

## PENDAMPINGAN UMKM MINUMAN HERBAL DI WILAYAH RUNGKUT SURABAYA

Alfian Hendra Krisnawan<sup>1\*</sup>, Fawandi Fuad Alkindi<sup>2</sup>, Indarini<sup>3</sup>, Eko Setyo Wahyudi<sup>4</sup>

<sup>1,2,4</sup> Fakultas Farmasi, Universitas Surabaya

<sup>3</sup> Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

\* Penulis Korespondensi : [alfian\\_hendra\\_k@staff.ubaya.ac.id](mailto:alfian_hendra_k@staff.ubaya.ac.id)

### Abstrak

Pandemi COVID-19 memberikan dampak pada aspek kesehatan dan perekonomian bagi masyarakat, khususnya di wilayah Surabaya. Hal tersebut mengharuskan masyarakat supaya lebih jeli dalam memanfaatkan peluang usaha pada masa pandemi ini. Program abdimas ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM agar dapat mengembangkan usahanya ditengah kondisi pandemi COVID-19 yang terjadi saat ini. Pendampingan dilakukan pada salah satu mitra UMKM di Rungkut yang bergerak di bidang produksi dan penjualan minuman herbal yaitu Sinom Lestari dengan pemilik ibu Lestari. Pelaksanaan program abdimas dilakukan dalam 3 tahap, yaitu pendampingan pembuatan formula minuman instan, pendampingan proses produksi, serta pendampingan teknik pemasaran. Hasil yang didapatkan dari program pendampingan ini adalah pembuatan 3 produk minuman instan, yaitu jahe instan, temulawak instan dan kunyit instan. Produk tersebut dibuat sebanyak 108 produk dan dipasarkan melalui online dan offline. Peningkatan omset yang didapatkan oleh mitra setelah menambah jenis produk tersebut adalah 246%. Pencapaian tersebut diharapkan dapat meningkatkan tingkat perekonomian mitra UMKM, dan secara umum dapat meningkatkan kesehatan masyarakat, khususnya wilayah Rungkut Surabaya.

**Kata kunci:** Pendampingan, UMKM, Minuman Herbal, Rungkut Surabaya

### Abstract

The COVID-19 pandemic has impacted the health and economic aspects of the community, especially in Surabaya. This situation requires the public to be more careful in taking advantage of business opportunities during this pandemic. This abdimas program aims to help MSME subjects to be able to develop their businesses among the COVID-19 pandemic. Assistance was provided to one of the MSME partners in Rungkut who has activities in producing and selling herbal drinks, namely Sinom Lestari, with the owner Mrs. Lestari. The implementation of the abdimas program is carried out in 3 stages, specifically accompaniment in the manufacture of instant drink formulas, the production process, and marketing techniques. The results obtained from this accompaniment program are the manufacture of 3 instant beverage products, namely instant ginger, instant temulawak, and instant turmeric, with 108 products totally were made and marketed online and offline. MSME partners' increased turnover after adding these products was 246%. This achievement is expected to increase the economic level of MSME partners, and in general, it can improve public health, especially in the Rungkut, Surabaya.

**Keywords:** Accompaniment, MSME, Herbal Drinks, Rungkut Surabaya

### 1. PENDAHULUAN

Surabaya merupakan salah satu kota yang terkena dampak dari penyebaran penyakit COVID-19 selama hampir dua tahun terakhir. Dampak dirasakan oleh warga Surabaya antara lain pada aspek kesehatan dan perekonomian. Terhitung hingga tanggal 21 Maret 2021, tercatat sebanyak 22.365 kasus terkonfirmasi positif

COVID-19, 20.836 terkonfirmasi sembuh dan sebanyak 1342 warga Surabaya terdata meninggal karena COVID-19 (Pemerintah Kota Surabaya, 2021). Maraknya penyebaran COVID-19 di Surabaya dan sekitarnya menyebabkan pemerintah baik dari Kota Surabaya maupun Provinsi Jawa Timur menerapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan pemberlakuan

pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) pada awal tahun 2021. Pemberlakuan pembatasan tersebut bertujuan untuk mengurangi tingkat penyebaran COVID-19 di Surabaya dan sekitarnya, tetapi juga memunculkan dampak pada perekonomian warga Surabaya. Dampak pada aspek perekonomian paling dirasakan oleh pelaku UMKM dan pelaku perdagangan lainnya karena terjadinya penurunan animo masyarakat dalam pembelian produk, sehingga pemasukan pelaku UMKM menjadi berkurang bahkan beberapa pelaku usaha tidak ada pemasukan sama sekali. Hal tersebut berdampak pada pengurangan jumlah karyawan (PHK) untuk mengurangi biaya produksi atau bahkan bisa sampai menyebabkan pelaku usaha atau perusahaan tersebut gulung tikar, khususnya di wilayah Surabaya. Maraknya PHK dan semakin sulitnya untuk menambah penghasilan maka masyarakat harus lebih jeli dalam memanfaatkan peluang yang ada pada masa pandemi ini (Fathoni, 2019).

Peluang untuk meningkatkan penghasilan pada kondisi ekonomi yang sulit di masa pandemi seperti ini salah satunya adalah dengan memproduksi atau menjual sesuatu yang berhubungan dengan higienitas ataupun peningkatan sistem imun tubuh. Perilaku masyarakat ketika pandemi juga berdampak pada konsumsi suplemen dan multivitamin, bahkan kebutuhan masker dan hand sanitizer juga mengalami peningkatan pesat pada awal tahun 2020 (Gunawan, 2020; Yuliawati & Djannah, 2020). Peluang dalam menyediakan produk yang dapat meningkatkan sistem imunitas tubuh dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM minuman herbal. Salah satu UMKM di daerah kecamatan Rungkut, Surabaya, sudah melakukan produksi dan penjualan minuman herbal antara lain sinom dan beras kencur. Penyuluhan dan pelatihan pembuatan minuman fungsional juga sudah dilakukan di kecamatan Rungkut, khususnya di RW 06. Pelatihan yang diberikan adalah pembuatan minuman serbuk instan yang mengandung bahan baku utama jahe, kunyit dan temulawak, dimana bahan-bahan tersebut sudah terbukti dapat meningkatkan imunitas tubuh (Krisnawan *et al.*, 2021). Temulawak dengan nama latin *Curcuma xanthorrhiza* mengandung fenandran, fumerol, kurkumin dan desmetoksikurkumin dapat berkhasiat sebagai antioksidan dan imunostimulan. Kunyit (*Curcuma longa* / *Curcuma domestica*) mengandung Kurkuminoid, minyak atsiri dan karbohidrat yang dapat digunakan sebagai antivirus, antiinflamasi dan imunomodulator, sedangkan jahe atau *Zingiber officinale* diketahui mengandung gingerol, oleoresin dan shogaol yang juga berkhasiat imunomodulator dan antivirus (BPOM, 2020).

Sasaran program abdimas adalah mitra yang telah melakukan UMKM minuman herbal, sehingga sudah memiliki pengalaman dalam produksi dan pemasaran meskipun dalam skala kecil. Salah satu warga RW 06 kecamatan Rungkut, Surabaya yang melakukan usaha UMKM minuman herbal adalah ibu Lestari. Produk minuman herbal yang sudah diproduksi dan dipasarkan oleh ibu Lestari adalah sinom. Dalam kegiatan perdagangan, ibu Lestari sudah memiliki surat ijin usaha perdagangan (mikro) dengan nama Sinom Lestari. Analisis situasi yang dilakukan oleh tim abdimas pada usaha yang dilakukan mitra antara lain : keterbatasan jenis produk minuman herbal, kapasitas produksi, desain kemasan dan teknik pemasaran, khususnya pada masa pandemi COVID-19. Jenis minuman herbal yang diproduksi hanya satu jenis, yaitu sinom, dengan kemasan yang sederhana menggunakan botol plastik berlabel stiker. Kapasitas produksi sinom hanya 25 botol dalam 1 minggu, sedangkan penjualan sinom hanya dilakukan secara langsung dari rumah mitra dan ditiptikan pada toko yang ada di sekitar rumah mitra.

Keterbatasan mitra dalam melakukan UMKM minuman herbal dan kondisi masyarakat Surabaya pada masa pandemi COVID-19 ini menjadikan tim abdimas melakukan kegiatan pendampingan mitra. Konsep pendampingan yang dilakukan terkait peningkatan jumlah produk minuman herbal, desain kemasan yang dapat meningkatkan minat beli konsumen, peningkatan kapasitas produksi dan teknik pemasaran baik secara *offline* dan *online*. Pendampingan yang dilakukan diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan mitra dan meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM minuman herbal serta secara tidak langsung juga dapat meningkatkan sistem imunitas tubuh masyarakat Surabaya khususnya warga di kecamatan Rungkut karena mengkonsumsi minuman herbal yang dapat meningkatkan imunitas tubuh sehingga terhidar dari penularan COVID-19.

## 2. BAHAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan abdimas ini dilakukan pada bulan Agustus sampai Oktober 2021. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM minuman herbal di kecamatan Rungkut, Surabaya, yaitu ibu Lestari dengan usaha minuman herbal bernama Sinom Lestari. Tahapan pelaksanaan yang dilakukan melalui 3 tahap, antara lain pendampingan pembuatan formula minuman instan, pendampingan proses produksi, serta pendampingan teknik pemasaran.

Pada pendampingan pembuatan formula minuman instan, dioptimasi 3 formula minuman instan yang masing-masing berbahan baku utama jahe, kunyit dan temulawak. Formula yang telah dioptimasi

selanjutnya diproduksi dalam skala rumah tangga, kemudian dikemas dalam kemasan dan diberi label. Pembuatan kemasan dan label dirancang semenarik mungkin mulai dari desain kemasan, desain dan label dan isinya supaya dapat membuat produk lebih dikenal, diperhatikan dan dibeli oleh konsumen.

Pendampingan teknik pemasaran dilakukan dengan pelatihan penjualan dengan sistem *offline* dan *online*. Sistem *offline* contohnya adalah sistem konsinyasi atau reseller kepada masyarakat sekitar mitra, sedangkan sistem *online* dengan menggunakan toko *online* seperti shoope dan tokopedia serta menggunakan sosial media untuk media promosi seperti facebook, instgram dan whatsapp. Seluruh kegiatan abdimas mulai dari perancangan formula sampai pemasaran juga didokumentasikan dalam bentuk buku dengan judul Wirausaha Minuman Jahe Instan – Pembuatan Produk dan Pemasaran Minuman Jahe Instan, dengan tujuan agar masyarakat yang membaca buku tersebut dapat menjalankan wirausaha minuman herbal instan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan program pengabdian ini, tim abdimas dan mitra (ibu Lestari) telah berhasil membuat 3 jenis produk minuman fungsional dalam bentuk serbuk instan dimana sebelumnya hanya memproduksi 1 jenis produk minuman yaitu Sinom. Produk tambahan tersebut terdiri dari jahe instan, temulawak instan dan kunyit instan. Pembuatan produk dilakukan selama bulan September tahun 2021. Bahan utama dari jahe instan adalah jahe merah dan jahe emprit, sedangkan temulawak dan kunyit sesuai dengan namanya, menggunakan bahan utama temulawak dan kunyit. Bahan-bahan tambahan yang digunakan dalam ketiga formula sama, yaitu sereh, keningar, pala, cengkeh, gula pasir, gula merah dan air (Krisnawan *et al.*, 2020). Bahan-bahan tambahan seperti sereh, keningar, pala dan cengkeh dapat menambah rasa karena memiliki zat-zat yang bersifat aditif flavor dan sering digunakan pada olahan pangan secara tradisional, selain itu juga memiliki aktivitas yang sama dengan bahan utama, antara lain sebagai antioksidan dan antibakteri (Apriliani *et al.*, 2014; Towaha, 2012). Proses pembuatan formula dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1.** Proses pembuatan formula serbuk instan

Serbuk yang dihasilkan dari ketiga formula tersebut dikemas dengan baik pada kemasan *standing pouch* dan diberi label. Setiap produk dibedakan dari warna kemasan, untuk jahe instan warna coklat muda, temulawak instan warna merah dan kunyit instan warna putih. Foto produk dapat dilihat pada gambar 2. Penggunaan kemasan dengan warna yang berbeda ditujukan untuk kemudahan dalam membedakan tiap produk, serta kemasan *standing pouch* dengan warna (coklat muda, merah dan putih) dapat meningkatkan daya tarik pembeli. Warna yang digunakan dalam sebuah kemasan dipercaya memiliki pengaruh emosi terhadap konsumen dan meningkatkan beberapa hal, antara lain pengenalan merk, minat membaca, pemahaman dan keputusan untuk membeli (Monica & Luzar, 2011). Label yang dibuat menyajikan informasi terkait produk, antara lain nama produk, merk UMKM (Lestari Herbal), Manfaat produk, gambar yang menarik, komposisi, cara penyajian, berat bersih, nama dan tempat produksi dan kadaluarsa produk.



**Gambar 2.** Produk minuman serbuk instan

Produk yang berhasil dibuat oleh mitra dengan pendampingan oleh tim abdimas adalah sebanyak total 108 produk dengan masing-masing produk (jahe instan, temulawak instan dan kunyit instan) sebanyak 36 produk. Seluruh produk yang dibuat telah siap untuk dipasarkan. Foto produk yang siap dipasarkan dapat dilihat pada gambar 3.



**Gambar 3.** Produk Jahe Instan, Temulawak Instan dan Kunyit Instan yang siap dipasarkan

Pemasaran produk minuman instan dilakukan dengan 2 metode, yaitu *online* dan *offline*. Pemasaran metode *online*, dilakukan melalui toko *online* (tokopedia), facebook marketplace dan whatsapp. Sedangkan pemasaran *offline* dilakukan melalui

penjualan langsung dari rumah mitra, dititipkan pada toko yang ada di sekitar rumah mitra dan beberapa toko dan apotek di sekitar surabaya. Produk diberi wadah untuk menampilkan produk agar menarik dan rapi. Media yang digunakan untuk promosi agar menarik minat konsumen untuk membeli berupa poster (cetak dan *online*) dan mini banner. Sistem penjualan menggunakan sistem konsinyasi (dititipkan), yaitu produk akan dibayar ketika produk sudah laku. Pemasaran *offline* tetap dilakukan karena dapat menghasilkan omset meskipun tidak sebesar pemasarasn secara *online*. Pemasaran secara *online* dapat menghasilkan omset hingga 8x lipat lebih besar dari pemasaran *offline* (Syamsuddin *et al.*, 2020). Hal tersebut dapat diakibatkan karena pemasaran *online* melalui digital marketing, dapat memudahkan pelaku UMKM dalam memberikan informasi dan berinteraksi dengan konsumen secara langsung, serta memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Dokumentasi pemasaran *online* dan *offline* dapat dilihat pada gambar 4.

Biaya produksi yang digunakan untuk menentukan harga jual adalah biaya tidak tetap, antara lain biaya untuk pembelian bahan baku, kemasan, label dan biaya pemasaran (transportasi). Total biaya produksi adalah Rp 598.800,- dan dibagi dengan total produk (108) dan dibulatkan menjadi biaya produksi tiap produknya adalah Rp 5.600,-. Laba yang ditentukan diawal adalah 40%, sehingga harga jual sebesar Rp 7.840,- dan dibulatkan menjadi Rp 8.000,-. Sehingga laba yang didapatkan adalah Rp 2400,- (harga jual – biaya produksi tiap produk).

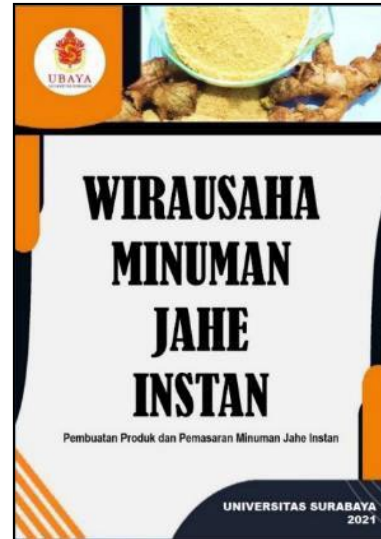
Produk yang telah dipasarkan, dievaluasi selama 2 minggu (14 hari), yaitu mulai tgl 17 Oktober 2021 sampai 30 Oktober 2021. Dari total 108 produk yang dipasarkan, 77 produk terjual dan tersisa 31 produk, sehingga presentase penjualan selama 2 minggu adalah 71,3 %. Perincian dari 78 produk yang sudah terjual adalah jahe instan 28 produk, temulawak instan 25 produk, kunyit instan 24 produk. Omset yang didapatkan dari 77 produk yang terjual adalah Rp 616.000,- dan laba RP 184.000,-. Perolehan omset tersebut sudah meningkat dibanding penjualan mitra sebelumnya yaitu hanya 1 produk saja (sinom), dimana penjualan sinom hanya 25 botol setiap minggu, atau 50 botol tiap 2 minggu, dengan harga jual Rp 5.000,- per botol. Sehingga total omset sebelumnya selama 2 minggu adalah Rp 250.000,-, dan laba tiap botol adalah Rp 1.500,-, sehingga laba untuk 50 botol Rp 75.000,-. Peningkatan omset yang diperoleh sekitar 246 %. Peningkatan kapasitas produksi, jenis dan kualitas produk serta pemasaran secara *offline* dan *online* dapat menghasilkan peningkatan omset penjualan (Khairani & Pratiwi, 2018).



**Gambar 4.** Pemasaran secara *online* (a) dan *offline* (b)

Program pendampingan ini juga dituliskan dalam bentuk buku dengan judul “Wirausaha Minuman Jahe Instan – Pembuatan Produk dan Pemasaran Minuman Jahe Instan”. Buku ini berisi tentang wirausaha minuman jahe instan mulai dari pemilihan bahan baku, pembuatan produk, pemasaran produk serta perijinan PIRT. Buku ini berukuran A5

(14,8 cm x 21,0 cm) dan memiliki 50 halaman dan juga sudah berISBN dengan nomor 978-623-96275-3-9. Contoh sampul buku dan halaman copyright dapat dilihat pada gambar 5.



**Gambar 5.** buku Wirausaha Minuman Jahe Instan

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pendampingan mitra dalam meningkatkan UMKM minuman herbal mendapat respon yang baik dari mitra dan dapat meningkatkan jumlah produk minuman herbal yang diproduksi oleh mitra, yaitu produk jahe instan, temulawak instan dan kunyit instan. Produksi yang dilakukan oleh mitra dalam skala rumah tangga yaitu total 108 produk dalam satu kali produksi (36 produk tiap produk) yang dipasarkan secara *offline* dan *online*. Pendampingan mitra dalam penambahan jenis produk, peningkatan kapasitas produksi, pemasaran melalui *online* dan *offline* dapat meningkatkan omset mitra sebesar 246 %.

Saran pendampingan yang sama dapat dilakukan pada mitra UMKM yang lebih banyak sehingga secara khusus dapat meningkatkan tingkat perekonomian mitra UMKM, dan secara umum dapat meningkatkan kesehatan masyarakat, khususnya wilayah Rungkut Surabaya.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim abdimas mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Surabaya yang telah mendukung dan memberikan dana pada kegiatan ini dalam Program Pendampingan dan Pengembangan UMKM (P3U), serta ibu Lestari yang bersedia menjadi mitra pendampingan program abdimas ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliansi, A., Sukarsa, S., & Hidayah, H. A. (2014). Kajian Etnobotani Tumbuhan Sebagai Bahan Tambahan Pangan Secara Tradisional Oleh Masyarakat Di Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas. *Scripta Biologica*, 1(1), 78. <https://doi.org/10.20884/1.sb.2014.1.1.30>
- B POM. (2020). *Buku Pedoman Penggunaan Herbal&Sk Dalam Menghadapi Covid-19 Di Indonesia*. B POM RI.
- Fathoni, A. (2019). Dampak Covid 19 Dan Kebijakan PSBB Pemerintah Terhadap UMKM Di Wilyung Surabaya. *Dinar : Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah*, 3 (1)
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Gunawan, K. R. (2020). Dampak Covid 19 Terhadap Penjualan Masker Dan Hand Sanitizer Di Kabupaten Sumenep. *Eco-Entrepreneurship*, 6(1), 25–33.
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Krisnawan, A. H., Alkindi, F. F., Muttaqin, D., & Wahyudi, E. S. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam pemanfaatan tanaman herbal Indonesia sebagai minuman fungsional peningkat imunitas tubuh. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 163–172. <https://doi.org/10.31960/caradde.v4i1.913>
- Krisnawan, A. H., Alkindi, F. F., Muttaqin, D., Suprpto, W., Arlina, S. H., Kusumawardana, L., & Palupiningtjas, N. (2020). *Buku Saku Minuman Fungsional dari Herbal Indonesia Sebagai Peningkat Imunitas Untuk Mencegah Covid-19*.
- Monica & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna Dalam Dunia Desain Dan Periklanan. *Humaniora*, 2(9), 1084–1096.
- Pemerintah Kota Surabaya. (2021). Surabaya Tanggap COVID-19. <https://lawancovid-19.surabaya.go.id/visualisasi/graph>. diakses tanggal 21 Maret 2021.
- Syamsuddin, A. P. H., Fakhriyah, S., Audy, B., Gosari, J., Cangara, A. S., & Amri, A. (2020). Omzet Comparison Between Offline And Online Selling Of Shredded Fish Product In Makassar. *ECOSOFIM Journal of Economic and Social of Fisheries and Marine*, 07(02), 249–257.
- Towaha, J., Penelitian, B., Industri, T., & Penyegar, D. (2012). *The Benefits of Cloves Eugenol in Various Industries in Indonesia*. 11(2).
- Yuliawati, K., & Djannah, S. N. (2020). Bagaimana Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Masyarakat Tentang Konsumsi Multivitamin/ Supplement Selama Pandemi Covid-19? *Jurnal Kesmas (Kesehatan Masyarakat) Khatulistiwa*, 7(3), 123. <https://doi.org/10.29406/jkmm.v7i3.2077>

