



Website:
ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu

***Correspondence:**
khoiriyah@unisma.ac.id

DOI: 10.22219/janayu.v2i2.15785

Sitasi:
Trianti, K., Sari, C.G., Khasanah, S.U., Imandasari, R., Cholifah, J.N., Mohalimas'udi, & Cintya, O.M. (2021). Meningkatkan Keawetan Jamu Tradisional Sebagai Upaya Optimalisasi Produk Unggulan Desa Karangrejo. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 2(2), 107-113.

**Proses Artikel
Diajukan:**
24 Februari 2021

Direviu:
4 Mei 2021

Direvisi:
3 Juli 2021

Diterima:
4 Juli 2021

Diterbitkan:
8 Juli 2021

Alamat Kantor:
Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Malang Gedung Kuliah Bersama 2 Lantai 3. Jalan Raya Tlogomas 246, Malang, Jawa Timur, Indonesia

P-ISSN: 2721-0421
E-ISSN: 2721-0340

Meningkatkan Keawetan Amu Tradisional sebagai Upaya Optimalisasi Produk Unggulan Desa Karangrejo

Khoiriyah Trianti^{1*}, Celvia Gusmia Sari², Shofia Uswatul Khasanah³, Rizqi Imandasari⁴, Junika Nur Cholifah⁵, Mohalimas'udi⁶, Oktriaayu Mega Cintya⁷
^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Adminitrasi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang, Malang, Jawa Timur, Indonesia

ABSTRACT

The Village Innovation Program is an assistance carried out to encourage the use of superior products by improving the quality to be even better. Community service for the Covid-19 edition of the PPM Community Service Community Service took place in Karangrejo Village, Kromengan District, Malang Regency. The original inhabitants of Karangrejo Village are the majority of carrying herbal medicine traders. The government's appeal forbids its citizens to do activities outside especially gathering with many people to prevent the transmission of the Covid-19 virus having an impact on the herbal medicine traders. Herbal medicine traders experienced a tremendous impact they could not sell herbal medicine by going around as usual while the herbal medicine only lasted a week. This will also be an obstacle if the herbs are sold online because the shelf life is relatively short. Thus, we provide innovations for herbal medicine packaging so that it can last longer, which is made into herbal powder and packaged in an attractive manner.

KEYWORDS: Covid Pandemic; Herbal Medicine; Village Innovation.

ABSTRAK

Program Inovasi Desa merupakan pendampingan yang dilakukan untuk mendorong pemanfaatan produk unggulan dengan meningkatkan kualitas supaya lebih baik lagi. Pengabdian kepada masyarakat KKN PPM edisi covid-19 bertempat di Desa Karangrejo, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang. Penduduk asli Desa Karangrejo mayoritas pedagang jamu gendong. Himbauan pemerintah melarang warganya untuk beraktivitas diluar terlebih berkumpul dengan banyak orang guna mencegah penularan virus Covid-19 berdampak pada pedagang jamu tersebut. Pedagang jamu mengalami dampak yang luar biasa mereka tidak bisa menjual jamu dengan cara berkeliling seperti biasa sementara jamu gendong tersebut hanya bertahan sepekan saja. Hal ini juga akan menjadi kendala apabila jamu tersebut dijual secara online karena batas waktu bertahannya relatif pendek. Sehingga, kami memberikan inovasi terhadap pengemasan jamu supaya dapat bertahan lebih lama yaitu dijadikan serbuk jamu dan dikemas secara menarik.

KATA KUNCI: Inovasi Desa; Pandemi Covid.; Jamu.

©2021 Khoiriyah Trianti, Celvia Gusmia Sari, Shofia Uswatul Khasanah, Rizqi Imandasari, Junika Nur Cholifah, Mohalimas'udi, Oktriaayu Mega Cintya

Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Jamu tradisional merupakan minuman berbahan rempah alami yang dipercaya mampu memberikan manfaat bagi kesehatan apabila dikonsumsi ([Sitoresmi, et al, 2019](#)). Indonesia merupakan negara yang memiliki keanekaragaman hayati yang dapat digunakan sebagai obat dari berbagai penyakit. Obat-obat tersebut berasal dari tanaman herbal. Obat herbal dianggap berperan bagi kesehatan manusia dan menyembuhkan berbagai macam penyakit ([Listiana, 2017](#)). Obat herbal tersebut juga tersebar di berbagai wilayah. Salah satunya di Desa Karangrejo. Desa Karangrejo terletak di wilayah Jawa Timur.

Program inovasi desa merupakan program yang dilakukan untuk mendorong pemanfaatan produk unggulan yang ada di Desa guna meningkatkan perekonomian masyarakat. KKN PPM edisi Covid-19 bertempat di Desa Karangrejo, Kecamatan Kromengan Kabupaten Malang, Usaha Mikro Kecil yang terkenal di Desa Karangrejo, Kecamatan Kromengan yaitu salah satu desa penghasil jamu gendong sudah sekitar 25 tahun lebih desa Karangrejo dikenal sebagai sentra jamu tradisional hingga saat ini tercatat ada 150 pengerajin sekaligus pedagang jamu gendong di Desa Karangrejo. Sayangnya setelah lebih dari 25 tahun proses produksi jamu, pengemasan, hingga pemasaran masih menggunakan cara-cara konvensional dan tradisional.

Sejak lama, warga Kabupaten Malang mengenal Desa Karangrejo, Kecamatan Kromengan sebagai sentra jamu tradisional di wilayah Malang Selatan. Berdirinya Paguyuban Jamu Gendong Kartini Di Desa Karangrejo yang semua anggotanya ibu-ibu penjual jamu gendong. Jejak sebagai sentra jamu tradisional itu sudah lama ada di Desa Karangrejo ([Akaibakra, 2018](#)) Terutama ketika memasuki desa dan melihat sebuah patung seorang perempuan penjual jamu gendong menyambut. Jika ditelusuri lebih lanjut, mata pencaharian warga desa ini pun nyaris sama semua, yakni mengolah berbagai jenis tumbuhan di alam yang ada di desa mereka menjadi bahan pembuatan jamu tradisional. Berdasarkan catatan Kantor Desa, ada sekitar 150 warga Desa Karangrejo yang berprofesi sebagai penjual jamu gendong tradisional hingga saat ini.

Jamu gendong merupakan minuman dari campuran bermacam-macam tanaman obat (seperti kunyit, jahe, kencur, temulawak, sambiloto) yang dikemas dalam bentuk cair yang bisa langsung diminum oleh konsumen. Produk yang dijual bermacam-macam tergantung pada kebiasaan yang mereka pelajari dari pengalaman tentang jamu apa yang diminati serta permintaan pelanggan ([Srihahrtini dan Rahmisyah, 1995](#)).

Pada masa pandemi Covid-19 saat ini pemerintah melarang warganya untuk beraktivitas di luar rumah terlebih berkumpul dengan banyak orang guna mencegah penularan virus Corona, tentu saja para pedagang jamu yang tergabung dalam paguyuban jamu gendong Kartini mengalami dampak yang luar biasa karena aktivitas berjualan menjadi terganggu, sehingga juga berdampak terhadap kondisi perekonomian atau tingkat penjualan yang menurun. Jamu yang diolah warga Desa Karangrejo juga masih tradisional dan produk memiliki umur simpan yang relative pendek yaitu 2 hari di suhu ruang dan 4 hari di refrigerator. Hal ini menyebabkan distribusi produk menjadi terbatas hanya sebatas daerah Kromengan dan berdasarkan pemesanan saja

Jamu gendong yang tergabung dalam paguyuban jamu gendong Kartini masih mengolah jamunya secara tradisional dan manual. Jamu gendong ini menggunakan bahan baku yang masih segar, tanpa pemanis buatan, dan tanpa pengawet. Hal ini terbukti dengan masih terjaganya konsumen. Hal yang menarik, bahwa jamu tradisional dari Desa Karangrejo memiliki prestasi yaitu mendapatkan penghargaan juara pertama tingkat

provinsi dan juara harapan 2 tingkat nasional. Prestasi tersebut didapatkan karena rasa dari jamu tradisional. (Akaibakra, 2018). Khasiat dari jamu tradisional ini sudah tidak diragukan lagi, beraneka jenis rimpang yang digunakan dan masing-masing rimpang memiliki khasiatnya sendiri.

Akan tetapi, pengelolaan usaha jamu gendong kurang terencana dengan baik. Perencanaan tersebut karena kurangnya pemasaran dan penetapan target dalam usahanya. Hal ini dikarenakan kurangnya wawasan bagi pemilik jamu gendong. Selain itu, kemasan produk yang digunakan saat ini adalah menggunakan botol bekas menyebabkan berkurangnya minat pembeli dan kekuatan jual produk (Bora dan Bayu, 2018). Pemasaran adalah suatu proses social dan menjerial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang memiliki nilai kepada pihak lain (Akhmad, 2015:1). Nilai dari sebuah produk juga didukung dalam kemasan. Kemasan merupakan alat pemasaran yang penting. Menurut Maskan, (2017) kemasan yang dirancang dengan cermat bisa menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi dari produsen. Konsumen mengharapakan adanya kesesuaian kemasan dengan produk yang diterima.

Pengolahan produk secara manual dan penggunaan botol bekas sebagai kemasan produk jamu gendong memiliki daya minat yang rendah khususnya pandemic covid-19 ini. Hal ini perlu dilakukan adanya inovasi. Potensi di desa Karangrejo adalah sentra jamu tradisional, hal ini perlu didukung untuk mewujudkan inovasi produk unggulan desa. Inovasi dilakukan dengan cara mengubah proses pengolahan jamu gendong menjadi jamu serbuk instan. Selain itu, dilakukan pendampingan untuk pengemasan produk dan pemberian label supaya mampu menarik daya beli dan minat dari konsumen.

Ketika pengemasan produk sudah menarik, langkah selanjutnya adalah melakukan pemasaran secara lebih luas dari sebelumnya. Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran sangat diminati saat ini. Pemasaran secara online, banyak dipilih oleh para pelaku usaha dengan memanfaatkan internet yang digunakan sebagai media promosi. Keuntungan memasarkan secara online adalah sebagai berikut: 1.) lebih mudah, (2) lebih menafaatkan waktu secara efisien, (3) dapat menjangkau lebih besar pembeli, (4) produk dapat dikenal secara luas (Ri'eni, 2017). Pemasaran online atau memanfaatkan platform digital atau istilahnya adalah *digital marketing* menjadi media yang sangat penting (Tan, 2016). Kegiatan promosi merek yang sudah direncanakan serta membangun interaksi dengan penggunaannya melalui aktivitas hiburan dan aktivitas public menarik perhatian menggunakan media baru atau digital pemasaran yang saat ini menjadi penting untuk mencapai target konsumen (Kertajaya&Setiawan, 2014).

Sehingga untuk mendukung pemasaran online akan memanfaatkan adanya platform yang sering digunakan yaitu media social. Penggunaan media sosial bias melalui *whatsapp messenger* atau *e-commerce* seperti Tokopedia atau Bukalapak. Penggunaan digital marketing diharapkan mampu meningkatkan penjualan.

Berdasarkan analisis permasalahan terhadap warga Desa Karangrejo ini, maka sangat diperlukan dilakukan pengabdian kepada masyarakat untuk memajukan usaha dari jamu tradisional ini. Melihat kondisi tersebut, kami melakukan kegiatan pengabdian dengan cara pendampingan untuk menginovasikan pembuatan jamu. Inovasi pembuatan jamu ini diharapkan mampu membantu peningkatan penjualan karena daya tahan jamu lebih lama dan pengemasannya dibuat lebih rapi dan menarik.

METODE

Kegiatan asistensi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak dilakukan sendiri, tetapi berkaitan dengan tahapan sebelumnya, yaitu:

Tahap 1: Analisis permasalahan usaha mitra

Pada tahap ini, dilakukan analisa permasalahan usaha mitra. Analisa dilakukan dengan cara wawancara secara langsung kepada mitra. Hasil dari wawancara tersebut ditemukan menurunnya pendapatan masyarakat karena adanya pembatasan social berskala besar.

Tahap 2: Sosialisasi program pendampingan

Tahap ini dilakukan dengan cara mensosialisasikan program untuk memberikan wawasan kepada mitra pentingnya menjaga kebersihan produk dan mengelola usaha menjadi lebih maju lagi dengan cara meningkatkan distribusi produk supaya mampu meningkatkan pendapatan mitra. Sosialisasi dilakukan kepada anggota paguyuban jamu gendong Kartini pada minggu pertama bulan Agustus 2020.

Tahap 3: Pendampingan

Tahap pendampingan ini dilakukan kepada anggota paguyuban jamu gendong Kartini, Desa Karangrejo, Kecamatan Kromengan, Kabupaten Malang. Tahap pendampingan dibagi menjadi 2 langkah sebagai berikut.

Langkah 1

Pendampingan pengolahan jamu gendong menjadi jamu serbuk instan. Pendampingan dilakukan pada minggu kedua bulan Agustus 2020.

Langkah 2

Pendampingan pengemasan dan pemberian label pada produk jamu serbuk instan. Pendampingan dilaksanakan minggu ketiga bulan Agustus 2020.

Langkah 3

Pendampingan cara memasarkan produk secara online melalui *whatsapp messenger* dan melalui *marketplace* yaitu tokopedia.

Tahap 4: Tidak lanjut

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap berkelanjutan produk jamu serbuk instan dan pemasaran secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Survey

Kegiatan ini diawali dengan survey awal untuk analisa permasalahan mitra. Survey dilaksanakan dua kali:

Melakukan koordinasi dengan Kepala Desa Karangrejo pada tanggal 04 Agustus 2020.

Mengadakan pertemuan dengan pelaku usaha jamu gendong tradisional. Dalam pertemuan ini dilakukan diskusi tentang proses pengolahan jamu tradisional yang awalnya berbentuk cair diubah menjadi serbuk supaya lebih awet.

Kegiatan Persiapan Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat

111

Kegiatan persiapan teknis terkait dengan sosialisasi proses pengolahan jamu cair menjadi serbuk dilakukan oleh tim mahasiswa dan ibu-ibu pelaku umkm atau penjual jamu gendong beserta pihak perangkat desa. Persiapan awal yang dilakukan adalah mendata peserta sosialisasi, menyiapkan alat dan bahan yang akan dipresentasikan pada saat sosialisasi, dan konsumsi untuk peserta dan panitia.

Kegiatan Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan pelaksanaan sosialisasi pengolahan jamu cair menjadi jamu serbuk pada para penjual jamu gendong dilaksanakan di Rumah Kepala Desa. Kegiatan dilaksanakan pada minggu kedua yaitu tanggal 14 Agustus 2020. Pada kegiatan ini tim mempresentasikan bagaimana cara pengolahan jamu cair menjadi jamu serbuk. Pengolahan jamu cair menjadi serbuk memiliki tahapan yang hampir sama yaitu pembersihan bahan baku atau rimpang yang digunakan, dihaluskan menggunakan alat penghancur rimpang atau diblender. Bahan baku rimpang yang sudah dihaluskan tadi disaring menggunakan kain katun khusus. Rimpang yang sudah disaring tersebut ditambahkan bahan-bahan yang lain seperti gula, daun suji dan air kemudian dilanjutkan proses memasak. Proses memasak menggunakan api kecil sambil diaduk terus menerus. Proses pemanasan yang diiringi dengan pengadukan akan menyebabkan jamu yang awalnya cair mengalami pengurangan kadar air sehingga nilai viskositasnya naik. Jika proses tersebut dilanjutkan maka kadar air akan benar-benar hilang sehingga jamu tersebut akan menjadi gumpalan-gumpalan kristal. Kemudian gumpalan kristal tersebut dihancurkan sehingga menjadi serbuk-serbuk kecil. Serbuk-serbuk kecil masih berbentuk acak sehingga dilanjutkan proses pengayakan sampai mendapatkan serbuk jamu yang seragam. Proses penghancuran tersebut dapat diulang sampai tidak ada sisa gumpalan kristal yang terbuang. Serbuk-serbuk yang seragam siap dikemas dalam plastik.

Setelah proses pengemasan ke dalam plastic, dilanjutkan proses pemberian label produk pada kemasan. Kemudian dilanjutkan kegiatan pemasaran secara online maupun offline. Fokus penulis pada kegiatan ini adalah memberikan edukasi kepada pelaku penjual jamu gendong untuk mengawetkan jamu serta mendistribusikan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

Pemasaran secara online ini dilakukan menggunakan aplikasi *whatsapp messenger*. Penggunaan aplikasi *whatsapp messenger* dengan cara menawarkan produk kepada teman, keluarga dan kontak yang dimilikinya dengan selalu update status di *whatsapp*. Anggota paguyuban ini dapat mengembangkan jangkauan pasarnya dengan memanfaatkan platform *e-commerce* seperti bukalapak.

Dengan mensosialisasikan pemasaran secara online diharapkan dapat membantu mengembangkan bisnis dari penjual jamu tersebut. Hal ini nantinya akan membantu meningkatkan penjualan dan perekonomiannya. Dengan sosialisasi pembuatan produk dan pengemasan menjadi menarik, hal ini akan digunakan pada produk-produk jamu tradisional berbahan dasar yang lain, seperti kunyit, kencur, kunci, dan lain sebagainya.

Janayu
2.2

Anggota paguyuban jamu gendong kartini ini sangat antusias mengikuti sosialisasi ini. Menurut mereka, sosialisasi ini sangat bermanfaat bagi mereka untuk mengembangkan bisnisnya yaitu menjadikan jamu tradisional menjadi jamu instan yang siap minum.

SIMPULAN

Berkaitan dengan dengan adanya wabah virus covid 19 ini keadaan perekonomian, kesehatan, pendidikan pada lingkungan sekitar bahkan seluruh dunia menurun drastis. Bahkan semua bisa dibatasi oleh pemerintah guna mengantisipasi dan meminimalisir meningkatnya angka virus covid 19 di Indonesia. Melihat kondisi tersebut kami melakukan kegiatan pengabdian program inovasi produk unggulan desa dengan tujuan untuk meningkatkan kreatifitas daya saing ekonomi di masa pandemi covid-19.

Dengan melihat potensi yang ada di Desa Karangrejo, penulis memberikan edukasi terhadap pelaku usaha jamu tentang pengolahan jamu menjadi jamu serbuk yang mudah untuk di jual secara online dan tentunya bertahan lama. Selain itu, memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat komunikasi dan memasarkan produk jamu merupakan output dari kegiatan ini. Pemanfaatan teknologi informasi diharapkan mampu menambah pemasukan serta meningkatkan perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akaibara (2018). Kebangkitan Desa Karangrejo Sentra Jamu Tradisional Malang Selatan. Diakses 4 September 2020, pada laman <https://ngalam.co/2018/09/26/kebangkitan-desa-karangrejo-sentra-jamu-tradisional-malang-selatan/>
- Akhmad, Jaenudin. 2015. Aplikasi Pemasaran dan Ilmu *Salesmanship*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia
- Basri, B., dan Qashim, A (2018). Pemberdayaan UMKM Desa Kunyi Melalui Potensi Umbi Gadung dengan Pendekatan Promosi berbasis Teknologi CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1 (1), 44-49.
- Bora, M. A dan Bayu, A. (2018). Pengembangan Keemasan Produk Khansa Pizza Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode *Quality function Devepoment* (QFD)
- Listyana, Nurul Husniyati dan Gina, Meiviana. (2017). Analisis Produksi Temulawak Sebagai Bahan Baku Jamu Di Balai Besar Peenelitian dan Pengembangan Obat Tradisional Tawangmangu. Jurnal Jamu Indonesia, 2 (1):1-7
- Kertajaya, Hermawan & Setiawan. 2014. WOW Marketing. Jakarta: Penerbit PT. Erlangga Pustaka Utama.
- Kotlerp, G Amstrong. 2008. Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. Marketing Management. Twelfth Edition. New Jersey: Pearson
- Riáeni, Ida. 2017. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Produk Kuliner Tradisional. Jurnal Komunikasi. Vol. 1, Nomor 2. ISSN 2580-8338. Diakses melalui <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/443/274>
- Tan, Aulira M.; Martha Tri Lestari & Dini Salmiyah Fithrah Ali. Respon Konsumen pada Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Pemuda dan Olahraga Di Kawasan Wisata Mandeh Kabupaten Pesisir Selatan dalam e-Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016 | Page 2631 diakses melalui <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/116379/slug/re>

pon-konsumen-pada-strategikomunikasi-pemasaran-digital-dinaspariwisata-ekonomi-kreatif-pemudadan-olahraga-di-kawasan-wisatamandeh-kabupaten-pesisirselatan.html

Sitoresmi, Ike, Sujiman, Maksun, Ali. 2019. Aplikasi Keamanan Pangan dan Teknologi Pengemasan Produk Jamu Alona Guna Peningkatan Kinerja Produk. Jurnal Ilmiah Pangabdhi. Volume 5 No 1 April, ISSN: 2477-6289. <http://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi>

Srihartanti Atik, dan Rahmisyah.1995. Aneka Resep Kuno. Surabaya Bintang Usaha Jaya

Widyasari, Ima dan Maskan, Mohammad. 2017. Pengaruh Kemasan dan Kualitas Produk Terhadap

Keputusan Pembelian Lay's (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang). Jurnal Aplikasi Bisnis. E-ISSN: 2407-5523, hal 304-309