

**INOVASI PRODUK “JAMUPRESSO” DAN PENGEMBANGAN
MANAJEMEN BISNIS UMKM MBOK KAMI MELALUI PENGABDIAN
KEMITRAAN**

**Cempaka Paramita¹, Ika Barokah Suryaningsih², Sumani³, Pramesi Lokaprasidha⁴,
Firjin Safira⁵**

^{1, 2, 3, 4, 5} Universitas Jember

Abstrak

UMKM Mbok Kami adalah UMKM lokal Jember yang memproduksi jamu tradisional dengan manajemen bisnis yang masih sederhana. Tujuan Program Pengabdian Kemitraan (PPK) oleh dosen Universitas Jember ini adalah untuk memberikan pendampingan dan pelatihan manajemen bisnis bidang operasi/produksi (inovasi proses produksi & produk), pemasaran (peningkatan promosi berbasis digital, service excellence, & penguatan branding), SDM (perbaikan SOP dan job description), keuangan (perbaikan laporan keuangan dan adopsi aplikasi financial technology), dan risiko (antisipasi persaingan, K3, dan kegagalan bisnis). Metode yang digunakan adalah participatory rural/urban appraisal. Program PPK ini dilaksanakan selama ± 6 bulan dengan hasil yaitu: peningkatan keberdayaan mitra pengabdian sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, peningkatan manajemen bisnis yang lebih profesional, dan inovasi produk “Jamupresso”. Melalui PPK ini, diharapkan agar UMKM Mbok Kami dapat bertahan di tengah persaingan dan semakin berkembang.

Kata kunci: Inovasi, Manajemen Bisnis, Pengabdian Kemitraan

Abstract

Mbok Kami is a local MSME located in Jember that produces traditional Jamu drinks. The aim of this Community Service Program conducted by the lecturers of the University of Jember is to help assist in developing the business management of Mbok Kami by providing various trainings, especially related to the management of operations/production (increasing product innovation), marketing (digital-based promotion, branding reinforcement, service excellence improvement), human resources (creating SOP and job description for the employee), finance (financial report and financial technology adoption), and risk (competition, HSE, and business failure anticipation). This program used the participatory rural/urban appraisal method. As a result of 6-month assistance, Mbok Kami has improved significantly in its business management and produced an innovative product named “Jamupresso”. It is hoped that Mbok Kami will keep growing and expanding their business in the competitive market.

Keywords: Business Management, Community Service, Innovation

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 berdampak negatif maupun positif pada berbagai sektor bisnis. Tidak sedikit bisnis atau usaha yang *collapse* terutama di sektor pariwisata, otomotif, penerbangan, konstruksi, & jasa keuangan. Namun, bisnis di bidang kesehatan (penyediaan obat, peralatan medis dan jasa layanan kesehatan), kuliner (makanan/minuman), serta *e-commerce*, & ICT (*Information, Communication, Technology*) adalah contoh beberapa sektor bisnis yang justru bertumbuh selama pandemi. Di Indonesia, bisnis tersebut banyak dirintis di level UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia (FN dan Rahmawati, 2019). Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya tingkat kompetisi bisnis membuat UMKM harus mampu mengadapai tantangan global, diantaranya melalui peningkatan inovasi dan kualitas produk & layanan, pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia), teknologi, serta perluasan cakupan geografis pemasaran (Sedyastuti, 2018).

Kebutuhan akan produk obat, makanan, & minuman kesehatan meningkat drastis sejak Covid-19 melanda dunia. Bisnis yang menjual produk minuman kesehatan, termasuk jamu, untuk menyembuhkan penyakit tertentu dan meningkatkan imunitas tubuh semakin menjamur di Indonesia dan menawarkan keuntungan yang cukup menjanjikan. Jamu adalah minuman herbal tradisional Indonesia, bisa dikategorikan juga sebagai obat, yang dibuat dari berbagai macam tumbuhan atau rempah-rempah (seperti jahe, kunyit, temulawak) yang berkhasiat untuk menjaga kesehatan tubuh (Army, 2018:2; Kusumo *et al.*, 2020). Jamu sebagai warisan leluhur sudah terbukti secara medis sebagai alternatif obat herbal tradisional yang aman dengan basis kearifan lokal yang kuat. Di tingkat nasional, merek-merek jamu cair siap minum, maupun jamu bubuk, jamu dalam bentuk tablet/pil/kapsul, dan jamu sirup sudah banyak diproduksi. Beberapa produsen jamu terkenal seperti Sidomuncul, Air Mancur, Jamu Jago, Mustika Ratu, Jamu Iboe, dan Jamu Borobudur adalah contoh perusahaan jamu modern eksistensinya masih kuat dan terus berkembang hingga saat ini, bahkan sudah memasarkan produk hingga ke mancanegara (citraindonesia.com, 2020).

Melihat fenomena positif dari perkembangan bisnis jamu, salah satu UMKM lokal level mikro yang mencoba peruntungan di bisnis tersebut adalah UMKM Mbok Kami yang merupakan usaha rumahan dengan produk utama yaitu jamu tradisional siap minum. Jamu diproduksi di dapur rumah pemilik yang berlokasi di Jalan Gajah Mada, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. UMKM ini dirintis oleh seorang ibu rumah tangga bernama Kamiyati pada tanggal 22 April 2020. Di masa awal berdirinya usaha, UMKM Mbok Kami masih belum konsisten dalam menjual produknya. Segmen konsumen utama UMKM Mbok Kami adalah warga Jember yang berdomisili di sekitar kota dengan mayoritas rentang usia dewasa dan remaja. Dalam mengembangkan bisnisnya, usaha tersebut juga menemui beberapa kendala yang berdampak pada rendahnya omset penjualan. Usaha ini didirikan untuk membantu perekonomian keluarga yang terkena dampak pandemi Covid 19. Dalam 1 bulan, omset yang didapat paling tinggi hanya 1,5-2 juta rupiah, sehingga laba bersih masih sangat kecil. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan, keahlian, dan pengalaman terutama terkait dengan manajemen bisnis profesional, selain karena adanya keterbatasan modal finansial dan penguasaan teknologi.



Gambar 1. Produk Jamu Mbok Kami
Sumber: data pribadi (2023)



Gambar 2. Instagram Mbok Kami
Sumber: <https://www.instagram.com/mbokkami.idn/> (2023)

Berkaitan dengan implementasi manajemen, masalah utama yang dihadapi UMKM Mbok Kami adalah sebagai berikut:

- a. Manajemen operasi/produksi: proses produksi masih dilakukan secara manual dan sederhana di dapur rumah. Meskipun pemilik sudah punya 5 karyawan, namun karyawan tersebut tidak bekerja setiap hari karena stok bahan baku juga terbatas sehingga kapasitas produksi masih rendah dan produk tidak bisa diproduksi harian dalam skala besar, hanya berdasarkan sistem pesanan. Bentuk produk adalah jamu siap minum dengan masa konsumsi maksimal 1 minggu jika disimpan di lemari pendingin. Ada 5 varian produk jamu yang ditawarkan yaitu: Temulawak, Moka Jahe, Beras Kencur, Kunir Asam, dan Kunci Sirih seperti yang ditampilkan di Gambar 1, yang dikemas dalam kemasan botol 250 ml, 500 ml, dan 600 ml dengan harga jual relatif terjangkau. Oleh karena itu, pemilik butuh melakukan inovasi pada produknya agar dapat dikonsumsi dalam jangka panjang.
- b. Manajemen pemasaran: selama ini, produk dijual secara daring melalui WhatsApp, Instagram atau IG (lihat Gambar 2), dan promosi mulut ke mulut (*word of mouth*) secara daring dan luring. UMKM Mbok Kami sudah memiliki akun media sosial IG dengan tampilan yang sudah cukup baik namun belum maksimal dimanfaatkan untuk menjual atau mempromosikan produk. Jumlah pengikutnya juga masih sangat sedikit. Dalam proses pengantaran produk ke konsumen, dilakukan melalui sepeda motor oleh kurir mandiri. Keterbatasan alat transportasi ini juga menghambat proses distribusi produk (sementara hanya menjangkau daerah Jember kota).

Branding memiliki peran penting dalam pemasaran (Price, 2010). *Branding* tidak hanya berkaitan dengan pemilihan merek produk (dalam bentuk nama, logo, dan desain) sebagai simbol identitas dan keunikan produk, tapi juga bagian dari pembentukan citra yang akan mempengaruhi keberhasilan dan menguatkan posisi produk di pasar (Bastos dan Levy, 2012) sehingga perlu menjadi perhatian utama dalam menjalankan bisnis. Berkaitan dengan *branding* produk, UMKM Mbok Kami masih perlu meningkatkan dan memperkuat posisi mereknya agar semakin komersil dan tertanam di benak konsumen. Pemilik sudah memiliki merek dan logo yang cukup komersil yaitu “Mbok Kami”. Logo produk bergambar kepala ibu berkonde atau “mbok” berwarna dasar hitam, mewakili citra untuk “mbok jamu”. Moto atau *tagline* produk juga sudah sesuai yaitu: “Unjuk’an Sehat Mbok Kami Ngaturaken” dan “Tansah Sehat Ngalawan Corona”. Meskipun nama merek, logo, dan *tagline* sudah cukup baik, namun kemasan botol masih sederhana. Informasi terkait produk di label kemasan juga belum lengkap. Pemilik usaha wajib memberikan informasi relevan tentang produk (bahan baku, cara konsumsi, masa kadaluarsa, dan efek samping). Oleh karena itu, penguatan *branding* sangatlah penting sehingga dibutuhkan suatu model *branding* yang inovatif dan komersil.

- c. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM): meskipun jumlah karyawan masih relatif sedikit, namun pembagian deskripsi pekerjaan antar karyawan masih belum jelas dengan jam kerja dan pembagian *shift* yang masih tumpang tindih. UMKM Mbok Kami juga belum memiliki SOP kerja yang baik dan profesional karena masih dikelola dengan prinsip kekeluargaan. Karyawan yang direkrut belum memiliki keahlian khusus dalam pembuatan produk jamu karena proses perekrutan hanya berdasarkan prinsip kekeluargaan dan kepercayaan. Oleh karena itu, perlu diberikan pemahaman khusus terkait pengelolaan SDM agar dapat meningkatkan loyalitas dan produktivitas mereka.
- d. Manajemen Keuangan: sistem pembukuan keuangan yang digunakan masih sederhana dan belum terkomputerisasi dengan baik. Jika sudah berafiliasi dengan Gojek dan Grab, konsumen dapat membeli secara daring dan memanfaatkan promosi atau diskon menarik sehingga dapat menstimulasi penjualan produk.
- e. Manajemen Risiko: menghadapi persaingan bisnis yang ketat dari usaha sejenis terutama di tengah tren bisnis jamu yang makin kompetitif. Jika tidak dapat mengantisipasi persaingan bisnis, kegagalan bisnis menjadi risiko utama yang dihadapi UMKM Mbok Kami. Selain itu, UMKM Mbok Kami juga perlu memperhatikan mengenai Keselamatan, Keamanan, dan Kesehatan (K3) para karyawannya terutama pada saat proses produksi.

Berbagai penjelasan mengenai analisis situasi dan masalah yang dihadapi UMKM Mbok Kami, maka UMKM tersebut sangat tepat untuk dijadikan mitra dalam Program Pengabdian Kemitraan (PPK) yang didanai dari hibah internal Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Jember. PPK merupakan program pengabdian masyarakat dengan bermitra atau bekerja sama dengan 3 jenis khalayak sasaran utama yang terdiri dari: (1) masyarakat yang produktif secara ekonomi, (2) masyarakat yang belum produktif secara ekonomi, namun memiliki keinginan kuat menjadi wirausahawan; dan (3) masyarakat yang tidak produktif secara ekonomi. UMKM Mbok Kami merupakan mitra dari industry/usaha rumah tangga yang produktif secara ekonomi. Melalui PPK, tim pengusul yang terdiri dari 4 orang dosen dan 2 orang mahasiswa Universitas Jember, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terjun langsung ke lapangan untuk

mendampingi UMKM Mbok Kami terutama dalam perbaikan manajemen operasi/produksi, pemasaran, SDM, keuangan, dan risiko.

2. METODE PELAKSANAAN

PPK ini menggunakan metode *Participatory Rural/Urban Appraisal* atau PRA/PUA yang merupakan metode partisipatif dengan keterlibatan penuh dengan mitra (Adimihardja dan Hikmat, 2003; Bhandari, 2003;). Metode ini dinilai tepat untuk digunakan karena memungkinkan pelaku atau pemilik bisnis dan karyawannya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan melalui kolaborasi dengan tim pelaksana pengabdian sebagai fasilitator dari pihak luar termasuk dalam kegiatan berbagi informasi dan pengetahuan, membuat perencanaan, sampai dengan tindakan nyata dalam pengembangan usaha (Nugraha *et al.*, 2024; Paramita *et al.*, 2022). Dengan adanya pendampingan bidang manajemen bisnis khususnya bidang operasi/produksi, keuangan, SDM, pemasaran, dan manajemen risiko untuk skala UMKM yang disesuaikan dengan kondisi UMKM tersebut, diharapkan dapat meningkatkan produktivitas serta kinerja perusahaan di tengah persaingan bisnis yang kian kompetitif. Pendampingan diberikan dalam bentuk bimbingan serta konsultasi tatap muka langsung dan tidak langsung (melalui telepon dan WhatsApp) secara intensif baik. Pelaksanaan PPK ini dilakukan oleh 4 (empat) orang dosen yang dibantu oleh 2 (dua) orang mahasiswa sebagai tenaga lapangan dan administratif. Dosen sebagai pendamping/*trainer*/konsultan memiliki kompetensi bidang manajemen bisnis. Sedangkan keterlibatan mahasiswa dalam PPK ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis guna mengaplikasikan teori, ilmu, dan konsep yang didapat selama kuliah. Pengalaman terjun ke lapangan akan memberikan bekal bagi mahasiswa untuk terjun di dunia bisnis profesional atau dunia kerja.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan proposal atau rencana kegiatan, PPK dengan mitra UMKM Mbok Kami Jember telah terlaksana dengan baik dan lancar, *in line* dengan beberapa target yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun serangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan sejak tahap awal/survei pendahuluan hingga \pm 6 bulan periode pengabdian adalah sebagai berikut:

3.1 Survei awal.

Survei awal di lokasi mitra dilaksanakan dengan bertemu langsung dengan mitra. Mitra menerima dengan baik tim dosen PPK dan merasa sangat senang karena bisa mendapat bantuan terkait pengembangan bisnisnya yang masih baru berdiri dalam skala UMKM. Dalam tahap survei ini, telah disepakati bersama terkait peran, hak/kewajiban/tanggung jawab dari masing-masing pihak dalam PPK.

3.2 Pendampingan dan pelatihan manajemen bisnis.

Tim PPK kemudian melakukan diskusi dan pelatihan dengan UMKM Mbok Kami yang fokus pada pengembangan bisnis UMKM tersebut terutama di bidang manajemen pemasaran, keuangan, operasi/produksi, SDM, dan risiko. Dalam FGD tersebut, tim PPK mengevaluasi perkembangan usaha UMKM Mbok Kami terutama terkait pengembangan kualitas produk dari segi rasa, kemasan, dan logo. Mitra tidak hanya bisa berkonsultasi secara langsung, tapi juga intensif melalui WhatsApp dan telepon. Adapun program konsultasi/pendampingan

manajemen bisnis (lihat Gambar 3) telah diimplementasikan dengan baik, lancar, dan intensif yang dapat diuraikan berikut ini:



Gambar 3. Pelatihan Bidang Manajemen Bisnis
Sumber: data pribadi (2023)

- a. Pelatihan manajemen operasi/produksi. Mitra mendapatkan pelatihan terkait pembuatan produk yang lebih tahan lama karena terdapat perbaikan pada proses produksi (lihat Gambar 4). Inovasi dilakukan dengan memproduksi jamu dalam bentuk bubuk yang kemudian diberi nama “Jamupresso” yang artinya adalah Jamu Ekspres cepat saji dalam bentuk jamu bubuk dan jamu seduh/jamu celup yang dapat dikonsumsi konsumen dengan praktis karena tinggal diseduh dengan air panas dan tetap aman, sehat, serta bisa dikonsumsi kapan saja karena dapat disimpan untuk periode konsumsi (masa kadaluarsa) yang lebih panjang. Kemasan produk juga akan menggunakan bahan ramah lingkungan (bahan kertas daur ulang/*eco-packaging*). Meskipun produk dalam bentuk bubuk, tidak mengurangi kualitas rasa dan gizi/nutrisi seperti vitamin atau zat-zat penting lain yang terkandung di dalamnya karena proses produksi dilakukan dengan peralatan khusus yang modern dengan teknologi terkini yang sederhana sehingga bisa diaplikasikan dengan mudah dan cepat oleh pemilik dan karyawan. Mitra juga diberikan bantuan berupa alat produksi utama yang terdiri dari kompor 2 tungku dan blender yang mempercepat proses produksi (lihat Gambar 5). Peralatan tersebut digunakan khusus untuk produksi jamu, sehingga tidak terganggu/bercampur dengan peralatan masak yang selama ini digunakan bersamaan dengan kegiatan pribadi pemilik. Untuk jamu siap minum, target selanjutnya adalah produksi harian rutin, tidak hanya berdasarkan pesanan, sehingga dapat dipasarkan melalui Grab Food dan Go Food atau dititipkan di beberapa tempat seperti kantin, restoran, toko obat/apotik sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Dalam jangka panjang, inovasi produk “Jamupresso” akan dipasarkan di *e-marketplace* seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, atau Lazada dan dapat dipasarkan di toko ritel (apotek/toko obat atau rumah makan) sehingga dapat menjangkau seluruh konsumen di Indonesia.

- b. Pelatihan manajemen pemasaran. Pelatihan ini dalam bentuk pelatihan *service excellence* untuk melayani konsumen melalui peningkatan kualitas layanan yang prima yaitu responsif, ramah, dan cepat. Pelatihan lainnya melalui peningkatan promosi berbasis digital melalui pelatihan penggunaan atau adopsi teknologi informasi menggunakan media sosial, khususnya WhatsApp & Instagram, dengan memperbaiki tampilan/*layouting*, konten, interaksi, dan informasi yang diberikan pada konsumen; perbaikan serta penguatan *branding*. *Service excellence* atau pelayanan prima adalah upaya yang diimplementasikan oleh perusahaan/organisasi dalam memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan (Gusmelia *et al.*, 2022). Pelatihan ini diberikan dalam bentuk pemberian materi dan praktek. Setelah diberi pelatihan, mitra dapat lebih memahami pentingnya pelayanan ramah, cepat, tanggap, dan berorientasi hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Peningkatan promosi dilakukan dengan pelatihan membuat konten-konten komersil terkait produk dan layanan terutama dengan memanfaatkan Instagram dan WhatsApp. Promosi berbasis digital ini sesuai dengan perkembangan teknologi terkini yang memudahkan aktivitas pemasaran bisnis. Adanya perbaikan *branding* terutama pada kemasan dan merek agar produk menjadi lebih inovatif. UMKM Mbok Kami sekarang telah memiliki kemasan dan logo produk baru (lihat Gambar 8) yang lebih menarik dan komersil. Kemasan ini sangat penting untuk memicu penjualan produk karena selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan juga sebagai media informasi, media untuk promosi, dan penarik minat pembeli (Juniawan *et al.*, 2022). *Positioning* produk juga menjadi lebih kuat dengan *tagline* yang digunakan adalah “Unju’an Sehat, Sehat bersama Mbok Kami”. Proses promosi menjadi semakin gencar dan terarah dan memperluas pasar ke level institusi/lembaga dengan jumlah pembalian yang banyak, tidak hanya menasar konsumen individual yang pembeliannya relatif terbatas. Adapun tampilan baru produk dan kegiatan promosi dapat dilihat di Gambar 6 dan 7.



Gambar 4. Perbaikan Proses Produksi Jamu Mbok Kami
Sumber: data pribadi (2023)

- c. Pelatihan manajemen keuangan dilakukan melalui peningkatan pengetahuan terkait administrasi pembukuan dan pelaporan keuangan sederhana, khususnya melalui aplikasi Microsoft Excel untuk pengelolaan jangka pendek, menengah, dan panjang. Selain itu, UMKM Mbok Kami juga diberikan pelatihan terkait *financial technology*

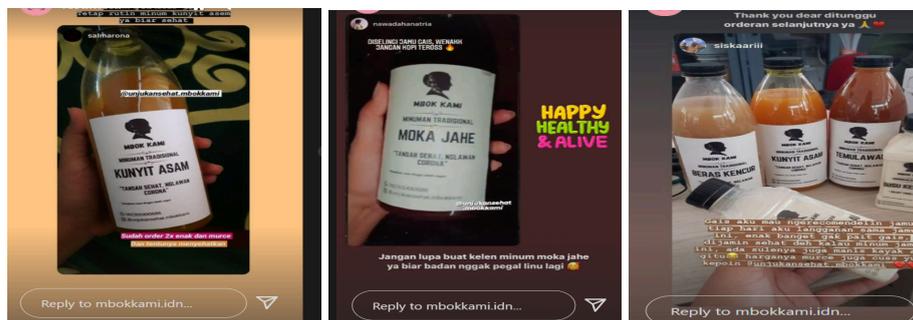
atau *fintech*. Penguasaan *fintech* sangat penting bagi perkembangan bisnis mengingat bahwa transaksi keuangan berbasis digital semakin berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Adopsi *fintech* yang merupakan penggunaan berbagai aplikasi komputer dan teknologi berbasis digital dalam jasa/layanan keuangan (Sangwan *et al.*, 2020) dilakukan sesuai kemampuan mitra. Setelah diberikan pelatihan, mitra kemudian menggunakan komputer/laptop untuk menyimpan laporan keuangan usaha. Pembayaran juga dapat dilakukan secara transfer melalui rekening bank dan berencana untuk mengadopsi QRIS sebagai media pembayaran non-tunai.



Gambar 5. Penyerahan Bantuan Alat Produksi Berupa Kompor & Blender
Sumber: data pribadi (2023)



Gambar 6. Tampilan Produk Dengan Kemasan Baru
Sumber: data pribadi (2023)



Gambar 7. Tagline Promosi pada Media Sosial UMKM Mbok Kami
Sumber: Data Pribadi (2023)

- d. Pelatihan manajemen SDM. Pelatihan SDM terkait bagaimana mengatur *shift* atau jadwal dan pembagian kerja para karyawan berdasarkan *Standard Operating Procedure/SOP* kerja yang baik. UMKM Mbok Kami sekarang telah memiliki SOP khusus dan tertulis terkait jam kerja dan *job description* karyawan yang tentunya mempermudah proses produksi dan proses bisnis lainnya. Pengelolaan SDM secara profesional harus dilakukan sedini mungkin agar dalam jangka panjang mitra dapat memberdayakan karyawannya dengan baik untuk kemajuan bisnis.
- e. Pelatihan manajemen risiko. Pelatihan ini adalah pelatihan terkait protokol kesehatan (pemilik dan karyawan wajib menggunakan masker selama proses produksi dan ketika berinteraksi dengan konsumen; penyediaan tempat cuci tangan yang memadai dilengkapi dengan sabun, lap, & *hand sanitizer*; menggunakan sarung tangan khusus untuk kegiatan produksi tertentu), dan rencana diversifikasi produk agar tidak kalah saing dengan kompetitor. Selain itu, tim PPK juga memberikan materi pelatihan terkait K3 standar. Mengacu pada Monoarfa dan Miolo (2022), salah satu sistem manajemen K3 adalah upaya terpadu untuk mengelola resiko yang ada di dalam aktivitas organisasi/perusahaan yang berpotensi mengakibatkan cedera pada manusia serta kerusakan atau gangguan terhadap manajemen bisnis. Oleh karena itu, pelatihan K3 ini sangatlah relevan sebagai implementasi dari manajemen risiko.

Berbagai pelatihan telah diberikan oleh tim PPK sesuai dengan kompetensi masing-masing. Dosen terutama bertindak sebagai fasilitator, *trainer*, dan konsultan bisnis sedangkan mahasiswa bertindak sebagai fasilitator teknis yang bertugas berkaitan dengan hal-hal administratif dan teknis selama kegiatan pengabdian berlangsung (desain dan pemasangan spanduk, pemesanan dan pengaturan konsumsi, pembuatan foto dan video kegiatan, administrasi kelengkapan laporan akhir dan laporan keuangan).

4. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan dari hasil kegiatan PPK yang telah dijalankan di UMKM Mbok Kami, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat dengan skema pengabdian kemitraan ini telah berjalan dengan baik, lancar, dan kondusif sesuai dengan target kegiatan. Selama pelaksanaan kegiatan, relatif tidak ditemukan hambatan maupun kendala yang berarti. Tim PPK dari dosen dan mahasiswa serta pemilik dan karyawan dari UMKM Mbok Kami sangat antusias dan kooperatif terhadap setiap kegiatan dalam PPK tersebut. Berbagai program yang dilaksanakan berikut bantuan beberapa alat produksi sangat bermanfaat bagi perkembangan usaha mitra sehingga bisnisnya menjadi lebih baik dari sisi manajemen operasi/produksi, pemasaran, keuangan, SDM, dan manajemen risiko. Melalui PPK ini, diharapkan agar UMKM Mbok Kami dapat bertahan di tengah persaingan dan mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adimihardja, K., & Hikmat, I. H. (2003). *Participatory Research Appraisal: dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Army, R. (2018). *Jamu Ramuan Tradisional Kaya Manfaat*. Rawamangun: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Bastos, W., & Levy, S. J. (2012). A history of the concept of branding: practice and theory. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(3), 347-368.
- Bhandari, B. B. (2003). Participatory rural appraisal (PRA), Module 4. *Hayama, Kanagawa: Institute for Global Environmental Strategies (IGES)*.
- FN, A. A., & Rahmawati, L. (2019). Pendampingan Manajemen Keuangan Melalui Program Literasi Keuangan Kepada Komunitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang Terjerat Rentenir di Kabupaten Nganjuk. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 113-126.
- Gusmelia, I., Srimayarti, B. N., Wijayanto, T., Leonard, D., Harefa, W. L., Sari, W., & Ningsi, F. F. (2022). Pelatihan service excellence karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan di rsia mutiara bunda. *Jurnal Abdidas*, 3(3), 607-611.
<https://citraindonesia.com/ini-daftar-alamat-produsen-jamu-indonesia/> (diakses pada 24 Desember, 2024)
<https://www.instagram.com/mbokkami.idn/> (diakses pada 24 Desember, 2024)
- Juniawan, F. P., Sujono, S., Sylfania, D. Y., & Hamidah, H. (2023). Pembuatan Desain Kemasan Produk untuk Pemberdayaan Industri Rumah Tangga dengan Metode Participatory Learning and Action. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 11-20.
- 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 Traditional Indonesian Jamu: Natural Way to Boost Immune System During Pandemic. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4(2), 465-471.
- Monoarfa, V., & Miolo, R. N. B. (2022). Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) Menggunakan Metode HIRARC Pada UMKM Pabrik Tahu. *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 2(1), 1-6.
- Nugraha, K. S. W., Suryaningsih, I. B., Paramita, C., Wulandari, G. A., Destari, F., Cahyani, D. W., & Hafiyah, M. F. (2024). Cultural branding: Development of culture-based tourism village towards sustainable tourism. *Journal of Community Service and Empowerment*, 5(1), 173-181.
- Paramita, C., Destari, F., & Nugraha, K. S. W. (2022). Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan Manajemen Usaha Dalam Menghadapi Persaingan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 3(1), 159-165.
- Price, L. (2010). Psychological aspects of consumer behavior, paper presented at the PhD Seminar at the University of Arizona, Tucson, AZ, April 2.
- Sangwan, V., Prakash, P., & Singh, S. (2020). Financial technology: a review of extant literature. *Studies in Economics and Finance*, 37(1), 71-88.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.