

PENGEMBANGAN DAWET AYU BANJARNEGARA DALAM KEMASAN KALENG SEBAGAI INOVASI PRODUK MINUMAN TRADISIONAL BERBASIS TEKNOLOGI TEPAT GUNA

Rifda Naufalin^{1*}, Rumpoko Wicaksono², Icuk Rangga Bawono³, Dwi Ari Cahyani⁴, Nurul Latifasari⁵, Nuke Faradhila⁶, Selly Nohan Talitha⁷, Ananda Yasmin Nisa⁸

^{1,2,6,7}Program Studi Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

⁴Program Studi D3 Agroindustri, Politeknik Banjarnegara, Indonesia

⁵Program Studi Teknologi Pangan, Telkom University, Purwokerto, Indonesia

⁸Fakultas Peternakan, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

rifda.naufalin@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Dawet Ayu merupakan minuman tradisional khas Banjarnegara yang berpotensi dikembangkan sebagai produk unggulan daerah, tetapi masih menghadapi kendala pada inovasi produk dan kemasan, penerapan teknologi, manajemen usaha, serta pemasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendampingi Paguyuban Dawet Ayu Banjarnegara dan mitra UMKM Dawet Ayu Mba Ida dalam mengembangkan produk melalui inovasi kemasan, penerapan teknologi tepat guna, diversifikasi produk, penguatan manajemen, dan pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan melalui tahap pra-kegiatan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Pelaksanaan meliputi pelatihan diversifikasi produk, penerapan *Food Dehydrator*, pengembangan kemasan, penyusunan SOP dan pendampingan pembukuan serta HPP, dan pemasaran digital. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, tanya jawab, penilaian praktik, wawancara, dan monitoring pascakegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan pengembangan dua alternatif kemasan, yaitu botol dan kaleng, penerapan satu unit *Food Dehydrator* untuk mendukung pengembangan dawet instan, penyusunan dua SOP, serta pendampingan pembukuan dan perhitungan HPP. Pemasaran digital dikembangkan melalui tiga kanal, yaitu ShopeeFood, Instagram, dan TikTok, serta menghasilkan video promosi dan katalog digital. Kegiatan menghasilkan pengembangan produk yang lebih praktis dan beragam dengan tetap mempertahankan identitas Dawet Ayu Banjarnegara.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk; Teknologi Tepat Guna; Inovasi Kemasan; Pemasaran Digital; UMKM.

Abstract: Dawet Ayu is a traditional beverage native to Banjarnegara that has the potential to be developed as a regional flagship product, but it still faces challenges in product and packaging innovation, technology implementation, business management, and marketing. This community service initiative aims to assist the Banjarnegara Dawet Ayu Association and its SME partner, Dawet Ayu Mba Ida, in developing their products through packaging innovation, the application of appropriate technology, product diversification, management strengthening, and digital marketing. The project was carried out through three phases: pre-activity, implementation, and monitoring and evaluation. The implementation phase included training on product diversification, the use of a Food Dehydrator, packaging development, the drafting of standard operating procedures (SOPs), guidance on bookkeeping and cost of goods sold (COGS) calculations, and digital marketing. Evaluation was conducted through observation, discussions, Q&A sessions, practical assessments, interviews, and post-activity monitoring. The results of the activities included the development of two packaging alternatives bottles and cans the implementation of one Food Dehydrator unit to support the development of instant dawet, the drafting of two SOPs, and guidance on bookkeeping and cost of goods sold (COGS) calculations. Digital marketing was developed through three channels ShopeeFood, Instagram, and TikTok and resulted in the creation of promotional videos and a digital catalog. The project resulted in the development of more practical and diverse products while maintaining the identity of Dawet Ayu Banjarnegara.

Keywords: Product Diversification; Appropriate Technology; Packaging Innovation; Digital Marketing; MSMEs.



Article History:

Received: 22-08-2028

Revised : 09-09-2026

Accepted: 16-09-2026

Online : 06-10-2026



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

A. LATAR BELAKANG

Dawet Ayu merupakan salah satu produk minuman tradisional yang telah menjadi bagian dari identitas kuliner Kabupaten Banjarnegara. Keberadaan Dawet Ayu tidak hanya berkaitan dengan kekayaan kuliner lokal, tetapi juga memiliki potensi ekonomi bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Karakteristik produk yang khas serta keterkaitannya dengan identitas daerah menjadikan Dawet Ayu memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai produk unggulan daerah. Pengembangan pangan tradisional sebagai produk unggulan daerah perlu didukung oleh inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, serta penguatan pengelolaan usaha agar mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar tanpa menghilangkan identitas daerahnya (Utikawati & Wulandari, 2025; Verdini et al., 2026).

Perubahan preferensi konsumen dan perkembangan industri pangan menyebabkan produk tradisional perlu melakukan penyesuaian agar tetap memiliki daya tarik di pasar. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan cita rasa, tetapi juga memperhatikan kepraktisan, tampilan kemasan, kemudahan memperoleh produk, serta informasi yang tersedia mengenai produk. Dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang dapat membentuk persepsi konsumen terhadap mutu dan profesionalitas produk pangan (Patriansah et al., 2025; Sof'i et al., 2024). Demikian pula, pemanfaatan media digital menjadi semakin penting bagi UMKM pangan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan akses kepada konsumen (Ningsih et al., 2024).

Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi bersama mitra, usaha Dawet Ayu masih menghadapi kendala pada aspek produksi, kemasan, manajemen, dan pemasaran. Kapasitas produksi sebelum kegiatan masih berkisar 5–10 kg, dengan omzet sekitar Rp350.000–700.000 pada periode penjualan yang diamati. Proses pengolahan juga masih dilakukan secara manual sehingga belum mendukung pengembangan produk dalam bentuk yang lebih praktis dan membutuhkan proses pengeringan yang lebih terkontrol. Dari aspek kemasan, produk masih menggunakan kemasan konvensional dan belum memiliki alternatif kemasan modern yang dapat mendukung pengembangan produk serta perluasan pasar. Pada aspek manajemen, proses produksi dan operasional belum terdokumentasi secara sistematis melalui SOP, sedangkan pencatatan usaha dan perhitungan harga pokok produksi (HPP) masih perlu ditingkatkan. Dari sisi pemasaran, penjualan masih terbatas dan pemanfaatan media digital belum optimal sehingga jangkauan pemasaran produk masih relatif terbatas.

Keterbatasan pada proses produksi tersebut menjadi semakin penting ketika mitra diarahkan untuk mengembangkan Dawet Ayu dalam bentuk instan. Pengembangan produk instan membutuhkan proses pengeringan yang lebih terkontrol agar proses produksi dapat dilakukan secara lebih

konsisten dan mendukung karakteristik produk yang lebih praktis untuk disimpan dan didistribusikan. Oleh karena itu, diperlukan teknologi tepat guna yang dapat membantu mengurangi ketergantungan pada proses manual melalui pengaturan kondisi pengeringan. *Food Dehydrator* dipilih sebagai teknologi pendukung karena dapat digunakan untuk mengontrol suhu dan waktu pengeringan dalam proses pengembangan Dawet Ayu instan. Penerapan teknologi tepat guna pada UMKM pangan juga telah dilaporkan dapat mendukung efisiensi produksi dan pengembangan produk (Gustalika et al., 2023; Apriyani et al., 2025).

Keterbatasan kemasan juga menjadi kendala dalam pengembangan Dawet Ayu sebagai produk unggulan daerah. Kemasan konvensional yang digunakan sebelumnya belum memberikan banyak alternatif penyajian untuk mendukung pengembangan produk ke segmen pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan inovasi kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga mampu meningkatkan kepraktisan dan citra produk. Kemasan kaleng dikembangkan sebagai salah satu alternatif karena memiliki tampilan yang lebih modern dan dapat mendukung positioning Dawet Ayu sebagai produk tradisional yang lebih praktis dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pemilihan bentuk dan bahan kemasan perlu mempertimbangkan karakteristik produk serta preferensi konsumen karena dapat memengaruhi daya tarik produk (Ginting & Hartati, 2023; Mufreni, 2016).

Kegiatan pengembangan pada tahap sebelumnya telah menghasilkan diversifikasi Dawet Ayu melalui pemanfaatan bahan alami, antara lain bunga telang dan bunga kecombrang. Pengembangan tersebut menunjukkan bahwa Dawet Ayu dapat dikembangkan melalui inovasi bahan tanpa menghilangkan karakteristiknya sebagai produk tradisional khas Banjarnegara. Pemanfaatan bunga kecombrang juga dilaporkan berpotensi meningkatkan aktivitas antioksidan pada produk Dawet Ayu, sedangkan pengembangan dengan bunga telang memberikan alternatif karakteristik dan nilai tambah produk (Naufalin et al., 2025, 2026).

Namun, hasil pengembangan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh penguatan pada aspek produksi, teknologi pengolahan, kemasan, manajemen usaha, dan pemasaran. Produk yang telah didiversifikasi masih perlu didukung oleh teknologi pengeringan untuk pengembangan produk instan, alternatif kemasan yang lebih sesuai untuk perluasan pasar, sistem pengelolaan usaha yang lebih terstruktur, serta strategi pemasaran digital. Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara potensi inovasi produk yang telah dihasilkan pada kegiatan sebelumnya dengan kesiapan mitra dalam memproduksi, mengemas, mengelola, dan memasarkan produk secara lebih berkelanjutan.

Untuk mengatasi permasalahan dan kesenjangan tersebut, kegiatan tahun kedua diarahkan pada pengembangan Dawet Ayu secara terintegrasi melalui penerapan teknologi tepat guna, inovasi kemasan, penguatan

manajemen usaha, dan pemasaran digital. *Food Dehydrator* diterapkan untuk mendukung pengembangan Dawet Ayu instan melalui proses pengeringan yang lebih terkontrol. Pengembangan kemasan dilakukan melalui alternatif botol dan kaleng, dengan kemasan kaleng sebagai salah satu inovasi utama untuk meningkatkan kepraktisan dan citra produk. Aspek manajemen diperkuat melalui penyusunan SOP, pembukuan sederhana, dan perhitungan HPP, sedangkan aspek pemasaran diperkuat melalui pemanfaatan media digital, katalog, dan konten promosi.

Kegiatan pengabdian ini merupakan bagian dari program Pengembangan Dawet Ayu sebagai Produk Tradisional Unggulan Banjarnegara Menjadi Minuman Instan Berbasis Teknologi Semi Otomatis Tahun Ke-2 yang melibatkan akademisi dan mitra UMKM dalam pengembangan produk, teknologi pengolahan, kemasan, manajemen usaha, dan pemasaran. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan efisiensi pengembangan Dawet Ayu melalui penerapan *Food Dehydrator*, mengembangkan kemasan kaleng sebagai alternatif kemasan modern, memperkuat pengelolaan usaha melalui SOP, pembukuan dan perhitungan HPP, serta memperluas pemasaran melalui media digital, sehingga Dawet Ayu dapat dikembangkan menjadi produk yang lebih praktis, menarik, dan memiliki peluang pasar yang lebih luas tanpa menghilangkan karakteristik khas Banjarnegara.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kabupaten Banjarnegara sebagai bagian dari program Pengembangan Dawet Ayu sebagai Produk Tradisional Unggulan Banjarnegara Menjadi Minuman Instan Berbasis Teknologi Semi Otomatis Tahun Ke-2. Kegiatan melibatkan dua mitra, yaitu UMKM Dawet Ayu Bu Ida Banjarnegara sebagai mitra pengembangan produk dan Peralatan Dawet RF sebagai mitra pendukung dalam pengembangan peralatan produksi. Kegiatan diikuti oleh 24 peserta yang terdiri atas mitra dan pihak perguruan tinggi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sosialisasi dan koordinasi awal, identifikasi kebutuhan mitra, pelatihan dan praktik pengembangan serta diversifikasi produk, pelatihan dan pendampingan penerapan teknologi tepat guna, pendampingan pengembangan kemasan, pelatihan manajemen usaha dan penyusunan SOP, pelatihan pemasaran digital, serta monitoring dan evaluasi. Tim akademisi Universitas Jenderal Soedirman dan Politeknik Banjarnegara berperan dalam penyampaian materi, pelatihan, pendampingan teknis, serta monitoring dan evaluasi, sedangkan mitra berperan aktif dalam mengikuti pelatihan, melakukan praktik, menerapkan teknologi dan hasil pendampingan, serta memberikan umpan balik selama kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui pendekatan penyuluhan, pelatihan, pendampingan, praktik langsung, serta monitoring dan evaluasi yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap pra-kegiatan, tim melakukan koordinasi, observasi, diskusi, dan identifikasi kebutuhan melalui visitasi ke UMKM Dawet Ayu Mba Ida. Aspek yang dikaji meliputi proses produksi, kemasan, manajemen usaha, pemasaran, serta kendala yang dihadapi. Hasil identifikasi digunakan sebagai dasar penyusunan bentuk intervensi dan program pendampingan.

Tahap pelaksanaan mencakup lima kegiatan utama, yaitu (1) pelatihan pengembangan dan diversifikasi produk Dawet Ayu melalui pengembangan varian siap konsumsi dan konsep dawet instan berbasis teknologi pengeringan dengan pemanfaatan bunga telang dan kecombrang; (2) pelatihan penggunaan *Food Dehydrator* yang meliputi fungsi, prosedur, sanitasi, dan praktik pengoperasian; (3) pendampingan pengembangan kemasan botol dan kaleng beserta penyesuaian desain dan informasi produk; (4) penyusunan SOP produksi dan operasional disertai pelatihan pembukuan sederhana dan perhitungan HPP; dan (5) pendampingan pemasaran digital melalui *ShopeeFood*, Instagram, *TikTok*, serta pembuatan video promosi dan katalog digital.

Monitoring dan evaluasi dilakukan pada dua tahap, yaitu selama pelaksanaan kegiatan dan setelah seluruh pendampingan lapangan selesai. Evaluasi difokuskan pada lima indikator yaitu (1) kemampuan mengoperasikan *Food Dehydrator*; (2) penerapan diversifikasi produk dan kemasan; (3) penyusunan dan penerapan SOP; (4) kemampuan melakukan pencatatan usaha dan perhitungan HPP; dan (5) implementasi pemasaran digital melalui media sosial dan *ShopeeFood*.

Pengukuran dilakukan menggunakan lembar observasi, daftar cek keterampilan, pedoman wawancara, dan dokumentasi kegiatan. Penilaian awal dilakukan pada tahap pra-kegiatan melalui observasi dan diskusi untuk memperoleh kondisi dasar mitra. Selama pelatihan, kemampuan mitra dinilai melalui observasi praktik langsung menggunakan daftar cek keterampilan. Evaluasi akhir dilakukan setelah pendampingan melalui observasi lapangan dan wawancara untuk menilai tingkat penerapan hasil pelatihan, keberlanjutan penggunaan teknologi, implementasi SOP, pencatatan usaha, pengembangan produk, serta aktivitas pemasaran digital. Perubahan kondisi mitra dinilai dengan membandingkan hasil pengamatan awal dan evaluasi akhir berdasarkan ketercapaian setiap indikator, kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan tindak lanjut program.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Evaluasi dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Kegiatan diawali dengan visitasi ke UMKM Dawet Ayu Mba Ida pada 4 Agustus 2026 sebagai tahap evaluasi awal dan identifikasi kebutuhan mitra. Kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama pemilik usaha untuk memetakan kondisi produksi, kemasan, manajemen usaha, dan pemasaran yang menjadi dasar penyusunan program pendampingan. Pada tahap ini, tim mengamati bahwa proses produksi masih didominasi pengolahan manual sehingga belum mendukung pengembangan produk instan yang memerlukan proses pengeringan terkontrol. Dari aspek kemasan, produk masih menggunakan kemasan konvensional tanpa alternatif kemasan modern. Selain itu, pencatatan usaha belum dilakukan secara sistematis, SOP produksi belum tersedia, dan pemasaran digital masih terbatas. Temuan tersebut dikonfirmasi melalui diskusi dengan mitra mengenai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha.

Hasil identifikasi digunakan untuk menetapkan fokus intervensi pada lima aspek utama, yaitu pengembangan produk, penerapan *Food Dehydrator*, inovasi kemasan botol dan kaleng, penyusunan SOP beserta pembukuan HPP, serta penguatan pemasaran digital. Dengan demikian, kebutuhan yang diperoleh pada tahap awal menjadi acuan dalam pelaksanaan seluruh rangkaian pendampingan berikutnya. Temuan tersebut sejalan dengan berbagai program pemberdayaan UMKM yang menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha pangan memerlukan intervensi yang bersifat menyeluruh, mulai dari aspek produksi, teknologi, kemasan, hingga pemasaran digital (Indiartho et al., 2024; Verdini et al., 2026).

2. Pengembangan Dawet Ayu dalam Kemasan Kaleng

Salah satu hasil pengembangan pada tahun kedua adalah inovasi kemasan Dawet Ayu menggunakan kemasan kaleng. Pengembangan ini dilakukan sebagai respons terhadap kebutuhan produk tradisional untuk

memiliki bentuk penyajian yang lebih praktis dan sesuai dengan perkembangan pasar. Pengembangan produk tradisional ke dalam bentuk kemasan yang lebih praktis juga telah diterapkan pada produk pangan khas daerah lainnya. Diversifikasi produk pangan tradisional melalui pengemasan dalam bentuk kaleng dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperluas peluang pemasarannya (Ikhsanudin et al., 2024).

Kemasan memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan terhadap produk sekaligus menjadi media komunikasi dengan konsumen. Pada produk pangan, kemasan berfungsi menjaga mutu selama distribusi serta meningkatkan daya tarik visual yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Inovasi desain kemasan juga telah dilaporkan dapat meningkatkan daya saing berbagai produk pangan lokal di tingkat UMKM (Patriansah et al., 2025; Sofi'i et al., 2024).



Gambar 3. Kemasan Kaleng dan Botol Produk Dawet Ayu khas Banjarnegara

Gambar 3 menunjukkan hasil pengembangan kemasan Dawet Ayu dalam dua bentuk, yaitu kemasan kaleng sebagai bentuk inovasi baru dan kemasan botol sebagai pembanding dengan kemasan yang sebelumnya digunakan. Pada tahap ini, mitra terlibat dalam proses pengembangan dan penerapan alternatif kemasan untuk memperoleh bentuk penyajian yang lebih praktis dan memiliki tampilan yang lebih modern. Kemasan kaleng menunjukkan perubahan terutama pada bentuk penyajian dan tampilan produk, sementara identitas Dawet Ayu khas Banjarnegara tetap dipertahankan melalui identitas visual pada kemasan. Hasil pengembangan ini memberikan alternatif kemasan yang dapat digunakan mitra untuk memperluas bentuk pemasaran produk, khususnya pada konsumen yang mempertimbangkan kepraktisan dan tampilan produk.

Pada produk tradisional, kemasan juga dapat menjadi sarana untuk mempertahankan identitas lokal sekaligus membangun citra produk yang lebih modern. Kemasan tidak hanya berperan dalam meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga dapat digunakan untuk menyampaikan karakter dan identitas produk kepada konsumen. Dengan demikian, perubahan kemasan dapat dilakukan sebagai bentuk modernisasi tanpa menghilangkan karakter utama produk tradisional (Ginting & Hartati, 2023).

Penggunaan kemasan kaleng memberikan alternatif terhadap kemasan konvensional. Tampilan yang lebih modern diharapkan dapat meningkatkan

daya tarik produk, terutama bagi konsumen yang lebih muda. Selain itu, bentuk kemasan yang lebih praktis dapat mendukung pengembangan Dawet Ayu sebagai produk yang dapat dipasarkan pada segmen konsumen yang lebih luas. Pengembangan kemasan tetap mempertahankan identitas Dawet Ayu sebagai produk khas Banjarnegara. Dengan demikian, modernisasi dilakukan pada aspek penyajian dan tampilan, sementara karakteristik produk tradisional tetap menjadi bagian utama dari identitas produk. Pengembangan kemasan kaleng juga memberikan peluang bagi produk tradisional untuk memasuki segmen pasar yang lebih luas karena menawarkan kesan praktis, higienis, dan modern tanpa harus menghilangkan identitas lokal sebagai ciri utama produk (Verdini et al., 2025).

3. Penerapan *Food Dehydrator* untuk Pengembangan Dawet Instan

Pengembangan teknologi tepat guna dilakukan melalui penerapan *Food Dehydrator* dalam pengembangan produk Dawet Ayu instan. Sebelumnya, sebagian proses produksi mitra masih dilakukan secara manual sehingga diperlukan teknologi yang dapat membantu menghasilkan bentuk produk yang lebih praktis dan mudah ditangani. *Food Dehydrator* digunakan pada tahap pengeringan bahan dalam proses pengembangan dawet instan. Dalam kegiatan ini, mitra diperkenalkan pada penggunaan alat, mulai dari penyiapan bahan yang akan dikeringkan, penataan bahan pada rak pengering, pengaturan kondisi pengeringan, hingga pengambilan produk setelah proses selesai. Kegiatan tersebut memberikan pengalaman langsung kepada mitra dalam mengoperasikan teknologi pengeringan sebagai bagian dari proses produksi. Teknologi pengeringan menggunakan *dehydrator* dapat menghasilkan bahan dengan kadar air yang lebih rendah sehingga berpotensi meningkatkan stabilitas penyimpanan dan memudahkan penanganan produk selama distribusi.

Pendekatan serupa telah diterapkan pada pengembangan produk herbal maupun pangan tradisional sebagai bentuk penerapan teknologi tepat guna bagi UMKM (Eka Apriyani et al., 2025). Penerapan alat tidak hanya menghasilkan alternatif proses pengeringan untuk pengembangan dawet instan, tetapi juga meningkatkan keterampilan mitra dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Selama pendampingan, mitra melakukan praktik penggunaan *Food Dehydrator* secara langsung sehingga dapat memahami tahapan pengoperasian dan fungsi alat dalam proses produksi. Pendampingan penggunaan alat menjadi penting karena keberhasilan adopsi teknologi pada UMKM dipengaruhi oleh kemampuan pengguna dalam mengoperasikan dan memelihara peralatan secara mandiri setelah program pengabdian selesai (Azrino Gustalika et al., 2023).

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa *Food Dehydrator* dapat dimanfaatkan sebagai teknologi pendukung dalam pengembangan Dawet Ayu menjadi produk instan yang lebih mudah ditangani dan berpotensi

dipasarkan dengan jangkauan yang lebih luas. Dengan demikian, teknologi yang diperkenalkan tidak berhenti pada pemberian alat, tetapi diarahkan agar dapat digunakan dan diintegrasikan oleh mitra ke dalam proses produksi sesuai kebutuhan usahanya.

4. Diversifikasi Produk Dawet Ayu

Diversifikasi menjadi salah satu strategi yang diterapkan untuk meningkatkan variasi produk Dawet Ayu. Pengembangan sebelumnya telah menghasilkan Dawet Ayu dengan penambahan bahan alami, seperti bunga telang dan bunga kecombrang. Pemanfaatan sumber pangan lokal melalui diversifikasi dapat menghasilkan produk pangan dengan karakteristik dan nilai tambah yang lebih beragam. Pengembangan tersebut juga mendukung pemanfaatan potensi bahan pangan yang tersedia di daerah agar memiliki nilai guna dan nilai ekonomi yang lebih tinggi (Nurhayati et al., 2026).

Penggunaan bahan alami tersebut menghasilkan variasi warna dan karakteristik produk sekaligus memberikan alternatif pilihan bagi konsumen. Bunga telang, misalnya, memberikan warna khas pada produk dan berpotensi meningkatkan nilai fungsional karena mengandung berbagai senyawa bioaktif, seperti antosianin, flavonoid, tanin, dan saponin, yang berpotensi memberikan aktivitas antioksidan (Naufalin et al., 2026). Dengan demikian, pemanfaatan bunga telang pada Dawet Ayu tidak hanya berfungsi sebagai pewarna alami, tetapi juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan nilai tambah produk tradisional.

Diversifikasi berbasis bahan alami menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan nilai tambah sekaligus memperkuat diferensiasi produk di tengah persaingan pasar. Pendekatan ini memungkinkan produk tradisional tetap mempertahankan karakter lokal sekaligus menghadirkan variasi yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Inovasi diterapkan pada bahan pendukung dan bentuk penyajian, sedangkan konsep dasar serta identitas Dawet Ayu tetap dipertahankan (Utikawati & Wulandari, 2025; Verdini et al., 2026).



Gambar 4. Dawet Ayu Khas Banjarnegara dengan Kemasan Pouch

Gambar 4 menunjukkan hasil diversifikasi Dawet Ayu yang telah dikembangkan dan dikemas menggunakan kemasan pouch. Pengembangan ini menghasilkan alternatif penyajian produk yang berbeda dari bentuk Dawet Ayu konvensional, sehingga produk lebih mudah ditangani, dikemas, dan dipasarkan. Diversifikasi bahan dan bentuk penyajian yang dikembangkan memberikan mitra beberapa alternatif produk untuk ditawarkan kepada konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa inovasi pada produk Dawet Ayu dapat dilakukan dengan memanfaatkan bahan pangan lokal dan menyesuaikan bentuk penyajiannya, tanpa menghilangkan identitasnya sebagai produk khas Banjarnegara.

Diversifikasi tersebut selanjutnya dapat menjadi bagian dari pengembangan portofolio produk mitra. Variasi produk memberikan peluang bagi mitra untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang berbeda. Dengan demikian, pengembangan tidak hanya menghasilkan produk dengan karakteristik yang lebih beragam, tetapi juga memberikan alternatif bagi mitra dalam mengembangkan dan memasarkan Dawet Ayu sebagai produk pangan tradisional yang memiliki nilai tambah.

5. Pendampingan SOP, Pembukuan, dan Perhitungan HPP

Pengembangan produk perlu diikuti dengan penguatan aspek manajemen usaha agar produk yang dihasilkan dapat diproduksi dan dikelola secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan dilengkapi dengan penyusunan SOP produksi dan SOP operasional yang disesuaikan dengan kegiatan usaha mitra. Pendampingan dilakukan dengan mengidentifikasi tahapan kegiatan yang selama ini dilakukan oleh mitra, kemudian menyusunnya menjadi prosedur kerja yang lebih sistematis dan mudah diikuti. Mitra dilibatkan dalam pembahasan tahapan kerja sehingga SOP yang dihasilkan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan usaha. SOP tersebut selanjutnya digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan produksi dan operasional agar proses dapat dilakukan secara lebih terarah dan konsisten.

Selain penyusunan SOP, mitra mendapatkan pendampingan pembukuan sederhana dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Pendampingan dilakukan melalui pencatatan komponen biaya yang digunakan dalam proses produksi, seperti bahan baku, bahan pendukung, kemasan, dan biaya produksi lainnya, yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam menghitung HPP produk. Mitra juga diberikan pemahaman mengenai hubungan antara HPP, harga jual, dan keuntungan sehingga penetapan harga tidak hanya didasarkan pada perkiraan. Hasil kegiatan berupa tersusunnya pedoman SOP serta penerapan pencatatan biaya dan perhitungan HPP memberikan dasar bagi mitra untuk mengelola kegiatan usaha secara lebih terstruktur. Pengelolaan usaha yang didukung SOP dan pencatatan keuangan dapat membantu UMKM dalam mengendalikan biaya produksi, menentukan harga jual secara lebih rasional, serta meningkatkan

keberlanjutan usaha (Indiarto et al., 2024). Dengan demikian, pendampingan manajemen menjadi bagian dari proses hilirisasi yang melengkapi pengembangan produk melalui penguatan kemampuan mitra dalam mengelola produksi dan usaha secara berkelanjutan.

6. Penguatan Pemasaran Digital

Pemasaran menjadi aspek lain yang dikembangkan dalam kegiatan. Produk Dawet Ayu diarahkan untuk memanfaatkan saluran pemasaran digital melalui ShopeeFood serta media sosial Instagram dan TikTok. Penggunaan media digital memungkinkan produk tradisional memiliki ruang promosi yang lebih luas dan dapat menjangkau konsumen di luar lingkungan pemasaran konvensional. Media sosial, marketplace, serta platform pemesanan makanan memberikan peluang bagi UMKM untuk membangun komunikasi yang lebih intensif dengan konsumen sekaligus memperluas cakupan pemasaran dengan biaya promosi yang relatif efisien (Astuti et al., 2025; Sukartaatmadja et al., 2023)

Dalam pelaksanaannya, mitra tidak hanya diperkenalkan pada penggunaan platform digital, tetapi juga dilibatkan dalam proses penyiapan materi promosi dan pengelolaan konten. Pembuatan konten berupa foto, video, dan katalog digital menghasilkan materi promosi yang dapat digunakan mitra untuk memperkenalkan produk secara lebih informatif dan menarik. Bagi UMKM sektor makanan, digital marketing dapat mendukung promosi produk dan memperluas jangkauan konsumen (Rabbani et al., 2025). Hasil kegiatan juga memberikan alternatif bagi mitra untuk menerima informasi dan pesanan konsumen melalui media digital secara lebih mudah. Pembuatan konten promosi berupa foto, video, dan katalog digital dapat meningkatkan daya tarik promosi karena informasi produk disampaikan secara lebih visual dan mudah dipahami oleh calon konsumen (Supriadi et al., 2026). Dengan demikian, penguatan pemasaran digital tidak hanya menghasilkan media promosi, tetapi juga memberikan keterampilan kepada mitra untuk memanfaatkan saluran digital sebagai bagian dari kegiatan pemasaran Dawet Ayu secara berkelanjutan.

7. Integrasi Inovasi Produk, Teknologi, dan Pemasaran

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan Dawet Ayu dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi. Inovasi tidak hanya diterapkan pada produk, tetapi mencakup teknologi pengolahan, kemasan, manajemen, dan pemasaran. Integrasi tersebut penting dalam pengembangan produk unggulan daerah. Integrasi antara inovasi produk, penerapan teknologi, pengembangan kemasan, serta strategi pemasaran digital menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM pangan. Program pengabdian dengan pendekatan terintegrasi menunjukkan dampak yang lebih berkelanjutan dibandingkan intervensi

yang hanya berfokus pada satu aspek pengembangan usaha (Gustalika et al., 2023; Indiarto et al., 2024; Sofi'i et al., 2024).

Produk yang memiliki kemasan modern tetapi tidak didukung oleh proses produksi yang baik akan menghadapi kendala dalam keberlanjutan produksinya. Sebaliknya, teknologi yang baik perlu didukung oleh manajemen dan pemasaran agar produk dapat diterima dan dikembangkan di pasar. Dalam konteks Dawet Ayu Banjarnegara, pendekatan tersebut diarahkan untuk menghasilkan transformasi produk tradisional tanpa menghilangkan identitas lokalnya. Cita rasa dan karakter Dawet Ayu tetap menjadi dasar pengembangan, sedangkan teknologi, kemasan, dan strategi pemasaran disesuaikan dengan kebutuhan konsumen saat ini.

Tabel 1. Evaluasi Indikator Keberhasilan Kegiatan

No.	Aspek	Indikator Capaian
1	Kemasan	2 jenis kemasan: botol dan kaleng
2	Produk	1 produk Dawet Ayu instan dikembangkan
3	Teknologi	1 unit <i>Food Dehydrator</i> diterapkan
4	SOP	2 dokumen SOP: produksi dan operasional
5	Pembukuan dan HPP	1 format pembukuan dan perhitungan HPP diterapkan
6	Pemasaran digital	3 kanal: ShopeeFood, Instagram, dan TikTok
7	Materi promosi	3 bentuk materi: foto, video, dan katalog digital

Berdasarkan Tabel 1, capaian kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan Dawet Ayu telah menghasilkan keluaran yang terukur pada aspek produk, teknologi, kemasan, manajemen, dan pemasaran. Pada aspek produk dan teknologi, dikembangkan satu produk Dawet Ayu instan dengan dukungan penerapan satu unit *Food Dehydrator*. Pada aspek manajemen, tersusun dua dokumen SOP serta diterapkan format pembukuan dan perhitungan HPP. Sementara itu, pada aspek pemasaran telah dikembangkan tiga kanal pemasaran digital yang didukung oleh materi promosi berupa foto, video, dan katalog digital. Capaian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya menghasilkan inovasi pada produk, tetapi juga menyediakan perangkat pendukung produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran yang dapat digunakan mitra dalam pengembangan usaha.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menghasilkan beberapa capaian terukur dalam pengembangan Dawet Ayu Banjarnegara. Capaian tersebut meliputi pengembangan dua jenis kemasan, yaitu botol dan kaleng; pengembangan satu produk Dawet Ayu instan; serta penerapan satu unit food dehydrator sebagai teknologi pengolahan. Pada aspek manajemen usaha, telah disusun dua dokumen SOP, yaitu SOP produksi dan SOP operasional, serta diterapkan format pembukuan dan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP). Pada aspek pemasaran, telah dikembangkan tiga

kanal pemasaran digital, yaitu ShopeeFood, Instagram, dan TikTok, yang didukung oleh materi promosi berupa foto, video, dan katalog digital. Capaian tersebut menunjukkan bahwa program menghasilkan keluaran pada aspek produk, teknologi, kemasan, manajemen usaha, dan pemasaran yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan Dawet Ayu khas Banjarnegara dengan tetap mempertahankan identitas lokal.

Pengembangan kegiatan selanjutnya disarankan mencakup uji mutu dan daya simpan Dawet Ayu, terutama pada produk instan dan bentuk kemasan yang telah dikembangkan, untuk menentukan karakteristik mutu dan umur simpan produk. Selain itu, perlu dilakukan uji penerimaan konsumen untuk mengetahui tingkat kesukaan terhadap varian produk, kemasan, dan atribut sensori. Aspek legalitas produk pangan juga perlu ditindaklanjuti sesuai jenis produk dan bentuk pemasarannya. Dari sisi produksi, diperlukan peningkatan kapasitas dan efisiensi proses melalui evaluasi penggunaan food dehydrator dan penyempurnaan SOP. Selanjutnya, efektivitas pemasaran digital perlu dievaluasi berdasarkan data penjualan, jumlah pesanan, dan respons konsumen setelah penerapan ShopeeFood dan media sosial sehingga strategi pemasaran dapat disesuaikan berdasarkan hasil yang terukur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Kemdiktisaintek melalui program Pemberdayaan Mitra Usaha Produk Unggulan Daerah tahun 2026 dengan nomor kontrak B/2281/UN23.18/PM.01.01/2026, serta ucapan terima kasih kepada Universitas Jenderal Soedirman, Politeknik Banjarnegara, Paguyuban Dawet Ayu Banjarnegara, serta mitra UMKM Dawet Ayu Mba Ida dan Peralatan Dawet RF atas dukungan, kerja sama, dan partisipasinya dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan Dawet Ayu Banjarnegara.

DAFTAR RUJUKAN

- Astuti, R. Y., Musthafa, A., Wibisono, V. F., Lahuri, S. Bin, & Mahfudz, A. A. (2025). Digitalisasi Pemasaran Produk Berbasis Website Guna Memperluas Jangkauan Pasar Pada Usaha Mikro Savira Frozen Food Ponorogo. *Journal Of Community Empowerment*, 4(1), 110. <https://doi.org/10.31764/Jce.V4i1.31352>
- Azrino Gustalika, M., Wijayanto, A., & Irma Suryani, R. (2023). Utilizing Appropriate Technology For Enhancing Production And Digital Marketing Of Traditional Food Through A Website. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(3), 441–451. <https://doi.org/10.26905/Abdimas.V8i3.11031>
- Dianta, I. A., Zainudin, A., Savitri, S. D. D., Zusrony, E., & Santoso, A. B. (2024). Pemanfaatan Website Berbasis Search Engine Optimization (Seo) Sebagai Promotion Media Produk Umkm Makanan Khas Di Jawa Tengah. *Go Infotech: Jurnal Ilmiah Stmik Aub*, 30(2), 167–175. <https://doi.org/10.36309/Goi.V30i2.305>

- Eka Apriyani, M., Nur Hamdana, E., & Adriati Wijayanti, R. (2025). Optimalisasi Produksi Dan Pemasaran Jamu Tradisional Melalui Dehydrator, Pencacah Jamu, Dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9298–9304. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i2.3387>
- Ginting, C., & Hartati, F. A. (2023). Analisis Minat Beli Konsumen Berdasarkan Kemasan Produk Makanan Dan Minuman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3).
- Ikhsanudin, A., Lolita, L., & Novitasari, P. R. (2024). Pendampingan Diversifikasi Olahan Ikan Beong (*Hemibagrus nemurus*) Kaleng Kuliner Khas Borobudur Dengan Metode Pasteurisasi Pada Ukm Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Berbasis Gastronomy Tourism. *Jurnal Surya Masyarakat*, 7(1), 150. <https://doi.org/10.26714/Jsm.7.1.2024.150-153>
- Indiarto, R., Fedryansyah, M., & Subroto, E. (2024). Peningkatan Mutu, Kemasan, Dan Digital Marketing Pada Ukm Keripik Pisang Dalam Upaya Kebangkitan Ekonomi Pasca Pandemi. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(1), 1347. <https://doi.org/10.31764/Jmm.V8i1.20672>
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Narti, S. (2024). Pengaruh Aroma Dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Minyak Serai Wangi (*Cymbopogon nardus* L) Ukm Shafaluna, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Agrita (Agri)*, 6(2), 165. <https://doi.org/10.35194/Agri.V6i2.4743>
- Naufalin, R., Wicaksono, R., Bawono, I. R., Cahyani, D. A., Latifasari, N., Agami, R. T. H. P., Saputri, I. A. A. G., & Faradhila, N. (2026). Pengembangan Dawet Ayu Fungsional Tinggi Antioksidan Dengan Bunga Telang. In *Bunga Rampai Ilmu Pangan* (Pp. 113–125).
- Naufalin, R., Wicaksono, R., Bawono, I. R., Cahyani, D. A., Latifasari, N., Hapsari, R. T., & Saputri, I. A. A. G. (2025). Development Of Functional Dawet Ayu With High Antioxidant Activity Through The Addition Of Torch Ginger Flower Powder With Foam Mat Srying Method. *Indonesian Journal Of Food Technology*, 4(2), 235. <https://doi.org/10.20884/1.Ijft.2025.4.2.18237>
- Ningsih, G., Karningsih, E., & Purwasih, R. (2024). Pengaruh Digital Marketing Ukm Makanan Minuman Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Agribisnis Dan Komunikasi Pertanian (Journal Of Agribusiness And Agricultural Communication)*, 7(1), 68. <https://doi.org/10.35941/Jakp.7.1.2024.13817.68-77>
- Nurhayati, Hidayah, N., Naufalin, R., Brilliantama, A., Lopulalan, C. G. C., Purba, J. H., Suprijono, M. M., & Widyawati, P. S. (2026). *Mengkaji Sumber Marginal Jilid 4*.
- Patriansah, M., Heryati, A., & Pambudi, D. R. (2025). Pelatihan Terapan Teknologi, Kemasan Dan Labeling Produk Untuk Meningkatkan Nilai Beli Konsumen Dan Pemasaran Bagi Mitra Ukm Keripik Peyek Syahira. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 9(3).
- Putri, A. R. C., & Riofita, H. (2024). Peran Kemasan Produk Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3).
- Putri, N. R., & Cahyono, A. N. (2025). Penguatan Kapasitas Perempuan Ukm Pangan Melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(3).
- Rabbani, Q. S., Ivonne Dellia Putri, & Fanisa Syifa Satira. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Promosi Ukm Dalam Pengembangan Usaha Makanan. *Dinamika Ekonomi*, 110–114. <https://doi.org/10.29313/Jde.V16i1.4156>
- Sofi'i, Y. K., Sudarman, S., & Nugroho, W. S. (2024). Peningkatan Daya Saing Ukm Mimi Roti Melalui Penerapan Teknologi Pengemasan Dan Pemasaran

- Digital. *Pengabdianmu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(5), 906–911. <https://doi.org/10.33084/Pengabdianmu.V9i5.6665>
- Sukartaatmadja, S., Hermawan, Y., & Silaen, U. (2023). Pengembangan Kualitas Produk Umkm Melalui Inovasi Kemasan Dan Digital Marketing Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(1). <https://doi.org/10.37641/Jadkes.V4i1.2423>
- Supriadi, S., Khaeru Ahmadi, R., Saadah, S., Dewabrata, B., & Prio Eko Rahardjo, R. (2026). Edukasi Media Untuk Umkm: Workshop Desain Konten Promosi Digital Untuk Umkm Makanan Tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 17235–17241. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i3.4895>
- Utikawati, A. N., & Wulandari, I. (2025). Optimalisasi Nilai Jual Komoditas Lokal Melalui Diversifikasi Produk Dan Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Sebagai Media Promosi. *Bakira: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 269–276. <https://doi.org/10.30598/Bakira.2025.6.2.269-276>
- Verdini, L., Kalsum, N., Khoerunnisa, T. K., Ananta, E., & Azzahra, S. T. (2026). Dari Tradisional Ke Digital: Transformasi Daya Saing Umkm Keripik Sale Pisang Melalui Inovasi Kemasan Dan E-Commerce. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 10(2), 1691. <https://doi.org/10.31764/Jmm.V10i2.38028>
- Wardani, N. K., Susanti, R., & Widiatningrum, T. (2021). Telaah Studi Kandungan Probiotik Pada Fermentasi Makanan Khas Di Pulau Jawa. *Jurnal Sains Teknologi Dan Lingkungan*, 7(1), 50–58. <https://doi.org/10.29303/Jstl.V7i1.208>