Vol. 3 No. 4 (2024) - November, pp 438-446 https://doi.org/10.59025/hqrf5v31

Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

Pelatihan Pembuatan Jamu Tradisional dengan Teknik *Infused* sebagai Upaya Peningkatan Branding pada Millenial

Zahra Firdaus[1], Claresia Tsany Kusmayadi[1], Deny Setiawan[1]
[1]*Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Malang*

INFO ARTIKEL

Corresponding author email:
zahra.firdaus.2203418@students.um.ac.id

Diterbitkan secara online:
23/11/2024

***Keywords*:**

Jamu,
Infused,
Branding,
Millenial

ABSTRAK

Indonesia sebagai negara kaya sumber daya alam memiliki tradisi jamu yang merupakan bagian penting dari warisan budaya dan pengobatan tradisional. Namun, dalam era modernisasi, tantangan muncul terutama dari generasi milenial yang lebih memilih produk dengan daya tarik estetik dan inovasi. Penurunan konsumsi jamu tradisional di kalangan milenial menjadi perhatian utama, sehingga inovasi seperti teknik infused diperkenalkan untuk meningkatkan daya saing jamu. Teknik infused menghasilkan jamu dengan rasa yang lebih ringan dan segar, lebih sesuai dengan preferensi konsumen muda.Pelatihan di Desa Sumberwaras melibatkan ibu-ibu PKK dalam pembuatan jamu infused dan strategi branding yang moderen. Program pemberdayaan ini mengadopsi pendekatan ABCD (Aset Based Community Development). Pengabdian terbagi menjadi empat tahap: 1) koordinasi dan kerjasama dengan mitra, 2) kegiatan pelatihan pembuatan jamu tradisional dengan teknis infused, 3) kegiatan pelatihan branding, 4) evaluasi kegiatan. Pelatihan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan peserta dalam menciptakan produk jamu yang menarik dan relevan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang manfaat jamu dan teknik branding, meskipun masih ada tantangan dalam menarik minat milenial dan meningkatkan rasa produk.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
Copyright@ Author (2024).

1. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam, termasuk tanaman obat-obatan yang diolah menjadi ramuan tradisional atau yang lebih dikenal sebagai jamu. Jamu merupakan warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun dan diakui sebagai salah satu bentuk pengobatan tradisional yang memiliki manfaat kesehatan [1]. Sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia, jamu memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam menjaga kesehatan dan kesejahteraan. Transformasi dalam dinamika pasar serta perubahan dalam preferensi pelanggan merupakan faktor-faktor utama yang memengaruhi keberlangsungan dan kelestarian produk tradisional seperti jamu sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia. Pada era globalisasi dan modernisasi, keberadaan produk jamu dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan daya tariknya di berbagai lapisan masyarakat, terutama kalangan generasi milenial.

Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup, khususnya di kalangan generasi millenial, konsumsi jamu tradisional mulai mengalami penurunan.

Generasi millenial merupakan kelompok demografis yang memiliki karakteristik unik dalam pola konsumsi mereka. Mereka cenderung lebih memilih produk yang dianggap modern, praktis, dan memiliki daya tarik estetik yang tinggi, termasuk dalam memilih produk Kesehatan. Tantangan utama bagi industri jamu tradisional adalah bagaimana meningkatkan daya saing produk jamu di era modern, di mana selera pasar bergeser menuju produk yang lebih inovatif dan sesuai dengan gaya hidup modern. Dalam hal ini, inovasi produk menjadi salah satu kunci untuk menarik minat konsumen millennial.

Salah satu inovasi yang dapat diterapkan dalam industri jamu tradisional adalah dengan teknik *infused*. *Infused* merupakan proses di mana bahan-bahan alami seperti rempah-rempah, akar, dan daun direndam dalam air, menghasilkan ekstrak yang lebih halus dan beraroma lebih ringan dibandingkan jamu tradisional yang biasanya direbus dan memiliki rasa yang kuat [2]. Teknik ini dianggap lebih sesuai dengan preferensi konsumen millenial yang cenderung menyukai minuman yang ringan, segar, dan mudah dikonsumsi. Dengan teknik ini, olahan jamu tidak hanya lebih mudah diterima oleh kalangan millenial, tetapi juga dapat dipromosikan sebagai produk yang lebih *modern* dan relevan dengan kebutuhan pasar saat ini [3].

Persaingan yang semakin ketat dalam industri kesehatan dan minuman herbal, daya saing jamu tradisional perlu ditingkatkan melalui upaya branding yang lebih inovatif. Branding yang kuat tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk, tetapi juga dengan bagaimana produk tersebut dipersepsikan oleh konsumen. Branding yang tepat dapat membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Di era digital, branding menjadi semakin penting terutama dalam mempengaruhi preferensi generasi millenial yang sangat dipengaruhi oleh media sosial dan tren gaya hidup. Diperlukan strategi yang efektif untuk menciptakan branding jamu tradisional yang tidak hanya menonjolkan manfaat kesehatannya, tetapi juga citra modern dan inovatif yang sesuai dengan selera generasi millennial [4].

Teknik *infused* sebagai salah satu inovasi dalam pengolahan jamu diyakini mampu meningkatkan daya saing produk jamu tradisional [5]. Teknik *infused* pada jamu dapat diolah menjadi produk yang lebih praktis, memiliki rasa yang lebih ringan, dan dapat dikemas dengan cara yang lebih menarik bagi konsumen muda. Teknik *infused* juga memungkinkan diversifikasi produk, di mana jamu dapat dikombinasikan dengan bahan-bahan lain seperti buah-buahan atau herbal yang memiliki daya tarik lebih besar bagi konsumen millenial. Kombinasi antara inovasi produk dan strategi branding yang tepat diharapkan dapat meningkatkan daya saing jamu tradisional di pasar modern.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan media sosial juga membuka peluang baru dalam strategi pemasaran jamu tradisional. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi media yang efektif untuk mempromosikan produk kepada generasi millennial [6]. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, produk jamu *infused* dapat dipasarkan dengan cara yang lebih menarik dan interaktif, misalnya melalui kampanye visual yang menonjolkan estetika produk, manfaat kesehatan, serta cara konsumsi yang praktis. Promosi digital ini tidak hanya membantu meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat hubungan emosional antara produk dan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Meskipun demikian, implementasi teknik *infused* dan strategi branding yang modern tidak lepas dari berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menjaga keaslian dan nilai-nilai tradisional jamu dalam inovasi yang dilakukan. Jamu telah dikenal sebagai produk yang memiliki akar budaya dan nilai-nilai kesehatan yang kuat. Oleh karena itu, inovasi yang dilakukan harus tetap mempertahankan esensi dari jamu tradisional, sambil menghadirkan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar saat ini. Selain itu, diperlukan edukasi konsumen untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap manfaat jamu, serta bagaimana jamu dapat menjadi bagian dari gaya hidup sehat yang modern.

Dalam konteks ini, sinergi antara inovasi produk, branding, dan pemasaran digital menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing jamu tradisional. Inovasi melalui teknik *infused* memberikan peluang untuk menghadirkan jamu dalam bentuk yang lebih modern dan menarik bagi konsumen millenial, sementara strategi branding dan pemasaran yang tepat dapat memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisi produk di pasar yang semakin kompetitif. Peningkatan daya saing jamu tradisional melalui teknik *infused* dan strategi branding yang terarah dapat menjadi solusi yang efektif dalam menghadapi tantangan perubahan selera konsumen dan persaingan global di industri herbal [7].

Mitra dalam penelitian ini yaitu Desa Sumber Waras, mitra memiliki kesulitan dalam mempertahankan penjualan jamu tradisional karena dianggap sudah tidak relevan dengan minuman di era modern. Diperlukan teknik pembuatan jamu yang lebih disukai Masyarakat terutama kaum milenial dan *branding* jamu yang lebih modern. Peluang yang dimiliki mitra di Desa Sumberwaras untuk mengembangkan branding jamu tradisional oleh ibu-ibu PKK sangat menjanjikan. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk herbal dan kesehatan alami membuka pasar yang luas bagi jamu *infused*. Beberapa permasalahan yang perlu dihadapi mitra dalam proses ini salah satunya adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu PKK Desa Sumber Waras dalam aspek branding dan pemasaran, yang dapat menghambat potensi penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana teknik *infused* dapat digunakan sebagai alat inovasi untuk meningkatkan daya saing jamu tradisional, serta bagaimana strategi branding yang tepat dapat meningkatkan penerimaan produk jamu oleh konsumen millenial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan industri jamu tradisional di Indonesia, serta membuka peluang baru dalam pengembangan produk herbal yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar modern.

2. METODE PELAKSANAAN

Program pemberdayaan ini mengadopsi pendekatan ABCD *(Aset Based Community Development*), yang berfokus pada eksploitasi aset dan potensi yang dimiliki oleh pihak mitra. Pengabdian terbagi menjadi empat tahap:

1) koordinasi dan kerjasama dengan mitra,
2) kegiatan pelatihan pembuatan jamu tradisional dengan teknis *infused*,
3) kegiatan pelatihan *branding*,
4) evaluasi kegiatan. Kegiatan diadakan di Desa Sumberwaras, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Peserta kegiatan terdiri 20 orang ibu-ibu PKK komunitas pembuat jamu setempat berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian pengolahan jamu.

3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Tahap Koordinasi dan Kerjasama dengan Mitra

Gambar 1. Penyerahan Simbolis Kerjasama

Tahap koordinasi dan kerjasama dengan mitra sangat penting sebagai landasan pelaksanaan kegiatan. Proses koordinasi dilakukan dengan cara mengidentifikasi kebutuhan, potensi, dan kesiapan ibu-ibu PKK di Desa Sumberwaras untuk terlibat dalam program peningkatan daya saing jamu tradisional dengan teknik *infused*. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan beberapa langkah strategis:

1. Penjajakan Awal dan Diskusi: Dilakukan pertemuan awal antara tim pengabdian dengan ketua dan anggota PKK Desa Sumberwaras untuk memahami kondisi desa dan minat masyarakat terhadap jamu tradisional. Diskusi ini bertujuan untuk menyelaraskan program dengan potensi dan kebutuhan lokal.
2. Penyusunan Rencana Kerja Bersama: Setelah diskusi, tim pengabdian dan mitra bersama-sama menyusun rencana kerja, yang mencakup jadwal kegiatan, alur pelatihan, dan metode yang akan digunakan. Hal ini untuk memastikan bahwa program berjalan efektif dan sesuai dengan harapan masyarakat.
3. Pembagian Peran dan Tanggung Jawab: Kerjasama dengan PKK melibatkan pembagian peran, di mana PKK sebagai mitra lokal bertindak sebagai penggerak utama dalam mengundang peserta, menyosialisasikan kegiatan, serta menjadi jembatan komunikasi antara tim pengabdian dan masyarakat desa. Tim pengabdian bertindak sebagai fasilitator dalam memberikan materi pelatihan serta mendukung proses branding.
4. Persiapan Logistik dan Fasilitas: Dalam tahap ini, tim pengabdian dan PKK juga mempersiapkan segala kebutuhan logistik seperti tempat pelatihan, bahan baku pembuatan jamu, serta media yang diperlukan untuk pelatihan branding. Kerjasama yang baik dengan PKK memastikan bahwa kegiatan ini dapat berlangsung lancar dengan partisipasi optimal.

Tahap koordinasi dan kerjasama dengan PKK Desa Sumberwaras menjadi kunci keberhasilan pengabdian karena menjamin keterlibatan aktif dari komunitas lokal serta adaptasi program sesuai dengan konteks dan kebutuhan setempat.

3.2 Pelatihan Pembuatan Jamu Tradisional dengan Teknis *Infused*

Gambar 2. Proses pelatihan Pembuatan Jamu Tradisional dengan Teknik Infused

Tahap kedua dalam program pengabdian ini adalah Pelatihan Pembuatan Jamu Tradisional dengan teknik infused, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan ibu-ibu PKK Desa Sumberwaras dalam memproduksi jamu dengan metode modern yang lebih sesuai dengan selera pasar, khususnya generasi milenial. Pada awal pelatihan peserta diperkenalkan dengan konsep infused, yaitu metode yang menggabungkan bahan-bahan herbal atau rempah-rempah dengan cairan (air atau bahan lain) melalui proses perendaman dalam jangka waktu tertentu. Teknik infused ini memberikan cita rasa yang lebih ringan dan segar dibandingkan dengan jamu tradisional yang biasanya direbus, sehingga lebih cocok dengan preferensi konsumen modern, terutama kaum milenial [8].

Pelatihan pembuatan jamu tradisional dengan teknik infused menekankan penggunaan bahan baku jamu yang mudah didapat di lingkungan lokal, seperti kunyit, jahe, temulawak, dan sereh. Para peserta diajarkan cara memilih bahan berkualitas tinggi dan mempersiapkannya secara higienis untuk menghasilkan produk infused jamu yang bermutu. Teknik pembuatan infused jamu meliputi :

1. Persiapan dan pembersihan bahan baku. Pengolahan bahan menjadi ekstrak atau komponen yang bisa direndam dalam air (infusion).
2. Penerapan metode *infused* dengan perendaman yang tepat, baik dalam air dingin maupun air hangat, tergantung karakteristik bahan yang digunakan.
3. Menyimpan *infused* jamu agar tetap segar dan bisa dikonsumsi dalam beberapa hari.

Inovasi rasa dan penyajian, pelatihan pembuatan infused juga mencakup inovasi rasa. Para peserta diajak untuk bereksperimen dengan berbagai kombinasi bahan untuk menciptakan variasi rasa yang lebih menarik. Misalnya, mencampurkan jamu tradisional dengan bahan modern seperti lemon, madu, atau daun mint agar rasa lebih diterima oleh konsumen muda. Penyajian infused jamu dalam kemasan modern juga dibahas, termasuk pilihan botol kaca dan desain label yang sesuai dengan tren pasar.

Standar Kebersihan dan Keamanan Pangan: Pelatihan juga mencakup aspek kebersihan dan keamanan pangan, mengingat produk infused jamu harus memenuhi standar kualitas untuk bisa

bersaing di pasar. Hal ini meliputi cara pengolahan, penyimpanan, dan distribusi yang aman dan higienis.

3.3 Kegiatan Pelatihan *Branding*

Gambar 3. Hasil Pelatihan Branding

Tahap berikutnya adalah pelatihan branding. Branding produk merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan dalam memasarkan jamu tradisional, terutama untuk menarik perhatian generasi milenial yang sangat memperhatikan tampilan dan identitas produk [9]. Pelatihan branding bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang bagaimana mengemas jamu tradisional secara modern tanpa menghilangkan nilai tradisionalnya.

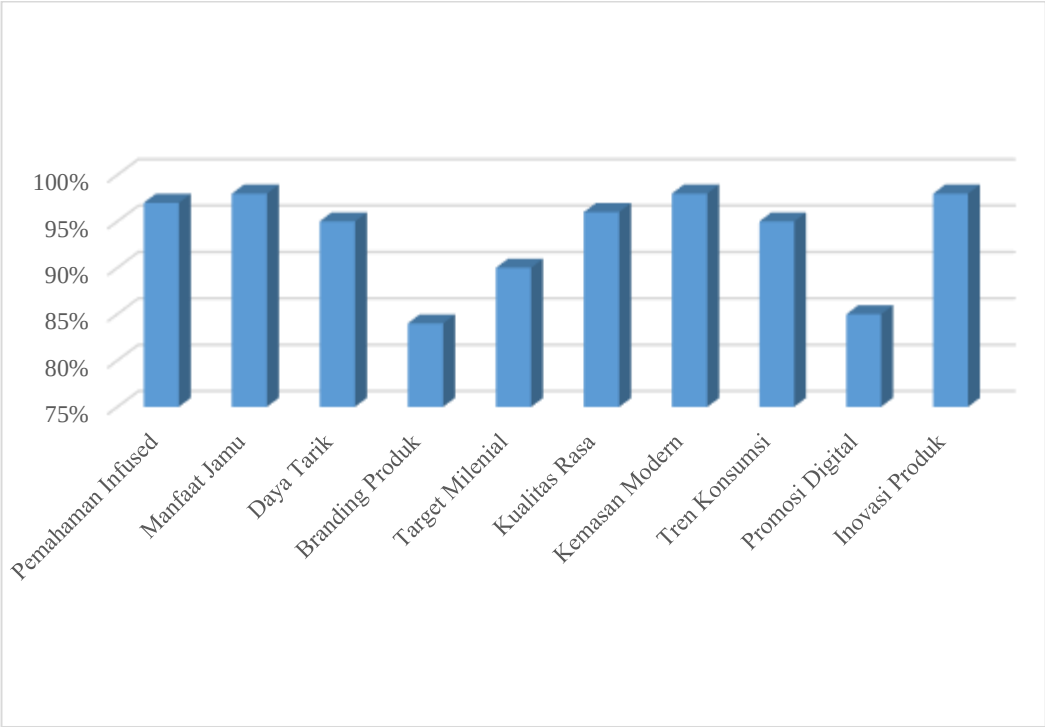
Pelatihan branding mengenalkan peserta pada konsep branding yang mencakup pembuatan logo, pemilihan warna, desain kemasan, dan pembuatan slogan [10]. Selain itu, peserta juga diajarkan cara memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran yang efektif. Peserta diajak untuk memikirkan identitas produk yang ingin ditonjolkan, serta bagaimana cara produk tersebut dapat menarik perhatian generasi milenial. Beberapa aspek yang menjadi fokus dalam pelatihan branding ini antara lain:

1. Kemasan *Modern*: Mengemas jamu dalam botol atau kemasan yang lebih modern dengan tampilan yang bersih dan minimalis.
2. Target Milenial: Mengidentifikasi preferensi dan kebutuhan konsumen milenial, seperti tren konsumsi produk yang sehat dan alami.
3. Daya Tarik Visual: Mendesain kemasan yang menarik dan kekinian sehingga dapat menonjol di pasaran.
4. Promosi Digital: Menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok untuk mempromosikan produk secara kreatif dan interaktif.

3.4 Evaluasi Kegiatan

Tahap akhir dari pengabdian adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diberikan selama pelatihan dapat diterapkan oleh peserta [11]. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan angket kuesioner yang dibagikan kepada peserta pelatihan. Berdasarkan hasil evaluasi, sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan terhadap teknik pembuatan jamu *infused* dan strategi branding. Beberapa indikator

yang dievaluasi meliputi:



***Gambar 4**. Hasil Evaluasi Peserta*

Gambar 4. menyajikan hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian yang terbagi dalam empat tahap, yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing jamu tradisional dengan teknik *infused*. Evaluasi ini melibatkan persepsi partisipan terhadap beberapa aspek terkait jamu tradisional dan branding millennial. Hasil evaluasi menunjukkan pemahaman peserta terhadap konsep *infused* memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, mencapai 100%. Aspek manfaat jamu juga memiliki tingkat apresiasi serupa, menandakan bahwa peserta memahami manfaat kesehatan jamu *infused* dengan baik. Aspek daya tarik dan branding produk menunjukkan persentase di atas 90%, mengindikasikan bahwa branding melalui teknik *infused* cukup menarik minat target pasar, khususnya kaum milenial.

Aspek target milenial dan kualitas rasa mendapatkan skor yang lebih rendah, sekitar 80%, yang mengindikasikan perlunya peningkatan dalam menarik minat generasi muda dan meningkatkan rasa dari produk jamu tersebut. Di sisi lain, kemasan modern dan tren konsumsi mencatat peningkatan positif di atas 90%, mengisyaratkan bahwa strategi kemasan modern sesuai dengan tren konsumsi jamu saat ini. Promosi digital dan inovasi produk juga mendapat apresiasi tinggi, namun inovasi produk masih sedikit di bawah, menunjukkan peluang untuk pengembangan lebih lanjut di masa mendatang.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan pembuatan jamu *infused* dan branding telah berhasil memperkuat pemahaman dan apresiasi peserta, khususnya dalam aspek kemasan, tren konsumsi, dan promosi digital yang mendukung keberhasilan branding millennial. Lokasi Kegiatan dan Partisipan Pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sumberwaras, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur, dengan melibatkan 20 orang ibu-ibu PKK Desa Sumberwaras sebagai partisipan utama. Kegiatan dibagi menjadi empat tahap utama, yaitu koordinasi, pelatihan pembuatan jamu *infused*,

pelatihan branding, serta evaluasi kegiatan, yang semuanya berkontribusi terhadap peningkatan daya saing produk jamu *infused* di kalangan milenial [12].

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Sumberwaras dengan fokus pada peningkatan daya saing jamu tradisional melalui teknik *infused* dan pelatihan *branding* telah berjalan dengan baik. Partisipasi aktif ibu-ibu PKK serta hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan baru yang sangat dibutuhkan untuk mengembangkan produk jamu yang lebih kompetitif di era *modern*.

Melalui metode infused, jamu tradisional dapat diperbarui baik dari segi cita rasa maupun tampilan, sehingga lebih menarik bagi kalangan milenial. Pelatihan branding juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya visualisasi dan pemasaran yang efektif di era digital. Dengan adanya program ini, diharapkan produk jamu tradisional Desa Sumberwaras dapat dikenal lebih luas dan memiliki tempat di pasar yang lebih modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Negeri Malang sebagai pemberi dana pengabdian melalui pendanaan PPM UM 2024 SK No. 3.4.94/UN32/KP/2024.

DAFTAR PUSTAKA

[1] P. S. Lestari Dara Cinta Utami Ginting, Vivi Adryani Nasution, Mhd Sultan Alfarisi, Santriana Sigalingging, “Eksistensi Pengobatan Tradisional Karo: Warisan Budaya Dan Peranannya Dalam Kesehatan Masyarakat Desa Lingga,” *J. Ilm. Hosp.*, vol. 12, no. 2, pp. 723–728, 2023.

[2] L. Agustina and D. R. Rahmani, “Education and Information about Infused water,” *Pros. Pengemb. Masy. Mandiri Berkemajuan Muhammadiyah*, vol. 1, no. 1, pp. 447–454, 2021, [Online]. Available: http://proceeding.mbunivpress.or.id/index.php/bamara/article/view/199

[3] K. C. Rani *et al.*, “Pengembangan Usaha Cafe Herbal di Desa Sentra Kelor Bogo,” *Poltekita J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 330–341, 2022, doi: 10.33860/pjpm.v3i2.913.

[4] D. Harjadi and I. Arraniri, *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*. 2021.

[5] S. Novrita *et al.*, “Edukasi dan Pelatihan Pembuatan Infusa Herbal dari Tanaman TOGA (Tanaman Obat Keluarga) pada Siswa / I SMK Taruna Mandiri Pekanbaru Education and Making Herbal Infusions from Toga Plants (Family Medicinal Plants) for Students of Taruna Mandiri Pekanba,” vol. 2, no. 3, pp. 33–42, 2024.

[6] Y. S. Mulyani, T. Wibisono, and A. B. Hikmah, “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi,” *Hospitality*, vol. 11, no. 1, pp. 291–296, 2022, [Online]. Available: http://stp-mataram.e-journal.id/JHI

[7] M. Zaofan and L. Damayanti, “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK HERBAL ASYIFAA DI KOTA PALU Strategy Development of Asyifaa Herbal Products Business In Palu City,” *J. Agrotekbis*, vol. 11, no. 6, pp. 1445–1456, 2023, [Online]. Available: https://doi.org/10.22487/agrotekbis.v11i6.1997

[8] I. C. Dewi *et al.*, “Trend Bisnis Food & Beverages Menuju 2023,” *Lakeisha*, vol. 6, no. 1, pp. 51–66, 2022.

[9] I. Syafi’i, “Pemasaran Jamu Menggunakan Kemasan Praktis Siap Minum Dengan Branding Tren

Masa Kini," *J. Pembelajaran Pemberdaya. Masy.*, vol. 1, no. 1, p. 35, 2019, doi: 10.33474/jp2m.v1i1.5006.

[10] Siswanto, A. Saputro, M. Anif, and B. H. Prasetyo, "Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis," *Semin. Nas. Sist. Inf. dan Teknol.*, pp. 194–201, 2022.

[11] M. I. K. & M. Fakhruddin, "Evaluasi Program Pelatihan Model Kirkpatrick," *CERMIN J. Manaj. Dan Pendidik. Berbas. Islam Nusant.*, vol. 1, no. 2, pp. 42–46, 2022, [Online]. Available: https://ejournal.staida-krempyang.ac.id/index.php/CERMIN

[12] Hartini I.S, "Penyuluhan Cara Membuat Jamu yang Baik Pada Produsen Jamu Gendong," *J. Community Enggagement Empower.*, pp. 42–47, 2023.