, N., Salmah, N. N. A., Darmawati, T. D., Oktariansyah, O., Hendri, E., Arafat, Y., & Saladin, H. (2023). INOVASI USAHA MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK, BAHAN BAKU DAN TEKNIK PRODUKSI PADA PRODUK MAKANAN RINGAN “Nd.Rizky’S.” *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 831–837. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.175>
- Prayuda, I. P. S. A., Basit, A., Zahari, Y. K., & Sakti, R. A. (2024). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2670–2683. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.528>
- Purba, A. T., Sitorus, A., Putri, H. R., & Manurung, S. N. K. (2025). Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital: Studi Kasus: Delair Bouquet. *Jurnal Studi Multidisipliner*, 9(5), 2118–7453.
- Setiawan, V., Krisnawan, A. H., & Indarini, I. (2023). Penguatan Usaha Mandiri Diversifikasi Produk Jahe melalui Penyuluhan Pemilihan Kemasan Pemasaran Digital dan Perizinan Produk. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(1), 319–328. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i1.2624>
- Yasni, S. (2018). Development technology of functional drinks made from ginger extracts as products model for developing small-medium enterprises. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 196(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/196/1/012017>