

Peningkatan Kapasitas Produksi Jamu Instan KWT Sri Rejeki Melalui Penggunaan Mesin Peras Empon-Empon

Increasing The Production Capacity of KWT Sri Rejeki's Instant Herbs Through The Use of Empon-Empon Squeezing Machine

Setyo Nurwaini^{1*}, Rita Wijayanti², Ambar Yunita Nugraheni¹, Muhammad Maslakul Abid¹, Farrel Maulana Wibowo¹, Yuwandira Kurniawati¹, Galuh Fachriani¹, Fahmi Alief Maulana¹, Afrizal Mubarak¹, Nurul Baiti¹, Mursalina Nanda Aurum¹

¹Fakultas Farmasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

*Email: sn164@ums.ac.id

(Diterima 29-12-2023; Disetujui 17-02-2024)

ABSTRAK

Ibu-ibu Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Rejeki, Bendosari, Cabeyan, Sukoharjo telah membuat produk jamu (jahe, temulawak, dan kunyit asam) instan dan telah melakukan kegiatan penjualan produk. Penjualan produk dilakukan pada kegiatan-kegiatan insidental yang ada di kabupaten Sukoharjo. Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk meningkatkan kapasitas produksi jamu instan yang diproduksi oleh ibu-ibu KWT. Metode yang digunakan adalah pelatihan pembuatan jamu instan dengan menggunakan alat peras empon-empon dalam salah satu prosesnya. Penggunaan mesin peras mengurangi waktu yang diperlukan untuk memeras empon-empon yang, sehingga dalam satu siklus pembuatan, jumlah produksi jamu instan meningkat. Pemasaran melalui akun media sosial juga dilakukan untuk produk jamu instan yang dibuat.

Kata kunci: mesin peras, produksi, jamu instan, kelompok wanita tani, desa Cabeyan

ABSTRACT

Women from the Women's Farmers Group (KWT) Sri Rejeki, Bendosari, Cabeyan, Sukoharjo have made instant herbal medicine products (ginger, ginger and sour turmeric) and have carried out product sales activities. Product sales are carried out at incidental activities in Sukoharjo district. The aim of this service activity is to increase the production capacity of instant herbal medicine produced by KWT women. The method used is training in making instant herbal medicine using an empon-empon squeezer in one of the processes. The use of a pressing machine reduces the time required to squeeze empon-empon, so that in one manufacturing cycle, the amount of instant herbal medicine production increases. Marketing via social media accounts is also carried out for the instant herbal products that are made.

Keywords: squeezing machine; production; instant herbal medicine; farmer women's groups; Cabeyan village

PENDAHULUAN

KWT Sri Rejeki, Cabeyan, Bendosari, Sukoharjo merupakan salah satu Kelompok Wanita Tani yang telah berdiri sejak tahun 2009. Dengan anggota 30 orang, ibu-ibu di KWT Sri Rejeki melakukan berbagai kegiatan di antaranya menanam dan mengelola penjualan tanaman empon-empon seperti jahe, kunyit, dan temulawak. Pada tahun 2022, tim dosen dan mahasiswa dari Fakultas Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, dan Pendidikan Biologi FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) melakukan kegiatan untuk meningkatkan pemanfaatan tanaman empon-empon menjadi produk jamu instan. Pemanfaatan lahan pekarangan untuk penanaman empon-empon merupakan salah satu tema dalam kegiatan

tersebut [1]. Dalam kegiatan tersebut, dipaparkan manfaat tanaman empon-empon untuk kesehatan, serta cara pengolahannya menjadi produk jamu instan [2].

Setelah mengikuti serangkaian kegiatan pelatihan oleh tim pengabdian, ibu-ibu KWT Sri Rejeki sudah menjual produk jamu instan yang dibuat yaitu jahe instan, temulawak instan, dan kunyit asam instan. Kegiatan penjualannya terbatas di lingkungan sekitar dan pada kegiatan insidental seperti kegiatan pameran di lingkungan kabupaten Sukoharjo. Produk juga sudah dipromosikan melalui Instagram (Gambar 1), akan tetapi belum menghasilkan peningkatan penjualan produk.



Gambar 1. Produk jamu instan: kunyit asam instan, temulawak instan, dan jahe instan yang sudah dibuat oleh Ibu-Ibu KWT Sri Rejeki (Sumber: Instagram kwt_srirejeki)

Di Indonesia, orang terbiasa menggunakan media sosial untuk melakukan kegiatan jual beli. Lebih dari 60% (170 juta) orang Indonesia dalam sehari menggunakan media sosial selama waktu 3 jam 14 menit. Youtube, Whatsapp, Instagram, dan Facebook masih menjadi 4 media sosial utama [3]. Dalam perkembangannya, TikTok juga menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh orang Indonesia. Selain itu, sejak masa pandemi budaya transaksi jual beli secara online meningkat sangat pesat. Berdasarkan penelitian, 80% responden berusia 10-20 tahun melakukan transaksi di *e-commerce* secara rutin setidaknya 1 kali dalam sebulan. Sedangkan responden berusia 20-29 tahun, 57% responden yang rutin transaksi di *e-commerce*. Awalnya pada masa pra pandemi hanya 8% responden usia 10-20 tahun yang secara rutin melakukan transaksi online di *e-commerce*, angka ini melonjak menjadi 21% di masa pandemi Covid-19 [4].

Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia merupakan pasar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan produk. Strategi pemasaran digital menggunakan media sosial yang sudah ada merupakan salah satu cara yang dapat ditempuh. Pemasaran digital memiliki beberapa keunggulan, di antaranya komunikasi antara penjual dengan pembeli yang lebih mudah, sistem pembayaran juga beragam, dan lebih

memudahkan semua pihak, dan efisiensi waktu maupun tempat [5]. Bertambahnya aktivitas dalam dunia digital tentunya memberikan peluang yang sangat besar untuk memasarkan produk jamu instan secara online. Pada Usaha Jamu Si Nok, setelah dilakukan penerapan strategi pemasaran pada variasi jenis dan format konten maka didapatkan hasil peningkatan mencapai 200 % (dari kisaran 10 ribu *users* menjadi 20an ribu), serta peningkatan *engagement* menjadi 135 (meningkat sebanyak 85 *engagements*), dan peningkatan jumlah produk terjual [6].

Untuk meningkatkan volume penjualan produk, dan promosi produk yang lebih baik, perlu dilakukan kegiatan peningkatan produksi di samping pendampingan pemasaran produk jamu instan. Kegiatan pelatihan alih teknologi mesin peras empon-empon dan pelatihan pemasaran yang meliputi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang belum teraplikasikan dengan baik, diupayakan untuk dapat diterapkan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan pemasaran produk.

BAHAN DAN METODE

Sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu anggota Kelompok Wanita Tani Sri Rejeki. Kegiatan ini dilakukan di KWT Sri Rejeki Desa Cabeyan, Kecamatan Bendosari, Kabupaten Sukoharjo, pada bulan Juli-Agustus 2023. Metode yang digunakan yaitu dengan:

1. Kegiatan pelatihan pembuatan jamu instan yang baik. Alih teknologi berupa penggunaan mesin peras empon-empon yang digunakan untuk meningkatkan jumlah jamu yang dapat diproduksi dalam tiap siklus pembuatan jamu instan.
2. Pendampingan optimalisasi media sosial untuk kegiatan pemasaran produk jamu instan yang telah dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian tahap pertama adalah pelatihan penggunaan mesin peras empon-empon jamu di era *digital marketing*. Acara ini dilaksanakan pada dalam rentang bulan Oktober-Desember 2023, bertempat di rumah Ibu Giyatmi selaku ketua KWT Sri Rejeki. Sebanyak 20 anggota KWT aktif mengikuti kegiatan pelatihan.

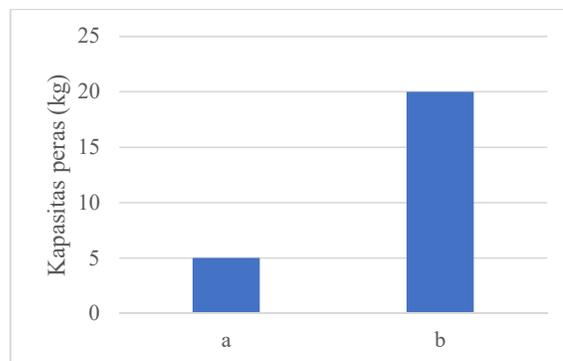


Gambar 2. Mesin peras empon-empon dan Produk Jamu Instan di KWT Sri Rejeki, Cabeyan, Bendosari, Sukoharjo

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai dengan penyampaian materi, pelatihan penggunaan alat peras, pelatihan pembuatan jamu instan sampai pengemasan, dan kegiatan pemasaran melalui akun media sosial Instagram dan Shopee (Gambar 2).

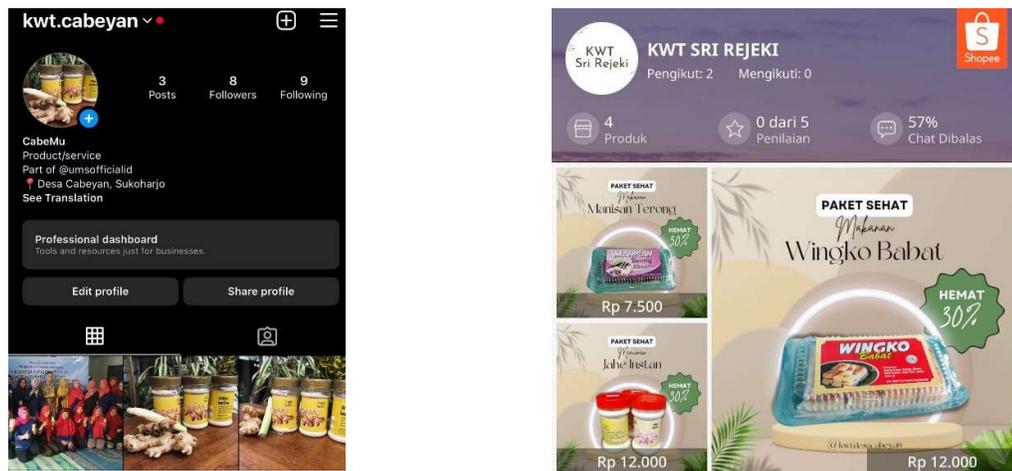
Berdasarkan informasi yang diperoleh dari ibu-ibu KWT, terdapat perubahan signifikan yang proses produksi setelah menggunakan mesin peras empon-empon. Saat menggunakan *juicer/blender*, dalam sekali siklus produksi, hanya mampu membuat sekitar 5 kg empon-empon yang secara keseluruhan menghabiskan waktu sekitar 3 jam sampai semua proses pembuatan jamu instan selesai. Setelah menggunakan mesin peras, dalam waktu sekitar 3 jam dapat diproduksi hingga 20 kg empon-empon. Reduksi waktu yang sangat signifikan karena pada proses pemerasan empon-empon menjadi sangat singkat (Gambar 3).

Mesin peras yang digunakan ini menggunakan bahan bakar bensin, dan mudah dioperasikan. Saat empon-empon dimasukkan ke corong alat, dan alat mulai bekerja memeras empon-empon, dapat sambil melakukan persiapan tahapan selanjutnya. Hal ini juga menjadi penyebab waktu pembuatan produk lebih singkat.



Gambar 3. Jumlah empon-empon yang digunakan dalam sekali proses pembuatan (a) sebelum penggunaan mesin peras; (b) setelah penggunaan mesin peras

Media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi dan pemasaran adalah Instagram dan Shopee (Gambar 4). Melalui media tersebut, ibu-ibu KWT memulai aktivitas pemasaran produk secara online. Pemasaran secara online merupakan salah satu cara pemasaran produk selain cara pemasaran secara konvensional, yaitu melalui kegiatan penjualan melalui toko-toko di Sukoharjo dan dalam kegiatan pameran yang diikuti oleh KWT Sri Rejeki.



Gambar 4. Media Sosial Instagram dan Shopee yang digunakan oleh KWT Sri Rejeki

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian telah meningkatkan kemampuan produksi jamu instan yang dibuat oleh peserta ibu-ibu KWT Sri Rejeki dan memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk. Kegiatan perlu dilanjutkan dengan pendampingan pemasaran produk melalui media sosial dan *marketplace* yang telah dibuat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini di tahun anggaran 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E.R. Wikantyasning, S. Nurwaini, E. Setyaningsih, D. Hanwar, I.T.D Kusumowati, L.R. Rakhma, R. Munawaroh, Z. Choliso, A.Y. Nugraheni, R. Azanti, Y.A. Rahma, S.N. Khoirunnisa, M.I. Al-Afghani, A.W. Kurniawan, K. Khoirunnisa, B.A. Fitria, A.T. Aurellia, R.A. Anjani, C.R. Utami, "Optimalisasi Lahan Pekarangan Dan Tanaman Empon-Empon Di Desa Cabeyan, Bendosari, Sukoharjo," *Abdimas Galuh*, Vol.4 no. 2, pp. 1065-1070, September 2022.

- [2] L. R. Rakhma, Z. Cholisoh, S. Nurwaini, D. Hanwar, E.R. Wikantyasning, I.T.D. Kusumowati, R. Munawaroh, A.Y. Nugraheni, R. Azanti, E. Setyaningsih, “Sosialisasi Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga untuk Pencegahan Paparan Covid-19 di Desa Cabeyan, Sukoharjo, Jawa Tengah,” *I-Com: Indonesian Community Journal*, vol. 2, no. 2, pp. 251–258, Jul. 2022, doi: 10.33379/icom.v2i2.1468.
- [3] Wearesocial, <https://wearesocial.com/id/blog/2023/07/social-media-use-reaches-new-milestone/>.
- [4] N. A. Rakhmawati, A. E. Permana, A. M. Reyhan, and H. Rafli, “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Teknoinfo*, vol. 15, no. 1, p. 32, Jan. 2021, doi: 10.33365/jti.v15i1.868.
- [5] H.D. Fadly dan S. Utama, “Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding di Tengah Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ecoment Global*, Volume 5 Nomor 2 Edisi, pp. 213-221, Agustus 2020”, [Online]. Available: <https://apjii.or.id/>
- [6] P. Andryas, T. Pujiyanto, and S. H. Putri, “Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada Usaha Jamu Si Nok Dengan Menggunakan Metode Sostac Implementation Of Digital Marketing Strategy On Usaha Jamu Si Nok Using Sostac Method,” vol. 7, no. 2, pp. 674–685, 2023, doi: 10.21776/ub.jepa.2023.007.02.21.
- [7] I. Cahyaningsih *et al.*, “Pengaruh Penyuluhan terhadap Tingkat Pengetahuan Masyarakat tentang Analgetik di Kecamatan Cangkringan Sleman Effect of Education on the Level of Community Knowledge about Analgesic in Cangkringan, Sleman Regency, Yogyakarta.” *Mutiara Medika*, Vol. 13, no 2, pp. 98-104, Mei 2013.
- [8] E. A. Iyong, B. H. R. Kairupan, and S. Engkeng, “Pengaruh Penyuluhan Kesehatan Terhadap Pengetahuan Tentang Gizi Seimbang Pada Peserta Didik Di SMP Negeri 1 Nanusa Kabupaten Talaud,” *Jurnal Kesmas*, Vol. 9, no. 7, pp 59-66, Des 2020.