

## TRANSFORMASI EKONOMI DESA MELALUI INOVASI MASYARAKAT EKONOMI KREATIF, AKSELERATIF, DAN RAMAH LINGKUNGAN

Annis Nurfitriana Nihayah<sup>1\*</sup>, Dwi Rahmayani<sup>2</sup>, Rahmadani Nur Permanawati<sup>3</sup>,  
Nuferulla Kurniantyas<sup>4</sup>, Ayuntavia<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
[annisnurfitriana@mail.unnes.ac.id](mailto:annisnurfitriana@mail.unnes.ac.id)

### ABSTRAK

**Abstrak:** Desa Banyumeneng di Demak memiliki komoditas utama kunyit, namun hanya dijual dalam bentuk kunyit rajang kering dengan harga yang rendah karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam inovasi produk dan kurangnya adopsi teknologi. Untuk mengatasi hal tersebut, maka dilakukan kegiatan PKM yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, dan kapabilitas masyarakat dalam menghasilkan produk olahan kunyit yang bernilai jual tinggi dan menumbuhkan ide bisnis yang inovatif. Kegiatan ini meliputi pelatihan diversifikasi produk, prinsip-prinsip GMP, desain logo dan kemasan, serta pemasaran melalui media sosial. Pelatihan ini diikuti oleh 20 orang perempuan dari kelompok tani kunyit di Desa Banyumeneng. Evaluasi dari kegiatan ini dilakukan dengan metode diskusi atau wawancara langsung serta melakukan pencatatan informasi tentang hambatan dan motivasi dalam melaksanakan kegiatan, indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah 75% peserta yang merupakan kelompok tani mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan tentang diversifikasi kunyit, prinsip GMP, dan *branding* produk, serta dapat mempraktekannya. Hasil evaluasi dari kegiatan tersebut menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan, dimana 90% peserta mampu memahami dan mempraktikkan teknik yang diajarkan. Inisiatif ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat dan meningkatkan prospek ekonomi desa dengan menambahkan nilai tambah pada produk kunyit mereka.

**Kata Kunci:** Diversifikasi Produk; Kunyit; Nilai Tambah; Kemiskinan; Perekonomian.

**Abstract:** Banyumeneng Village in Demak has turmeric as its main commodity, but it is only sold in the form of dried turmeric with low prices due to limited knowledge and skills in product innovation and lack of technology adoption. To overcome this, PKM activities were carried out which aimed to improve the insights, skills, and capabilities of the community in producing high-value turmeric processed products and fostering innovative business ideas. This activity includes training on product diversification, GMP principles, logo and packaging design, and marketing through social media. The training was attended by 20 women from the turmeric farmer group in Banyumeneng Village... The evaluation of this activity was carried out using the discussion or direct interview method and recording information about obstacles and motivation in carrying out the activity, the success indicator of this activity is 75% of the participants who are farmer groups are able to understand the material to increase their knowledge about turmeric diversification, GMP principles, and product branding, and practice it. The evaluation results of the activity showed an increase in knowledge and skills, where 90% of participants were able to understand and practice the techniques taught. This initiative aims to empower the community and improve the economic prospects of the village by adding value to their turmeric products.

**Keywords:** Product Diversification; Turmeric; Value Addition; Poverty; Economy.



#### Article History:

Received: 30-08-2024  
Revised : 17-09-2024  
Accepted: 19-09-2024  
Online : 10-10-2024



This is an open access article under the  
CC-BY-SA license

## A. LATAR BELAKANG

Kemiskinan adalah masalah global terutama bagi negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Kemiskinan terus menjadi masalah utama yang harus dibahas dan diteliti sejak dari masa berdirinya Indonesia hingga sekarang (Alawiyah & Setiawan, 2021). Kemiskinan adalah keadaan ketika seseorang atau masyarakat tidak dapat memenuhi hak-hak dasar seperti makanan, perumahan, pendidikan, pekerjaan, kesehatan, dan sumber daya alam (Badan Pusat Statistik, 2023). Berbagai upaya dilakukan oleh pemerintah dalam upaya pengentasan kemiskinan ekstrem, salah satunya melalui strategi percepatan pengentasan kemiskinan dalam rapat terbatas yang diadakan pada 4 Maret 2020 dengan target menjadi *zero percent* pada 2024. Program tahap I dan pembuatan model konvergensi segera dimulai oleh pemerintah sebagai langkah awal penanggulangan kemiskinan ekstrem. Pada tahun 2021, penerapan program tahap I diprioritaskan di tujuh provinsi, yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Timur, Maluku, Papua, dan Papua Barat.

Jawa Tengah merupakan provinsi dengan penduduk miskin dengan jumlah mencapai sekitar 3,79 juta atau sekitar 10,77 persen dari total penduduk, dan menempati peringkat ketiga di Indonesia setelah Provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat (Fadlillah, 2013). Salah satu daerah dengan tingkat kemiskinan yang meningkat adalah Kabupaten Demak, kabupaten ini berada di urutan 11 dari 35 kabupaten di Provinsi Jawa Tengah dengan penduduk miskin berjumlah 143,26 ribu jiwa dengan proporsi sebesar 12,01 persen (Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak, 2023). Pada 2022 angka kemiskinan ekstrem di Kabupaten Demak mencapai 25.590 orang atau 2,16 persen dari populasi dan tersebar di 48 desa. Salah satunya adalah Desa Banyumeneng yang masuk ke dalam salah satu desa fokus prioritas Penanggulangan Kemiskinan Ekstrem (PKE) dari 5 desa lainnya di Kecamatan Mranggen. Adapun 5 desa kategori miskin ekstrem lainnya di Kecamatan Mranggen adalah Desa Wringinjajar, Tegalarum, Sumberejo, Kangkung, dan Banyumeneng.

Desa Banyumeneng adalah sebuah desa di Kecamatan Mranggen yang terletak di ujung selatan Kabupaten Demak. Desa Banyumeneng, masyarakatnya memiliki rata-rata tingkat pendidikan hanya mencapai tingkat SMA/SMK, hal tersebut berpotensi dalam mempengaruhi kualitas sumber daya manusia untuk dapat memanfaatkan potensi desa. Mayoritas penduduk Desa Banyumeneng bekerja sebagai petani dan pekerja serabutan, penghasilan yang didapat adalah sekitar Rp1.800.000,00 perbulan (dibawah UMR Kabupaten Demak). Dilihat dari hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Desa Banyumeneng masih berada dalam kategori ekonomi menengah ke bawah. Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan mitra Desa Banyumeneng, rata-rata mata pencaharian penduduk adalah sebagai buruh tani, dengan kunyit sebagai komoditi yang terbesar. Besarnya hasil panen kunyit tersebut sebagian besar hanya dijual berupa

kunyit rajang kering saja. Hal ini yang menjadikan harga kunyit di Desa Banyumeneng murah. Kunyit rajang kering di jual ke daerah Solo dan Pekalongan dengan harga Rp 18.000 – Rp 20.000 per kilogram. Hal tersebut sangat disayangkan, mengingat kunyit memiliki kandungan yang sangat beragam seperti kandungan antioksidan, vitamin c, kalsium, zat besi, fosfor, kurkumin, minyak atsiri, selulosa, karbohidrat, protein, lemak, pati, bisdesmetoksikurkumin, resim, sesmetoksikumin, dan zat pahit (Kholid et al., 2020). Kunyit dapat digunakan untuk menjaga kesehatan tubuh seperti meningkatkan kekebalan tubuh (Cornelia et al., 2022), menjaga dan merawat kulit dan kecantikan, serta sebagai campuran sebagai makanan (Agustina & Nurhidayati, 2022). Dari perspektif bisnis, kunyit menawarkan peluang yang strategis jika dikelola dengan serius. Peluang bisnis ini dapat dijalankan melalui diversifikasi produk, seperti dijadikan bumbu *sachet* instan, kunyit bubuk sebagai campuran *skincare* atau jamu, dan sebagai pewarna kuning alami, serta pengembangan usaha tani monokultur bagi para petani kunyit (Adriani et al., 2022).

Di era ekonomi baru, "ekonomi kreatif" mengacu pada konsep yang menekankan peningkatan informasi dan kreativitas dengan menggunakan ide, keahlian, dan bakat, bukan sumber daya tenaga kerja (Dewi et al., 2024). Diversifikasi produk merupakan salah satu upaya yang harus menggunakan inovasi dan kreativitas, Diversifikasi adalah upaya untuk memperluas variasi produk yang akan dijual dan merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan penetrasi pasar. Diversifikasi produk melibatkan pengembangan produk baru dengan tujuan meningkatkan penjualan melalui siklus produk (Zanra, 2023). Upaya diversifikasi produk berbasis kunyit sudah banyak dilakukan di masyarakat untuk meningkatkan pendapatan karena nilai jual yang lebih tinggi. Pengolahan kunyit dapat dijadikan minuman herbal sinom (Haryanti et al., 2022), menjadi masker wajah atau *clay mask* dengan campuran tepung beras (Azizah & Marwiyah, 2022), sebagai bahan tambahan pada es krim (Cornelia et al., 2022), kunyit juga bisa diolah menjadi *jelly* jamu kunyit (Ermawati et al., 2022). Diversifikasi produk kunyit akan meningkatkan nilai tambah dan pendapatan masyarakat serta menambah inovasi dan peluang bisnis baru, sehingga lebih banyak masyarakat yang dapat menjadikan kunyit sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Upaya tersebut akan mendukung pembangunan berkelanjutan yang selaras dengan program pemerintah dalam menurunkan ketimpangan pendapatan di masyarakat yang tertuang dalam SDGs ke-10.

Dalam mendukung upaya diversifikasi produk berbasis kunyit, terdapat beberapa permasalahan di Desa Banyumeneng, yaitu kurangnya edukasi, wawasan, pengetahuan, dan keterampilan dalam bentuk sosialisasi dan penyuluhan mengenai diversifikasi olahan kunyit, serta kurangnya pemahaman warga Desa Banyumeneng mengenai saluran penjualan untuk memperluas pangsa pasar produk olahan kunyit. Oleh karena itu, melalui model Masyarakat Ekonomi Kreatif, Akseleratif, Dan Ramah Lingkungan

“Mekar Kunyit”, masyarakat di Desa Banyumeneng akan memperoleh teori dan praktik terkait *integrated branding* produk olahan kunyit mulai dari produksi hingga pemasaran. Masyarakat akan memperoleh ketrampilan melalui pelatihan pembuatan produk minuman herbal (jamu), ice cream, dan kosmetik tradisional (masker wajah atau lulur) yang berbahan dasar kunyit. Selain itu juga akan mendapatkan pelatihan terkait dengan prinsip-prinsip *Good Manufactured Practices* (GMP) yang berlaku untuk sektor pengolahan makanan (Rudiyanto, 2016). Setelah memiliki ketrampilan tersebut, masyarakat akan diberi pelatihan terkait branding merek produk dan pengemasan atau packaging, supaya produk yang sudah diversifikasi tadi siap dan layak dipasarkan atau dijual. Tujuan pengemasan produk, yaitu (a) melindungi isi (*protection*); (b) mempermudah penggunaan (*operation*); (c) dapat digunakan berulang (*reusable*); (d) aspek daya Tarik konsumen (*promotion*) aspek keindahan; (e) salah satu identitas produk (*image*); (f) mempermudah distribusi (*shipping*); dan (g) sebagai penyedia informasi (*labelling*) (Rhina, 2015). Setelah produk memiliki merek dan kemasan yang siap jual, tim pengabdian akan melakukan pendampingan dalam hal pemasaran produk olahan kunyit tersebut melalui pemasaran online di sosial media untuk memperkenalkan produk tersebut ke konsumen dan memperluas pangsa pasarnya.

Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk membuat peluang bisnis baru dengan menambah nilai jual pada kunyit melalui diversifikasi produk, sehingga dapat menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan wawasan, keterampilan, dan kapabilitas masyarakat dalam menghasilkan produk olahan kunyit yang bernilai jual tinggi dan menumbuhkan ide bisnis yang inovatif.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan Desa Banyumeneng Kabupaten Demak, dan berlangsung selama delapan bulan yang diikuti oleh para ibu-ibu dari kelompok tani kunyit Des sebanyak 20 orang. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi beberapa tahapan, yaitu tahap identifikasi kebutuhan pengembangan olahan hasil tani yaitu kunyit, kegiatan pelatihan pembuatan produk minuman jamu, ice cream, dan masker wajah yang berbahan dasar kunyit, pendampingan pembuatan desain desain logo, merk, dan kemasan produk, serta pendampingan pembuatan konten dan pemasaran online produk tersebut.

### **1. Tahap Identifikasi**

Tahap identifikasi dilakukan dengan memperhatikan potensi hasil tani di Desa Banyumeneng, ketersediaan sumber daya, dan menentukan kebutuhan desa. Tim pengabdian juga menyerap aspirasi di lapangan yang selaras dengan prinsip “Mekar Kunyit”, yaitu Masyarakat Ekonomi Kreatif, Akseleratif, dan Ramah Lingkungan melalui survei dan wawancara.

## **2. Tahap Pelatihan Diversifikasi Produk dan Sosialisasi Prinsip GMP**

Tahap pelatihan ini dilakukan dengan pemberian materi terkait pentingnya diversifikasi produk olahan kunyit, konsep diversifikasi, analisis pasar, analisis potensi ekonomi, dan dilanjutkan dengan pemaparan materi dan pembagian modul panduan penerapan GMP (*Good Manufactured Practice*) pada proses pengolahan produk jamu, masker wajah, dan es krim berbahan dasar kunyit. Lalu dilanjut sesi pemutaran video tutorial dan praktik bersama. Produk berbasis kunyit yang dipraktikkan adalah pembuatan jamu kunyit, masker wajah berbahan kunyit, dan pembuatan es krim berbahan dasar kunyit oleh instruktur yang berpengalaman dengan didampingi tim pengabdian.

## **3. Tahap Pelatihan Pembuatan Desain Logo, Merk, dan Kemasan Produk**

Tahap ini dilaksanakan setelah peserta melakukan praktik pengolahan produk berbasis kunyit. Sebelum praktik, tim pengabdian memaparkan terlebih dulu materi mengenai pentingnya logo, merk, dan desain kemasan pada produk sebagai branding.

## **4. Tahap Pelatihan Pemasaran Produk Secara Online**

Pada tahap ini dilakukan pemaparan materi mengenai strategi pemasaran *online* dan teknik dalam pemanfaatan platform digital serta pendampingan pembuatan platform sosial media untuk membangun branding atau pengenalan dan pemasaran produk untuk meningkatkan penjualan.

## **5. Tahap Pendampingan dan Evaluasi**

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan secara bersamaan dengan membuka diskusi langsung dengan anggota masyarakat dan perangkat desa. Evaluasi dilakukan dengan metode diskusi atau wawancara dan pencatatan informasi tentang hambatan atau motivasi untuk melaksanakan inisiatif. Dari hasil pendampingan dan evaluasi tersebut nantinya akan dilakukan implementasi apa saja yang harus dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan kegiatan agar dapat mendorong keberlanjutan program yang akan disesuaikan dengan keinginan masyarakat tentang tindakan ekonomi yang sesuai. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini adalah adanya peningkatan keterampilan peserta yang merupakan anggota kelompok tani tentang diversifikasi produk, prinsip GMP, dan

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tahap Identifikasi

Tahap awal dari kegiatan pengabdian ini adalah dengan melaksanakan survei dan wawancara langsung ke lapangan untuk mencari temuan yang potensial untuk dikembangkan, menyerap aspirasi dan harapan masyarakat, serta mengidentifikasi kendala atau permasalahan yang menghambat keinginan dan peluang yang diinginkan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil survei dan wawancara dengan mitra Desa Banyumeneng, rata-rata mata pencaharian penduduk adalah sebagai buruh tani, dengan kunyit sebagai komoditi yang terbesar. Besarnya hasil panen kunyit tersebut, sebagian besar hanya dijual berupa kunyit rajang kering saja. Hal ini yang menjadikan harga kunyit di Desa Banyumeneng murah. Kunyit rajang kering di jual ke daerah Solo dan Pekalongan dengan harga Rp18.000 – Rp20.000 per kilogram. Masyarakat hanya mengandalkan dari hasil panen kunyit tersebut, sehingga pendapatan mereka dari penjualan kunyit rajang kering tidak dapat mencukupi biaya hidup mereka sehari-hari. Kunyit Rajang kering hanya dapat dijual ke pengepul tanpa dilakukan pengelolaan lebih lanjut. Keterbatasan pengetahuan teknologi dan keterampilan produksi terutama pada produk berbasis kunyit menyebabkan kurangnya inovasi atau ide peluang bisnis dalam mengembangkan usaha berbasis kunyit.

### 2. Tahap Pelatihan Diversifikasi Produk dan Sosialisasi Prinsip GMP

Tim pengabdian melakukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga dalam membuat produk berbasis kunyit melalui pelatihan pembuatan produk jamu, masker wajah, dan es krim berbahan dasar kunyit. Pelatihan tersebut dilaksanakan pada hari Sabtu, 10 Agustus 2024 di salah satu rumah warga. Kegiatan pelatihan tersebut diawali dengan *opening* oleh salah satu anggota tim pengabdian yang bertugas sebagai MC, sambutan ketua tim pengabdian, dan perwakilan dari warga Desa Banyumeneng, yaitu Ibu Iin Tarjo. Selanjutnya, terdapat sesi pemaparan materi mengenai pentingnya diversifikasi produk dan pentingnya penerapan prinsip GMP (*Good Manufacturing Product*). Setelah itu dilakukan praktik pembuatan produk berupa pembuatan jamu, masker wajah, dan es krim wajah berbahan dasar dari kunyit dengan didampingi oleh instruktur yang berpengalaman dan tim pengabdian. Kegiatan pelatihan diversifikasi produk dan sosialisasi GMP dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Pelatihan Pengolahan Olahan Kunyit

### 3. Tahap Pelatihan Pembuatan Desain Logo, Merk, dan Kemasan Produk

Kegiatan selanjutnya adalah kegiatan pelatihan pengolahan produk selesai, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan desain logo, merk, dan kemasan produk. Sebelum memasuki tahap praktik, dilakukan pemaparan materi terkait dengan pentingnya branding atau pengenalan produk melalui logo, merk, dan kemasan sebagai identitas produk. Menurut Milton Glaser, logo adalah gerbang yang merepresentasikan sebuah merek. Logo dapat menggambarkan wajah dan karakter dari suatu entitas (Oscario, 2013), Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut yang bertujuan untuk mengidentifikasi jenis barang atau jasa dari penjual dan membedakannya dari para pesaing (Setyani & Gunadi, 2020), dan terakhir adalah kemasan. Harus diingat bahwa kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat menyesuaikan kemasan dengan fungsinya karena kemasan adalah salah satu cara untuk mempromosikan produk, menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk (Harminingtyas, 2013). Kemudian kegiatan dilanjutkan diskusi mengenai komposisi logo, merk, dan desain produk, peserta aktif memberikan ide maupun filosofi dan makna dari desain yang mereka rancang. Pelatihan pembuatan logo, merk, dan desain kemasan produk dapat dilihat pada Gambar 2.



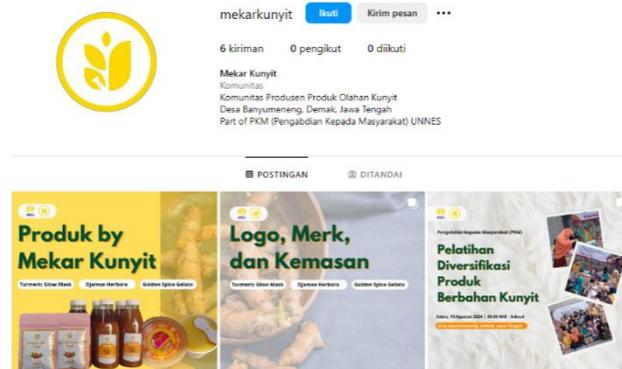
**Gambar 2.** Pelatihan Pembuatan Desain Logo, Merk, dan Kemasan

Produk jamu, masker, dan es krim kunyit memiliki logo yang sama untuk menciptakan identitas produk yang mencerminkan bahwa produk tersebut orinsil dibuat oleh kelompok petani atau masyarakat Desa Banyumeneng yang bernama “Mekar Kunyit”, yaitu yaitu Masyarakat Ekonomi Kreatif, Akseleratif, dan Ramah Lingkungan. Kemudian, dilakukan diskusi untuk pembuatan nama merk ketiga produk diversifikasi kunyit, yang pertama

untuk produk jamu kunyit diberi merk “Djamoe Herbora”, lalu untuk masker wajah dinamakan “Turmeric Glow Mask”, dan yang terakhir untuk es krim diberi merk “Gold Spice Gelato”. Kemasan yang digunakan untuk produk Djamoe Herbora adalah botol plastik, untuk masker wajah menggunakan plastik *zip lock*, kemudian es krim kunyit dikemas menggunakan *cup* atau toples berbentuk lingkaran.

#### 4. Tahap Pelatihan Pemasaran Produk Secara Online

Setelah kegiatan pelatihan pembuatan logo, merk, dan desain kemasan selesai, dilanjutkan dengan pelatihan pemasaran produk. Sebelum itu, tim pengabdian memaparkan materi terkait dengan strategi pemasaran online untuk meningkatkan penjualan produk. Kemudian dilakukan praktek membuat konten pemasaran dan akun Instagram untuk mengenalkan atau melakukan *branding* produk. Hasil pembuatan akun dan konten di platform Instagram dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Akun Instagram Mekar Kunyit

Kegiatan yang terakhir adalah dilakukan diskusi dalam bentuk tanya jawab dan kuis. Peserta pelatihan mengikuti kegiatan dengan antusias yang ditunjukkan dari jumlah kehadiran dari awal hingga akhir kegiatan dan keaktifan peserta dengan melakukan tanya jawab selama kegiatan berlangsung.

#### 5. Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi kegiatan ditinjau dari aspek input, proses, dan output. Dari aspek input adalah peningkatan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat dalam memahami pentingnya diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai jual kunyit. Selain itu, tim pengabdian juga mengevaluasi pemahaman masyarakat terkait dengan pemasaran yang terdiri dari strategi bisnis dan teknik pemasaran melalui sosial media.

Ditinjau dari aspek proses ditinjau dari pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam menerapkan prinsip GMP (*Good Manufacturing Services*) pada pengolahan produk yang meliputi penanganan bahan baku, control kualitas proses produksi, serta kebersihan dan sanitasi lingkungan tempat

produksi. Dalam proses produksi, kendala yang dihadapi adalah masih kurangnya teknologi dalam pembuatan es krim berbahan dasar kunyit, sehingga proses produksi masih menggunakan alat manual yang sederhana. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan dana dan belum adanya penanganan yang jelas dari pemerintah setempat. Hal tersebut dapat diatasi oleh tim pengabdian dengan cara membantu mengurus pengajuan untuk mesin produksi es krim yang lebih efisien.

Evaluasi dari aspek output yang ditunjukkan mulai dari logo, merk, desain kemasan, serta produk-produk yang dihasilkan, yaitu Djamoe Herbora, Turmeric Glow Mask, dan Gold Spice Gelato. Kendala yang dihadapi adalah ketersediaan kemasan plastik *zip lock* atau *standing pouch* untuk Turmeric Glow Mask yang masih jarang dijual di toko sekitar Desa Banyumeneng. Selain itu, adanya keterbatasan *device* dan kemampuan merealisasikan desain yang telah didiskusikan di platform atau aplikasi yang dibutuhkan dalam pembuatan logo dan desain kemasan. Oleh karena itu, tim pengabdian telah membantu merealisasikan logo dan desain kemasan yang komposisinya telah didiskusikan oleh para peserta agar bisa digunakan dalam pengemasan produk, seperti terlihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Evaluasi Kegiatan Pengabdian

No	Kegiatan	Kriteria	Target	Realisasi
1	Pelatihan terkait diversifikasi produk oleh kunyit, mulai dari konsep diversifikasi; analisis pasar; potensi ekonomi; hingga demonstrasi praktik langsung proses produksi	Peserta memahami materi yang dijelaskan dan mengikuti praktek langsung dalam membuat produk berbahan dasar kunyit.	Minimal 75% peserta mampu memahami materi yang dijelaskan dan dapat membuat produk olahan kunyit, yaitu masker wajah, dan es krim.	100% peserta memahami materi yang dijelaskan dan dapat membuat produk olahan kunyit, yaitu masker wajah, dan es krim.
2	Sosialisasi terkait prinsip-prinsip GMP dan keterkaitannya dalam produksi jamu mulai dari penanganan bahan baku, kontrol kualitas proses produksi, hingga kebersihan dan sanitasi lingkungan tempat produksi	Peserta mampu memahami materi yang dijelaskan, dapat menerapkan dalam proses produksi, dan dapat mengevaluasi proses produksi yang telah dilakukan.	Minimal 75% peserta mampu memahami materi yang dijelaskan dan menerapkannya dalam proses produksi	100% peserta memahami materi yang dijelaskan dan dapat menerapkannya selama proses produksi berlangsung.

3	Pembuatan desain logo yang menarik untuk produk olahan kunyit	Peserta mampu memahami terkait dengan pentingnya <i>branding</i> produk melalui logo dan merk produk serta aktif berdiskusi dalam memberikan ide terkait desain logo dan merk.	Minimal peserta memahami materi dijelaskan aktif berdiskusi dalam memberikan ide logo dan merk.	75%	100%	peserta memahami materi yang dijelaskan dan aktif berdiskusi dalam menyumbangkan ide.
4	Pembuatan desain kemasan yang mencerminkan identitas merek dan memudahkan identifikasi produk oleh konsumen	Peserta mampu memahami terkait dengan pentingnya <i>branding</i> produk melalui kemasan atau <i>packaging</i> produk serta aktif berdiskusi dalam memberikan ide terkait desain kemasan.	Minimal peserta memahami materi yag dijelaskan dan berdiskusi dalam memberikan ide desain kemasan.	75%	100%	peserta memahami materi yang dijelaskan dan aktif berdiskusi dalam menyumbangkan ide.
5	Merancang dan melaksanakan strategi pemasaran online, serta mengajarkan teknik memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan penjualan	Peserta mampu memahami terkait dengan pentingnya <i>branding</i> dan pemasaran produk melalui platform digital, yaitu Instagram.	Minimal peserta mampu memahami materi yag dijelaskan dan membuat konten oemasaran produk di Instagram.	75%	100%	peserta memahami materi yang dijelaskan dan dan mampu membuat konten pemasaran produk di Instagram.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Desa Banayumeneng merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Mranggen, Demak, Jawa Tengah yang memiliki tanaman kunyit sebagai komoditas pertanian unggulan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada pelatihan diversifikasi atau pengolahan tanaman kunyit telah meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan kelompok petani kunyit dalam melakukan diversifikasi olahan kunyit menjadi produk jamu, masker wajah, dan es krim. Selain itu, para peserta juga memahami bagaimana cara membangun *branding* produk-produk tersebut melalui logo, merk, dan desain kemasan dan bagaimana cara

memasarkan produk tersebut dengan jangkauan yang lebih luas, termasuk jangkauan di pasar *online* melalui sosial media. Para peserta yang merupakan kelompok petani kunyit Desa Banyumeneng yang berjumlah 20 orang menilai bahwa kegiatan ini berhasil membuka pengetahuan dan motivasi dalam mendorong masyarakat untuk berinovasi dan berwirausaha dengan memanfaatkan bahan baku yang mudah didapatkan, yaitu tanaman kunyit. Dengan mempertimbangkan dari poin-poin evaluasi yang didapatkan dari pengabdian ini, disarankan bahwa pengabdian selanjutnya harus membantu dalam pendampingan dan pengurusan perijinan teknologi yang lebih canggih dan efisien dalam memproduksi produk kepada pemerintah terkait. Selain itu, pengabdian selanjutnya dapat memberikan pelatihan dalam mengaplikasikan platform atau aplikasi desain bagi anak-anak muda untuk mendukung wirausaha tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada masyarakat Desa Banyumeneng terutama kepada kelompok tani kunyit yang mendukung dan bersedia mengikuti serangkaian kegiatan pelatihan serta kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Semarang yang telah mendukung pendanaan kegiatan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adriani, N., Haerudin, A., Aruma, K. B., Annisa, N., Mayla, R., Khairunnisa, S., & Anjani, S. R. (2022). *Kunyit Sebagai Bahan Baku Produk Olahan Dengan Nilai Pemanfaatan Tinggi*. 2, Issue? 1–12.
- Agustina, D., & Nurhidayati, M. (2022). Pengembangan Home Industry Melalui Inovasi Kemasan Kunyit Bubuk di Desa Menang Kecamatan Jambon Kabupaten Ponorogo. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 108–116. [https://doi.org/10.32764/abdimas\\_ekon.v3i2.2764](https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v3i2.2764)
- Alawiyah, T., & Setiawan, F. (2021). Pengentasan Kemiskinan Berbasis Kearifan Lokal pada Masyarakat Desa Pemerintah telah mengimplementasikan Millenium Development Goals ( MDGs ) hingga Sustainable Development Goals ( SDGs ) dalam. *Jurnal Sosiologi Usk (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 15(2), 131–154. <https://jurnal.usk.ac.id/JSU/article/view/22392/pdf>
- Azizah, U. N., & Marwiyah, M. (2022). Kelayakan Masker Clay Kunyit (*Curcuma Domestica* Val.) dan Tepung Beras (*Gemma Oryzanol*) Untuk Mencerahkan Kulit Wajah Jenis Berminyak. *Beauty and Beauty Health Education*, 11(1), 1–5. <https://doi.org/10.15294/bbhe.v11i1.54952>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Penghitungan dan Analisis Kemiskinan Makro Indonesia Tahun 2023*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/8b8dac76525a92a21dc6568a/penghitungan-dan-analisis-kemiskinan-makro-indonesia-tahun-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Demak. (2023). *Kabupaten Demak dalam Angka 2023*.
- Cornelia, M., Kresandra, A., & Eveline, E. (2022). Pemanfaatan Jamu Kunyit Asam Pada Pembuatan Es Krim Susu Kedelai. *Jurnal Teknologi Pangan Dan Kesehatan (The Journal of Food Technology and Health)*, 3(2), 77–86. <https://doi.org/10.36441/jtepakes.v3i2.560>

- Dewi, K., Zahara, A. I., Humairah, D. A., Maulidya, T., Widya, R., Napitupulu, H., Falahi, A., & Lubis, T. (2024). Potensi Jamu Kunyit Asam Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Desa Sipispis Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai. *Communnity Development Journal*, 5(1), 35–41.
- Ermawati, D. E., Kundarto, W., & Farida, Y. (2022). Pengembangan Produk Permen Jelly Jamu Kunyit Asam Industri Rumah Tangga Jamu di Sleman Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(2), 275–280. <https://doi.org/10.30653/002.202272.56>
- Fadlillah, N. (2013). *Analisis pengaruh pendapatan per kapita, tingkat pengangguran, ipm dan pertumbuhan penduduk terhadap kemiskinan di jawa tengah tahun 2009-2013*.
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2), 1–18.
- Haryanti, I., Munandar, A., Ilham, I., Yusuf, M., Muhajirin, M., & Jaenab, J. (2022). Pemanfaatan Potensi Kunyit Di Desa Raba Wawo Menjadi Jamu Kunyit Asam Sebagai Minuman Sehat Dan Kekinian. *Jurnal Terapan Abdimas*, 7(1), 114. <https://doi.org/10.25273/jta.v7i1.10953>
- Kholid, K., Mudarris, M., & Masdar, M. (2020). Olahan Kunyit Asam Menjadi Minuman Herbal Sinom untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Kajuanak Galis Bangkalan. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 61–72. <https://doi.org/10.35309/dharma.v1i1.4134>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Rhina, P. (2015). *Pengemasan Produk Dalam Meningkatkan Produk*. 210–216.
- Rudiyanto, H. (2016). The Study of Good Manufacturing Practices (GMP) and Good Quality Wingko Based on SNI-01-4311-1996. *Jurnal Kesehatan Lingkungan*, 8(2), 148. <https://doi.org/10.20473/jkl.v8i2.2016.148-157>
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprime). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurja*, 1(1), 92–102.
- Zanra, S. W. (2023). Usaha Peningkatan Produksi Dan Diversifikasi Produk Pada Kinoy Cake And Cookies Pekanbaru. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(3), 146–151. <https://doi.org/10.59025/js.v2i3.90>