

AKHMAD DWI KURNIAWAN NPM 18.03.3.1.1.000.54. **Pengembangan Produk Jamu Kunyit Menggunakan Metode *Value Engineering* (Studi Kasus : UMKM Madura Sari Sampang)**, dibawah bimbingan **Rakhmawati, S.TP., M.T** dan **Dr. Darimiyya Hidayati, S.TP., M.P**

ABSTRAK

Jamu kunyit merupakan minuman herbal khas Indonesia yang biasanya terbuat dari rimpang kunyit. Senyawa yang terdapat dalam kunyit (kurkumin dan minyak atsiri) yang mempunyai peranan penting sebagai antioksidan, antitumor, anti kanker, antipikun, menurunkan kadar lemak dan kolesterol dalam darah dan hati, antimikroba, antiseptik serta antiinflamasi (Mattiro et al. 2020). *Value engineering* merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam pengembangan produk ini. Menurut (Ulya et al. 2020) tujuan penelitian ini yaitu Untuk mengetahui atribut dan alternatif terbaik dalam pengembangan produk jamu kunyit dengan menggunakan metode *value engineering* sesuai dengan keinginan konsumen. Penelitian ini akan berguna untuk memfokuskan atau mengarahkan kepada kebijakan yang telah di lakukan dalam strategi pengembangan *value engineering* berdasarkan struktur yang telah dibangun untuk pengembangan produk terhadap jamu kunyit. Hasil yang diperoleh untuk 3 atribut yang terpilih yaitu bahan, takaran bahan dan kemasan. Produk jamu kunyit celup yang terpilih yaitu alternatif ke 1 dengan nilai (*value*) sebesar 1,106. Alternatifnya yaitu kunyut + gula aren, perbandingan 2:1 dengan kemasan box. Rasio nilai tambah jamu celup dengan metode *value engineering* sebesar 87, 570% dengan persentase keuntungan 46,687% dari produk sebelumnya dan nilai tambah sebesar Rp7.003.

Kata Kunci : Jamu Kunyit, Jamu Celup, Pengembangan Produk, *Value Engineering*

AKHMAD DWI KURNIAWAN NPM 18.03.3.1.1.000.54. **The Development of Turmeric Herbal Products Using The Value Engineering Method (Studi Kasus : UMKM Madura Sari Sampang)**, under the guidance of **Rakhmawati, S.TP., M.T** and **Dr. Darimiyya Hidayati, S.TP., M.P**

ABSTRACT

Turmeric herb is a typical Indonesian herbal drink which is usually made from turmeric rhizome. Compounds contained in turmeric (curcumin and essential oils) have important roles as antioxidants, antitumors, anti-cancer, antisenile, lowering fat and cholesterol levels in the blood and liver, antimicrobial, antiseptic and anti-inflammatory (Mattiro et al. 2020). Value engineering is one method that can be used in the development of this product. According to (Ulya et al. 2020) the purpose of this study is to find out the attributes and the best alternatives in the development of herbal turmeric products using the value engineering method according to consumer desires. This research will be useful to focus or direct the policies that have been carried out in the value engineering development strategy based on the structure that has been built for product development of herbal turmeric. The results obtained for the 3 selected attributes are materials, ingredients and packaging. The selected dip turmeric herbal product is the 1st alternative with a value of 1.106. The alternative is turmeric + palm sugar, a 2:1 ratio with box packaging. The ratio of added value of herbal dip using the value engineering method is 87.570% with a profit percentage of 46.687% from the previous product and an added value of Rp. 7,003.

Keyword : Turmeric Herb, Dipping Herbs, Product Development, Value Engineering