

Pelatihan Pembuatan Serbuk Jamu Instan sebagai Model Pemberdayaan UMKM di Kota Cimahi

Fahrauk Faramayuda^{1*}, Ari Sri Windyaswari¹

¹Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Indonesia

*Correspondence: fahrauk.faramayuda@lecture.unjani.ac.id

ABSTRACT

Many traditional herbal entrepreneurs in Indonesia face challenges in improving product quality due to limited technical skills and knowledge of medicinal plant processing. This community service program aimed to enhance the knowledge and skills of the herbal business community in Cimahi City through training on instant herbal powder production. The methods included lectures, hands-on practice, and evaluation through pre-tests and post-tests involving 37 participants. Data analysis was conducted by comparing the average scores of pre-tests and post-test, supported by field documentation. The results showed an increase in the average score from 6.05 to 6.41, or 5.8%. Participants also successfully produced instant herbal powder from ginger, turmeric, and kencur, with some products obtaining a simple distribution permit (SPP-IRT). Moreover, the training improved production capacity and boosted participants' confidence in marketing their products. Therefore, this training can be considered an effective initial intervention model to strengthen the competitiveness of local herbal MSMEs, which requires sustainability through further mentoring and modern marketing strategies.

Keywords: Diversification of products; Instant Herbal Powder; Jamu (traditional herbal medicine); Micro-Enterprises; Sales Improvement.

ABSTRAK

Banyak pelaku usaha jamu di Indonesia menghadapi kendala dalam meningkatkan kualitas produk akibat keterbatasan keterampilan teknis dan pengetahuan pengolahan tanaman obat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan komunitas usaha jamu di Kota Cimahi melalui pelatihan pembuatan serbuk instan. Metode pelaksanaan meliputi penyuluhan, praktik langsung, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test yang diikuti oleh 37 peserta. Analisis data dilakukan dengan membandingkan rata-rata skor pre-test dan post-test, disertai dokumentasi lapangan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan rata-rata skor dari 6,05 menjadi 6,41 atau sebesar 5,8%. Peserta juga berhasil menghasilkan produk serbuk instan berbahan jahe, kunyit, dan beras kencur, yang sebagian telah memperoleh izin edar sederhana berupa SPP-IRT. Selain itu, pelatihan berdampak pada peningkatan kapasitas produksi mitra serta kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk. Dengan demikian, pelatihan ini dapat dipandang sebagai model intervensi awal yang efektif untuk memperkuat daya saing UMKM jamu lokal, yang keberlanjutannya memerlukan dukungan pendampingan dan strategi pemasaran modern.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk; Jamu; Peningkatan Penjualan; Serbuk Instan; Usaha Mikro.

Copyright © 2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

1. Pendahuluan

Rendahnya pemanfaatan tanaman obat keluarga (TOGA) masih menjadi persoalan utama karena minimnya pengetahuan masyarakat mengenai teknik pengolahan. Kondisi ini menjadikan pelatihan sebagai langkah strategis untuk meningkatkan keterampilan dan

pemahaman dalam memanfaatkan TOGA secara lebih optimal (Fajriati et al., 2023). Jamu, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, memiliki potensi besar dalam bidang kesehatan dan ekonomi, terutama untuk memperkuat daya saing produk lokal di pasar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan jamu dapat membantu masyarakat mengoptimalkan sumber daya lokal melalui peningkatan keterampilan praktis (Unugiri et al., 2023). Yuliana et al. (2023) juga menegaskan pentingnya penguatan pengetahuan agar masyarakat mampu menghasilkan produk yang layak dipasarkan, sejalan dengan temuan Syahrudin et al. (2021) yang menekankan efektivitas edukasi berbasis praktik dalam meningkatkan keterampilan rumah tangga.

Dalam konteks ekonomi, inovasi memiliki peran penting untuk mendorong kinerja usaha, baik melalui diversifikasi produk maupun strategi pemasaran yang adaptif. Perubahan desain kemasan dan pendekatan pemasaran terbukti meningkatkan penjualan jamu dalam waktu singkat (Prabawa & Fitriani, 2020). Pemanfaatan media sosial juga menjadi sarana penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk jamu (Cahyanto & Janah, 2023; Ridzal et al., 2025). Sejumlah penelitian lain menunjukkan bahwa jahe, kunyit, dan temulawak mengandung senyawa yang dapat meningkatkan sistem imun, sehingga edukasi mengenai pengolahan jamu dari bahan tersebut memiliki manfaat besar (Kusumo et al., 2020).

Pelatihan jamu di berbagai komunitas terbukti memberikan hasil positif. Inovasi produk, misalnya pengolahan jamu menjadi es krim maupun kuliner lain yang mampu menarik minat konsumen karena lebih praktis dan menarik secara visual (Khoirunnisa et al., 2023; Widyowati et al., 2020). Pelatihan tersebut tidak hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga aspek keamanan pangan dan penggunaan bahan alami agar produk lebih berkualitas dan aman dikonsumsi (Firdaus et al., 2024). Pentingnya edukasi berbasis kearifan lokal juga ditekankan oleh Suciati et al. (2023), yang menunjukkan peran nilai budaya dalam memperkuat posisi jamu di pasar modern.

Selain keterampilan produksi, kemampuan pemasaran merupakan faktor kunci bagi keberlanjutan usaha jamu. Produk yang dikemas dengan menarik dan dipromosikan melalui media digital memiliki peluang lebih besar menjangkau konsumen (Pratiwi et al., 2023). Hal ini sejalan dengan Sari dan Irena (2022) yang menegaskan bahwa komunikasi visual melalui foto produk mampu meningkatkan nilai jual dan daya tarik konsumen.

Pengembangan industri jamu akan lebih cepat apabila didukung kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan masyarakat. Pendampingan yang terstruktur terbukti menumbuhkan kepercayaan diri masyarakat dalam memproduksi sekaligus memasarkan produk jamu (Yuliana et al., 2023). Sistem persediaan yang baik juga dapat mengurangi risiko kerugian akibat penumpukan atau kedaluwarsa bahan baku (Mustofa et al., 2024). Aisyah et al. (2022) menambahkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan berdampak pada peningkatan ekonomi lokal sekaligus pelestarian budaya.

Dalam konteks ini, pelatihan pembuatan serbuk instan menjadi penting, tidak hanya untuk mengajarkan teknik produksi yang higienis dan berkualitas, tetapi juga untuk menumbuhkan pemahaman mengenai standar mutu serta strategi pemasaran di era industri 4.0 (Wihartanti et al., 2021). Mensah, Oppong, dan Addae (2022) menunjukkan bahwa kemasan berperan penting dalam membentuk persepsi kualitas dan meningkatkan loyalitas merek, sehingga inovasi produk harus diiringi dengan strategi pengemasan yang tepat. Pandangan ini sejalan dengan Ramadhanti dan Ihsannudin (2022) yang menunjukkan bahwa pemahaman inovasi sangat krusial bagi UMKM, terutama yang masih menghadapi keterbatasan modal dan akses pasar.

Hasil berbagai pelatihan sebelumnya memperlihatkan adanya peningkatan keterampilan teknis sekaligus kepercayaan diri peserta dalam menjual produk mereka. Faktor lain yang turut mendorong daya saing adalah pengemasan dan penetapan merek yang lebih baik (Qeis et al., 2023). Selain berdampak pada peningkatan ekonomi, hal ini juga membantu menjaga keberlanjutan budaya jamu sebagai identitas masyarakat Indonesia (Juminawati et al., 2024). Mutmainah et al. (2020) menegaskan bahwa strategi inovatif diperlukan untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks, sedangkan Wijaya et al. (2025) menyoroti pentingnya dukungan berkelanjutan antara pelaku usaha, pemerintah, dan akademisi dalam membangun ekosistem UMKM jamu yang produktif.

Berdasarkan uraian di atas, rendahnya keterampilan UMKM dalam mengolah jamu menjadi serbuk instan menunjukkan adanya kebutuhan akan pelatihan yang terstruktur. Upaya ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha jamu di tingkat lokal. Pelatihan semacam ini sekaligus berfungsi sebagai model pemberdayaan masyarakat yang mampu mengintegrasikan aspek keterampilan teknis, inovasi produk, dan strategi pemasaran modern. Selain memperkuat posisi jamu sebagai warisan budaya, kegiatan ini juga memberikan kontribusi praktis dalam mendorong kemandirian ekonomi lokal serta menjadi referensi akademik bagi pengembangan program pengabdian serupa di berbagai daerah.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui teknik wawancara dan observasi untuk menggali pengalaman peserta serta menilai efektivitas program. Sebanyak 37 orang peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan yang mencakup penyuluhan, pemaparan materi, praktik pembuatan serbuk instan, serta evaluasi hasil melalui pre-test dan post-test.

Tahap awal berupa penyuluhan mengenai manfaat tanaman jamu dan standar mutu produk. Setelah pemaparan materi, peserta mengerjakan pre-test, kemudian post-test dengan soal yang sama untuk mengukur peningkatan pemahaman. Materi yang diberikan berfokus pada khasiat jahe, kunyit, dan beras kencur, termasuk dosis dan cara pengolahan yang aman.

Selanjutnya, peserta mengikuti praktik produksi di Paguyuban Jamu Manunggal Kota Cimahi. Mereka dilibatkan secara langsung dalam pembuatan serbuk instan dengan menggunakan peralatan sederhana seperti blender, kompor, saringan, dan timbangan. Bahan baku berupa jahe, kunyit, dan beras kencur dicuci bersih, kemudian dirajang dan dikeringkan dalam lemari pengering pada suhu 50°C selama tiga hari. Produk yang dihasilkan disimpan dalam wadah tertutup untuk menjaga kualitas dan mencegah kontaminasi. Tahapan persiapan bahan baku yang telah melalui proses pencucian, perajangan, dan pengeringan ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sampel Bahan Baku Serbuk Instan

Analisis data dilakukan dengan membandingkan rata-rata skor pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan pengetahuan peserta. Validitas data dijaga melalui triangulasi, yaitu dengan mengombinasikan hasil tes, wawancara, observasi, serta dokumentasi lapangan, sehingga kesimpulan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

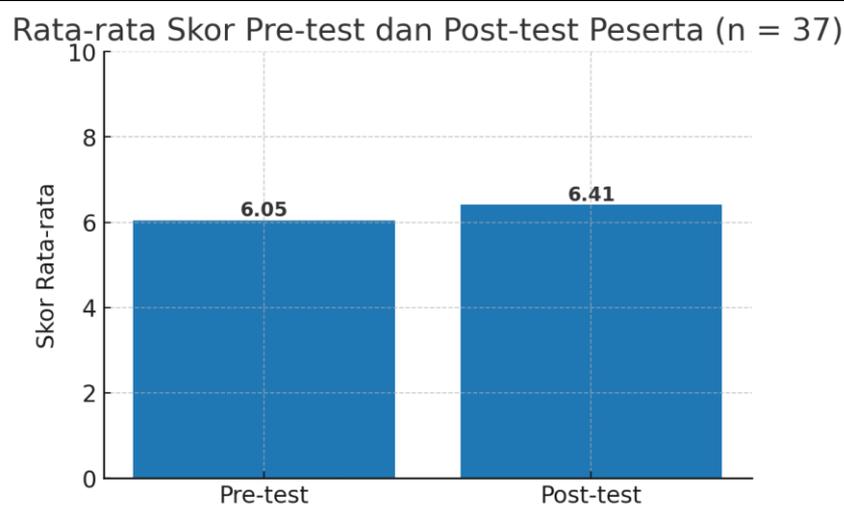
3. Hasil

Pelatihan pembuatan serbuk instan jamu diikuti oleh 37 peserta dan menghasilkan peningkatan pemahaman yang dapat dilihat dari skor pre-test dan post-test. Total skor pre-test adalah 224, sedangkan skor post-test meningkat menjadi 237. Rata-rata skor peserta naik dari 6,05 menjadi 6,41 atau meningkat sebesar 0,36 poin, setara dengan 5,8%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun peningkatan relatif kecil, pelatihan tetap memberikan dampak positif terhadap pengetahuan peserta mengenai khasiat bahan jamu serta teknik pembuatan serbuk instan.

Tabel 1. Rata-rata Skor Pre-test dan Post-test Peserta (n = 37)

Variabel	Pre-test	Post-test	Selisih	Peningkatan (%)
Skor rata-rata	6,05	6,41	+0,36	5,8%

Perbandingan rata-rata skor pre-test dan post-test juga divisualisasikan pada grafik berikut.



Gambar 2. Perbandingan Rata-rata Skor Pre-test dan Post-test Peserta (n = 37)

Gambar 2 memperlihatkan bahwa skor post-test lebih tinggi daripada pre-test, sehingga menegaskan adanya peningkatan pengetahuan peserta setelah pelatihan. Selain peningkatan pengetahuan, kegiatan pelatihan juga menghasilkan produk serbuk instan berbahan jahe, kunyit, dan beras kencur. Produk yang dibuat peserta disimpan dalam wadah tertutup untuk menjaga kualitas, dan sebagian telah memperoleh izin edar sederhana berupa SPP-IRT. Bukti produk yang dihasilkan beserta label dan sertifikat izin edar ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Produk serbuk instan dengan izin edar SPP-PIRT

Pelatihan ini juga memberikan pengalaman praktik langsung bagi peserta. Mereka terlibat aktif dalam setiap tahapan pembuatan serbuk instan, mulai dari pencucian bahan, perajangan, pengeringan, hingga pengemasan. Suasana kegiatan ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan serbuk instan jamu

Selain praktik produksi, kegiatan juga memberikan materi penyuluhan yang dibekali dengan handout berisi informasi khasiat dan cara pengolahan tanaman jamu. Antusiasme peserta saat mengikuti sesi pembelajaran dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Suasana pembelajaran peserta pelatihan pembuatan serbuk instan jamu

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman teknis, tetapi juga menghasilkan produk jamu instan yang berstandar izin edar, meningkatkan kapasitas produksi mitra, serta menumbuhkan kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk ke masyarakat, sehingga berkontribusi pada penguatan daya saing UMKM jamu di tingkat lokal.

4. Pembahasan

Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta sebesar 5,8% setelah mengikuti kegiatan. Walaupun peningkatan ini relatif kecil, temuan tersebut tetap penting karena mengindikasikan bahwa pelatihan singkat dapat memberikan dasar pengetahuan teknis tentang khasiat bahan jamu dan teknik pembuatan serbuk instan. Peningkatan yang terbatas kemungkinan disebabkan oleh faktor keterbatasan waktu pelatihan serta latar belakang pendidikan peserta yang beragam, sehingga pemahaman tidak merata. Kondisi ini sejalan dengan temuan Purwantisari et al. (2021) yang melaporkan pelatihan serupa meningkatkan keterampilan teknis, meskipun hasilnya dipengaruhi oleh durasi kegiatan. Dibandingkan dengan studi Ridawati dan Alsuhendra (2022) yang mencatat peningkatan hingga 10%, capaian di Cimahi masih lebih rendah, menunjukkan perlunya perbaikan strategi pembelajaran agar hasil lebih optimal.

Selain pada aspek pengetahuan, kegiatan ini juga berhasil menghasilkan produk jamu instan yang memenuhi standar keamanan pangan dan telah memperoleh izin edar SPP-IRT. Hal ini menjadi bukti bahwa pelatihan tidak hanya memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan pemahaman, tetapi juga capaian konkret berupa produk yang siap dipasarkan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Zafriana et al. (2024) yang menekankan pentingnya kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam menghasilkan produk inovatif yang berdaya saing.

Dari sisi pemasaran, pelatihan turut mendorong peserta memahami pentingnya pengemasan dan branding produk. Peserta tidak hanya belajar membuat serbuk instan, tetapi juga memahami bagaimana desain kemasan dan merek dagang dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Hasil ini sejalan dengan Qeis et al. (2023) yang menekankan bahwa kemasan dan branding merupakan faktor signifikan dalam memperkuat daya saing UMKM. Lebih jauh lagi, Firdaus et al. (2024) dan Ramadhanti et al. (2022) menegaskan bahwa inovasi produk yang dipadukan dengan strategi digital marketing dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik minat generasi muda terhadap jamu.

Temuan dari kegiatan ini juga mengungkap bahwa keberhasilan pelatihan tidak hanya diukur dari keterampilan teknis yang diperoleh, tetapi juga dari tumbuhnya kepercayaan diri peserta dalam memproduksi dan memasarkan produk mereka. Hal ini relevan dengan

rekomendasi Kamal et al. (2024) yang menekankan perlunya evaluasi berkelanjutan dan pendampingan pasca pelatihan agar masyarakat benar-benar mampu mempertahankan kualitas produksi dan konsistensi usaha.

Dengan demikian, pelatihan pembuatan serbuk instan jamu di Cimahi dapat dipandang sebagai model pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menghasilkan produk legal yang siap dipasarkan, memperkuat daya saing, dan mendorong keberlanjutan usaha jamu lokal. Implikasi praktis dari kegiatan ini adalah perlunya pendampingan lanjutan oleh pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan koperasi agar UMKM jamu memiliki akses pada permodalan, pasar, serta inovasi berkelanjutan. Dengan strategi tersebut, pelatihan jamu instan dapat berfungsi sebagai intervensi awal yang krusial untuk meningkatkan daya saing UMKM sekaligus melestarikan budaya jamu sebagai warisan bangsa.

5. Kesimpulan

Pelatihan pembuatan serbuk jamu instan pada komunitas usaha jamu di Kota Cimahi berhasil meningkatkan pengetahuan peserta sebesar 5,8% serta menghasilkan produk berbahan jahe, kunyit, dan beras kencur yang telah memperoleh izin edar sederhana (SPP-IRT). Kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada kapasitas produksi mitra dan kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk mereka. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan serbuk instan dapat dijadikan model pemberdayaan UMKM jamu yang efektif karena mampu mengintegrasikan aspek produksi, standar mutu, dan strategi pemasaran. Agar dampak pelatihan berkelanjutan, diperlukan pendampingan yang menekankan inovasi produk, branding, dan digital marketing sehingga jamu lokal tidak hanya bertahan di pasar daerah, tetapi juga berpotensi berkembang ke pasar yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Aisyah, S., Asfan, D. F., & Maflahah, I. (2022). Analisis strategi pengembangan jamu gendong di Kecamatan Blega Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 10(4), 482-490. <https://doi.org/10.24843/jrma.2022.v10.i04.p09>
- Cahyanto, I., & Janah, U. R. (2023). Transformasi home industry es krim parem jamu (ESEMMU) melalui pendampingan digital marketing pada era pandemi COVID-19 di Kelurahan Kadipaten Kabupaten Ponorogo. *Ngarsa Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 3(2), 147-160. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v3i2.332>
- Fajriati, D. R., Atika, N., Alfaraby, F. Z., Hilal, M. J., Beishori, M. H., & Abqoriya, R. (2023). Penyuluhan pembuatan beras kencur instan sebagai upaya menambah wawasan masyarakat Desa Bayem. *Abdi Implementasi Pancasila Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 11-15. <https://doi.org/10.35814/abdi.v3i1.4615>
- Firdaus, Z., Kusmayadi, C. T., & Setiawan, D. (2024). Pelatihan pembuatan jamu tradisional dengan teknik infused sebagai upaya peningkatan branding pada millennial. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(4), 438-446. <https://doi.org/10.59025/hqrf5v31>
- Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran terhadap daya saing UKM di pasar lokal: Studi pada industri kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i01.970>

- Kamal, M. A., Herawati, T., & Suhairiyah, S. (2024). Pemberdayaan kearifan lokal melalui workshop dan pelatihan pembuatan serbuk jamu sehat remaja khas Madura. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(9), 1423–1430. <https://doi.org/10.59837/06tbn797>
- Khoirunnisa, A. S., Saputra, A., Rahayu, S., & Hayati, M. (2023). Pelatihan pembuatan es krim jamu masyarakat Desa Lenteng Timur Kecamatan Lenteng, Sumenep. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(3), 427–431. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.1104>
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu tradisional Indonesia: Tingkatkan imunitas tubuh secara alami selama pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 465–471. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.465-471>
- Mensah, J., Oppong, P., & Addae, M. (2022). Effect of packaging on perceived quality and brand loyalty: The mediating role of brand association in over-the-counter market. *Open Journal of Business and Management*, 10(1), 297–313. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101018>
- Mustofa, B., Yohani, Y., Nur, A., & Triatmaja, M. F. (2024). Sistem persediaan produk jamu untuk meminimalisasi kadaluarsa dan optimalisasi persediaan pada UPTD Balai Pelayanan dan Saintifikasi Jamu Kota Pekalongan. *Jurnal Batikmu*, 3(2), 62–67. <https://doi.org/10.48144/batikmu.v3i2.1699>
- Mutmainah, I., Suharjo, B., Kirbrandoko, K., & Nurmalina, R. (2020). Orientasi pasar dan peran audit pemasaran dalam membangun kinerja dan daya saing perguruan tinggi swasta. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 298–307. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.001>
- Prabawa, H. W., & Fitriani, A. D. (2020). Mempertahankan eksistensi jamu tradisional melalui perubahan desain pengemasan dan pemasaran. *Dedikasi Community Service Reports*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.20961/dedikasi.v2i1.35848>
- Pratiwi, L. R., Putri, L. F., Wati, D. F., & Wulandari, R. (2023). Re-branding produk sebagai daya tarik pemasaran pada UMKM jamu di Dusun Kedurus Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Abdinus: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(2), 588–596. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i2.18748>
- Purwantisari, S., Jannah, S. N., Handayani, D., Yulianto, M. E., & Ardiansari, A. (2021). Produksi serbuk jamu instan dengan alat kristalisasi di UMKM Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang. *E-Dimas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(3), 527–532. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.7070>
- Qeis, M. I., Widati, E., & Gayatri, A. M. (2023). Penyuluhan dan pendampingan strategi pasar dan merek dagang untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kebumen. *Darma Cendekia*, 2(1), 58–67. <https://doi.org/10.60012/dc.v2i1.50>
- Ramadhanti, D. P. D., Karyati, Badia, M., Sari, D. R., Widiati, K. Y., & Karmini, K. (2022). Pemanfaatan tanaman agroforestri sebagai bahan baku jamu instan di Kelurahan Bukit Biru Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(2), 85–90. <https://doi.org/10.59025/js.v1i2.15>
- Ramadhanti, Y. C., & Ihsannudin, I. (2022). Model peningkatan daya saing UMKM minuman jamu tradisional di Kabupaten Pamekasan. *Agriscience*, 3(2), 283–306. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i2.15529>

- Ridawati, R., & Alsuhehndra, A. (2022). Pelatihan pembuatan minuman serbuk sari buah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 111–118.
- Ridzal, N. A., Sujana, I. W., Malik, E., Asrya, A., & Kirana, L. I. (2025). Digital marketing strategy to increase product selling prices. *Room of Civil Society Development*, 4(1), 56–66. <https://doi.org/10.59110/rcsd.476>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 210–218. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Suciati, S., Ekasari, W., Purwitasari, N., Oktarina, R. D., Tumewu, L., Andhiarto, Y., Putri, H. R., Purwanti, T., & Sudjarwo, S. (2023). Pelatihan pembuatan jamu pada siswa SMA di Kabupaten Banyuwangi sebagai upaya pelestarian budaya dan menanamkan enterprenuership. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 191–202. <https://doi.org/10.32815/jpm.v4i1.1333>
- Syahrudin, M. G. M., Pangesthi, L. T., Kristiastuti, D., Lutfiati, D., Dewi, R., & Ruhana, A. (2021). Edukasi dan pembuatan jamu instan berbasis home industry bagi masyarakat yang terkena dampak ekonomi dalam masa pandemik. *Abimanyu Journal of Community Engagement*, 2(2), 19–28. <https://doi.org/10.26740/abi.v2i2.12158>
- Unugiri, A., Faila, R. N., & Ningrum, I. K. (2023). Pemberdayaan PKK melalui pelatihan pembuatan jamu tradisional dengan mesin granulator di Desa Pomahan. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(5), 801–808. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i5.6367>
- Widyowati, R., Ekasari, W., Purwitasari, N., Widyawaruyanti, A., Sukardiman, S., & Wahyuningsih, I. (2020). Pelatihan pembuatan es krim herbal dan inovasi kemasan produk jamu di Dusun Kiringan-Jetis, Bantul, Yogyakarta. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.12928/jp.v4i1.1200>
- Wihartanti, L. V., Wibawa, R. P., Prasetyaningrum, I., & Isharijadi, I. (2021). Strategi pemasaran jamu di era industri 4.0. *D Edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 30–38. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v1i1.9580>
- Wijaya, A., Candra, V., & Sinaga, O. S. (2025). Penguatan bisnis digital dan literasi ekonomi hijau untuk pengembangan bisnis UMKM Berkah Relief Pematangsiantar. *Room of Civil Society Development*, 4(4), 575–587. <https://doi.org/10.59110/rcsd.665>
- Yuliana, M., Tauri, S. S., Utami, N., Kartika, C., & Arisandi, D. (2023). Pelatihan pembuatan jamu herbal jahe pada komunitas ibu PKH di Desa Sungai Pinang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 1044–1050. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i7.302>
- Zafriana, L., Nasution, A. H., Setiawati, E. M., Fatmawati, S., & Muryono, M. (2024). Pemberdayaan ekonomi lokal melalui pelatihan dan kolaborasi di Kampoeng Herbal Soerabaja. *Kontribusi Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 95–105. <https://doi.org/10.53624/kontribusi.v5i1.493>