

PENGUATAN USAHA PRODUK JAHE INSTAN PADA KUBE OKESOSGEN DI DESA PUCUNG, KISMANTORO, WONOGIRI

Rudi Susanto¹, Novemy Triyandari Nugroho², Wiji Lestari³

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa

³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa

Jalan Bhayangkara No.55 Surakarta

¹e-mail: rudi_susanto.ac.id

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat di KUBE OKESOSGEN adalah memberikan pelatihan dan pendampingan agar usaha jahe instan semakin kuat dan berkembang. KUBE OKESOSGEN terletak di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro, Kabupaten Wonogiri, sebuah wadah yang mempertemukan para pelaku usaha kreatif yang beranggotakan masyarakat dan kaum muda. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi: (1) analisis masalah, (2) pelatihan, dan (3) pendampingan dan pemantauan. Permasalahan produk utama dalam KUBE OKESOSGEN meliputi 3 aspek yaitu produksi, manajemen dan pemasaran. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test, aspek pemasaran memiliki skor tertinggi sebesar 95,33%, diikuti oleh aspek manajemen sebesar 89,33%, dan tertinggi adalah aspek produksi, tepatnya mungkin sebesar 82%. Nilai tambah yang paling besar adalah aspek produksi 27,33%, diikuti aspek manajemen 17,33%, aspek pemasaran 16,66%. Hasil dari pengabdian masyarakat di KUBE OKESOSGEN ini adalah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para mitra dalam aspek produksi, manajemen dan pemasaran.

Kata Kunci: KUBE OKESOSGEN, jahe instan, produksi, manajemen, pemasaran

Abstract

The purpose of community service at KUBE OKESOSGEN is to provide training and assistance so that the instant ginger business is getting stronger and growing. KUBE OKESOSGEN is in Pucung Village, Kismantoro District, Wonogiri Regency, a forum that brings together creative entrepreneurs whose members are the community and young people. The steps for implementing community service activities include: (1) problem analysis, (2) training, and (3) mentoring and monitoring. The main product issues in KUBE OKESOSGEN cover 3 aspects, namely production, management, and marketing. Based on the evaluation results of the pre-test and post-test, the marketing aspect has the highest score of 95.33%, followed by the management aspect of 89.33%, and the highest is the production aspect, perhaps 82% to be exact. The greatest added value is the production aspect 27.33%, followed by the management aspect 17.33%, the marketing aspect 16.66%. The result of community service at KUBE OKESOSGEN is to improve the skills and knowledge of partners in the aspects of production, management, and marketing.

Keywords: KUBE OKESOSGEN, instant ginger, production, management, marketing

PENDAHULUAN

Dunia berada di bawah tekanan seperti itu selama pandemi penyakit coronavirus (Covid-19). Indonesia adalah negara terpadat keempat di dunia dan diperkirakan akan terkena dampak serius dalam jangka panjang (Djalante, et al., 2020). Hingga pertengahan Oktober 2020, kasus positif Covid-19 di Indonesia mencapai 353.461 kasus, dengan 12.347 kematian (Anonim, 2020). Banyak pasien Covid-19 yang tertular karena daya tahan tubuh yang rendah (Izazi dan Kusuma, 2020). Dengan begitu, salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk melawan Covid-19 adalah dengan meningkatkan imunitas. Konsumsi jamu tradisional seperti jahe (*Zingiber officinale*) dipercaya dapat memperkuat daya tahan tubuh manusia dan dapat mencegah tubuh terinfeksi Covid-19 (Sudarsana, et al., 2020). Salah satu cara alternatif untuk mendapatkan manfaat tanaman jahe (*Zingiber officinale*) adalah dengan membuatnya menjadi minuman serbuk atau yang lebih dikenal dengan jahe instan. Radiatis Research et al. (2003) menemukan bahwa konsumsi sari jahe dalam minuman fungsional dan obat tradisional dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Minuman fungsional adalah kelompok minuman yang mengandung bahan-bahan yang dapat meningkatkan kesehatan dan mencegah penyakit tertentu (Widyaningsih, 2006).

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017 (Statistik, 2017), Jawa Tengah merupakan provinsi penghasil jahe terbesar kedua di Indonesia, dengan total produksi lebih dari 45 juta ton. Adiarni (2007) menyatakan bahwa empon-empon khususnya jahe terdapat di seluruh masyarakat Kabupaten Wonogiri dengan luas 360 hektar dan produksi 1.839 ton. Total produksi yang diusahakan sebanyak 3.082 rumah tangga, atau rata-rata setiap rumah tangga menggarap 0,117 hektar atau 1.170 meter persegi.

Wabah *Covid-19* menjadi peluang pasar bagi petani untuk menanam jahe, yang berguna untuk mencegah penyebaran Covid-19 yang disebabkan oleh virus corona. Petani jahe desa Pucung, Kismantoro, Wonogori lambat laun berdampak pada peningkatan permintaan masyarakat terhadap jahe, menurut hukum ekonomi, seiring dengan meningkatnya permintaan maka harga juga meningkat. Pendapatan petani jahe di desa Pucung juga meningkat. Dampak peningkatan permintaan jahe

juga dirasakan di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang memproduksi jahe di desa Pucung Kismantoro, Wonogiri.

Identifikasi isu kemitraan dilakukan oleh tim PKM dengan mengunjungi lokasi KUBE OKESOSGEN di desa Gandring RT 01/03 Pucung kemudian melakukan wawancara dengan Bapak Ridwan Adi Prabowo, ST selaku ketua KUBE OKESOSGEN dan berbagai komunitas, unsur-unsur penting seperti Kepala Desa Pucung. Berdasarkan hasil wawancara dapat dikatakan bahwa permasalahan utama KUBE OKESOSGEN meliputi 3 aspek yaitu produksi, manajemen dan pemasaran.



Gambar 1 Proses Pembuatan Jahe Instan Secara Manual (Dokumentasi TIM PKM)

Permasalahan produksi meliputi: (1) proses produksi jahe instan tanpa menggunakan standar operasional prosedur (SOP), (2) proses pengukuran bahan secara manual dan tanpa menggunakan timbangan, Gambar 1, (3) produksi jahe instan secara manual, (4) produk jahe instan dengan banyak granul karena kristalisasi yang tidak sempurna, (5) kemasan produk jahe yang dapat dimakan/hasil jahe instan tidak cantik/kurang menarik, dan (6) tidak ada inovasi dan pengukuran jahe instan hasil produksi jahe. Permasalahan manajemen antara lain: (1) manajemen yang kurang baik, seperti tidak ada rencana produksi, (2) tidak ada akuntansi, (3) tidak ada rencana produksi, (4) mitra tidak memiliki pengalaman bisnis, dan (5) mitra tidak memiliki perusahaan yang jelas. identitas seperti merek dagang, logo, stempel. Masalah pemasaran meliputi: (1) pemasaran online yang

kurang optimal, (2) mitra yang tidak terampil untuk melakukan pemasaran online yang sukses, (3) tidak ada materi iklan, (4) mitra yang tidak memiliki perangkat pemasaran seperti selebaran, profil, dan akun media sosial, (5) mitra yang belum memiliki keterampilan dalam pengambilan foto produk yang menarik, Gambar 2, (6) bagi mitra, penulis belum memiliki keterampilan bercerita dalam mempromosikan produknya secara online dan (7) kegiatan pemasaran utama produk jahe instan masih mengandalkan pemasaran offline, seperti pameran dan kegiatan lain yang diselenggarakan oleh instansi yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah



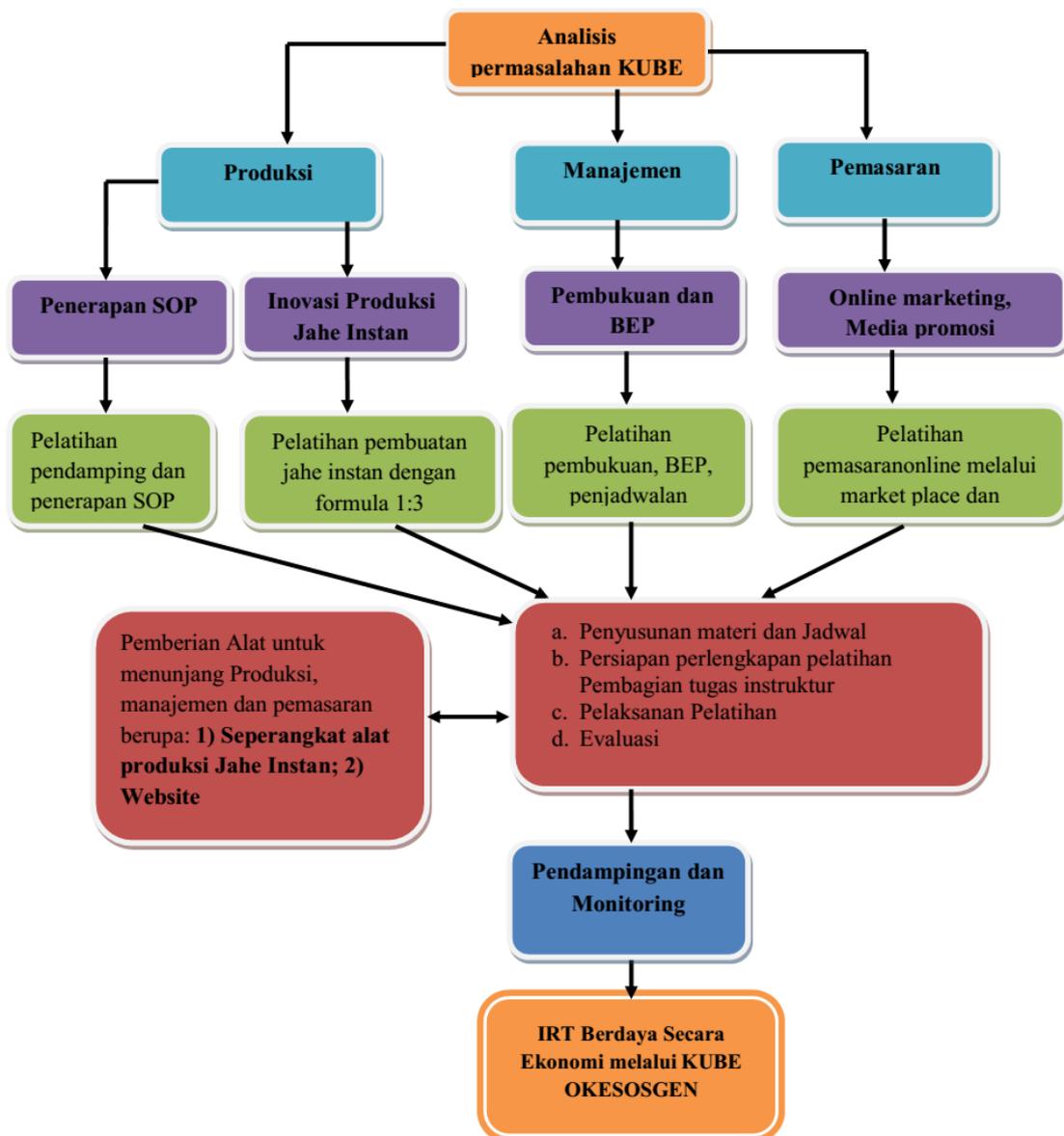
Gambar 2 Proses Pembuatan Jahe Instan Secara Manual (Dokumentasi Tim PKM)

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan pengabdian kepada mitra dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memproduksi jahe instan sehingga usaha jahe instan jadi lebih kuat dan berkembang.

METODE

Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah menyelesaikan secara tuntas permasalahan para mitra sesuai dengan solusi yang diberikan di bidang produksi, manajemen dan pemasaran secara bertahap sesuai metode. Fokus kegiatan pengabdian ini untuk peningkatan produksi mitra, pemasaran *online* dengan

jangkauan yang lebih luas, serta perbaikan manajemen dari produksi hingga pemasaran. Berdasarkan kajian pendahuluan terhadap permasalahan pokok (core problem) di KUBE OKESOSGEN, pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan PKM ini adalah partisipatif, mulai dari tahapan analisis masalah hingga tahapan pendampingan dan monitoring serta evaluasi, mitra berpartisipasi aktif dalam penerapan kegiatan. Gambar 3 menunjukkan secara rinci tahapan pelaksanaan mulai analisis hingga mengimplementasikan solusi yang diusulkan.



Gambar 3 Tahapan Pelaksanaan PKM

Tujuan dari pelatihan yang ditawarkan kepada mitra adalah untuk memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan guna meningkatkan produktivitas kerja mitra. Pelatihan akan dilakukan sesuai dengan kebutuhan mitra, antara lain: (1) pelatihan inovasi penerapan produksi jahe instan dan SOP produksi. (2) Pelatihan akuntansi bisnis, perencanaan produksi dan akuntansi. (3) Pelatihan pengembangan pemasaran digital. Pelatihan pengembangan digital marketing dilakukan melalui website <http://rumahjaheinstant.com>, <http://bukalapak.com>, <http://tokopedia.com>, instagram. (4) Dalam pelatihan juga akan diberikan alat dan pelatihan penggunaannya berupa seperangkat alat produksi jahe instan, website <http://rumahjaheinstant.com> dan mesin kristalisasi jahe instan.

Pendampingan dilakukan dalam penerapan SOP produksi, inovasi produksi, pembukuan usaha, perencanaan produksi serta penjadwalan. Selain itu, bantuan diberikan dalam mengunggah konten ke website <http://rumahjaheinstant.com> dan media sosial Instagram. Tim PKM melakukan pekerjaan pemeliharaan secara berkala dan berkesinambungan untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi mitra serta melihat pengaruh pendampingan produksi dan pengenalan inovasi produksi terhadap kuantitas dan kualitas produksi, pengembangan strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan, ekspansi dari jaringan pemasaran mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di KUBE OKESOSGEN dijabarkan dalam 3 aspek yaitu: aspek bidang produksi, aspek bidang manajemen dan aspek bidang pemasaran.

Pelaksanaan Aspek Bidang Produksi

Pada bidang produksi dilakukan kegiatan utama dengan uraian kegiatan sebagai berikut: (1) Pelatihan dan penerapan SOP produksi, dengan penerapan SOP produksi akan meningkatkan kualitas jahe instan yang diproduksi oleh KUBE OKESOSGEN. (2) Inovasi produksi jahe instan dilakukan dengan memberikan pelatihan sesuai hasil penelitian Sutrisno Koswara (Koswara, 2015) yaitu formula dimana perbandingan jahe merah dengan gula adalah 1:3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan yang digunakan pada formula 1:3 paling terjangkau

dan memiliki waktu pencairan tercepat (Gambar 4). (3) Pengembangan kemasan produk diawali dengan diskusi branding Produk Jahe Instan, pelatihan desain dan terakhir perbaikan kemasan untuk meningkatkan penjualan (Gambar 5). Selain itu, mitra akan diberikan peralatan produksi seperti neraca, kompor dan mesin kristalisasi jahe instan sehingga produksi lebih meningkat.



Gambar 4 Perbandingan Jahe Merah dan Gula Sebesar 1:3



Gambar 5 Perbaikan Packing Jahe Instan

Pelaksanaan Aspek Bidang Manajemen

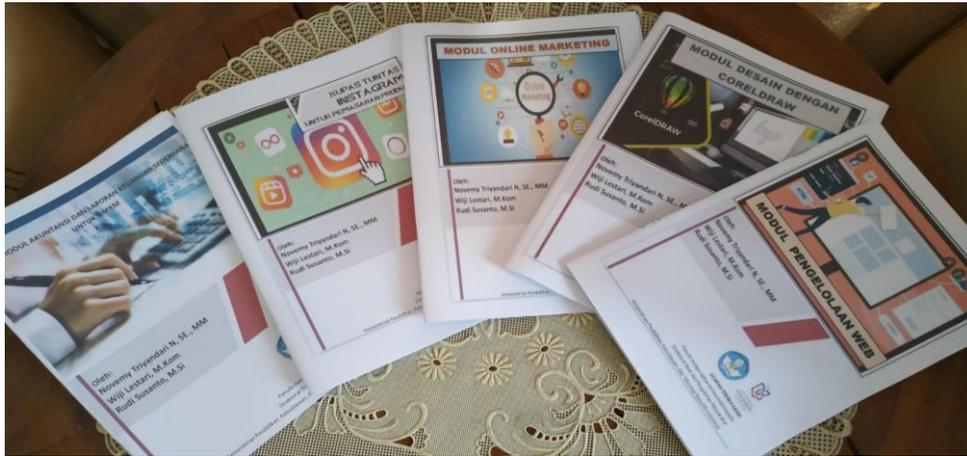
Pelaksanaan pada aspek bidang manajemen disampaikan secara *offline* (Gambar 6) dan modul materi yang disampaikan ke peserta ditampilkan dalam

Gambar 7. Pada bidang manajemen kegiatan difokuskan pada kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan terkait dengan pembukuan, perencanaan produksi dan penjadwalan produksi.

Kegiatan ini diawali dengan (1) Pembukuan, mitra akan diberikan pelatihan pembukuan usaha yang meliputi pembukuan daftar inventaris barang, pembukuan neraca awal, pembukuan stok barang, pembukuan utang, pembukuan kas transaksi, pembukuan pembelian, pembukuan biaya pemesanan, pembukuan penjualan, pembukuan piutang, pembukuan pendapatan, laporan keuangan. (2) Perencanaan produksi, mitra akan diberikan pelatihan terkait dengan perencanaan produksi yang meliputi *Break Even Point* (BEP), *return on investment* (ROI) serta optimasi produksi sehingga mitra dapat meminimalisir biaya produksi jahe instan. (3) Penjadwalan produksi, mitra akan diberikan pelatihan tentang pengorganisasian sumber daya yang meliputi anggota KUBE OKESOSGEN, mesin dan peralatan lainnya. Selain itu mitra akan beri pelatihan terkait dengan pembuatan jadwal produksi dari proses order sampai produk siap di pasarkan. (4) Pelatihan manajemen bisnis, mitra akan diberikan pelatihan merancang, mengelola, dan mengoperasikan usaha/bisnis jahe instan yang mencakup proses pengerjaan, pengelolaan sampai cara mencapai suatu tujuan bisnis yang diinginkan. Salah satu materi pelatihannya adalah “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian” yang merupakan hasil penelitian tim PKM (Nugroho, 2015).



Gambar 6 Pelaksanaan Pada Aspek Bidang Manajemen



Gambar 7 Modul Materi yang Disampaikan kepada Peserta

Pelaksanaan Aspek Bidang Pemasaran

Pada bidang pemasaran kegiatan difokuskan pada pelatihan dan pendampingan terkait dengan pemasaran online dan pembuatan media promosi. Adapun deskripsi kegiatan sebagai berikut. (1) Pemasaran *online*, mitra diberikan pelatihan pemasaran *online* melalui *market place*, yang akan difokuskan pada <http://bukalapak.com> dan <http://tokopedia.com>. Selain itu, mitra diberikan pelatihan pemasaran melalui *social media* yang akan difokuskan melalui Instagram dan *website* <http://rumahjaheinstan.com> (Gambar 8). (2) Pembuatan media promosi, mitra diberikan pelatihan pembuatan media promosi untuk mendukung konten pemasaran *online* (Gambar 9). Pelatihan menggunakan *software* grafis seperti *Corel draw*, *photoshop* dll. (3) Pelatihan *Strategic Marketing Plan*, mitra diberikan pelatihan terkait dengan *strategy marketing* dan perencanaan *marketing* yang baik meliputi segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Selain itu, mitra diberikan *website* <http://rumahjaheinstan.com> untuk mendukung pemasaran *online*.



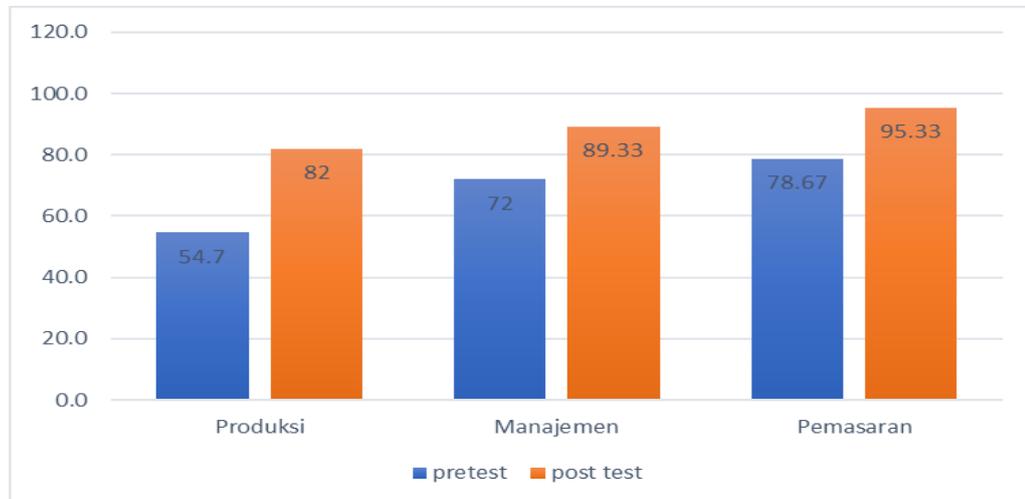
Gambar 8 Website <http://rumahjaheinstan.com>



Gambar 9 Pelatihan Pembuatan Media Promosi

Evaluasi digunakan untuk melihat tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di KUBE OKESOSGEN. Untuk mengetahuinya, evaluasi pelatihan dilakukan melalui pretest dan posttest pada ketiga aspek yaitu produksi, manajemen, dan pemasaran, dan metode evaluasinya sejalan dengan (Susanto, et al., 2018). Gambar 10 menunjukkan hasil evaluasi untuk ketiga aspek tersebut. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test, aspek pemasaran memperoleh nilai tertinggi sebesar 95,33%, diikuti oleh aspek manajemen sebesar 89,33%, dan

aspek produksi mendapat nilai terendah sebesar 82%. Peningkatan nilai terbesar ada pada produksi sebesar 27,33%, diikuti manajemen sebesar 17,33% dan pemasaran sebesar 16,66%. Sebagai hasil dari kegiatan pengabdian di KUBE OKESOSGEN ini, keterampilan dan pengetahuan mitra kami di bidang produksi, manajemen, dan pemasaran meningkat.



Gambar 10 Hasil Evaluasi Kegiatan

Mitra akan dibantu dalam pelaksanaan pendampingan produksi, pembukuan usaha, pengunggahan konten ke website <http://rumahjaheinstan.com> dan media sosial Instagram. Pemantauan online konten situs web dan media sosial serta upaya pemasaran oleh mitra. Pemantauan terus menerus dilakukan untuk mengetahui status mitra terkait keberlangsungan program bantuan produksi, akuntansi dan pemasaran online.

SIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat di KUBE OKESOSGEN di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro, dan Kabupaten Wonogiri adalah peningkatan kemampuan dan pengetahuan produksi, administrasi, dan pemasaran mitra. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test, komponen pemasaran memperoleh nilai tertinggi yaitu 95,33%, diikuti oleh komponen manajemen sebesar 89,33%, dan komponen produksi sebesar 82%. Produksi mengalami

kenaikan nilai terbesar (27,33%), diikuti oleh manajemen (17,33%) dan pemasaran (16,66%).

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Republik Indonesia yang telah membiayai kegiatan ini sesuai dengan Kontrak Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Tahun Anggaran 2022 Nomor: 036/UDB.LPPM/A.34-HKN/V/2022. Kami juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kami kepada Mitra PKM yaitu KUBE OKESOSGEN di Desa Pucung, Kecamatan Kismantoro, Kabupaten Wonogiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiarni, N. (2007). *Rekayasa sistem rantai pasokan bahan baku berbasis jaringan pada agroindustri farmasi*.
- Anonim. (2020). *Data sebaran*. (Online) (<https://covid19.go.id/>, diakses pada 16 Oktober 2020).
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., ... & Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in disaster science*, 6, 100091.
- Izazi, F., & Kusuma, A. (2020). Hasil responden pengetahuan masyarakat terhadap cara pengolahan temulawak (*Curcuma xanthorrhiza*) dan kencur (*Kaemferia galanga*) sebagai peningkatan imunitas selama COVID-19 dengan menggunakan kedekatan konsep program Leximancer. *Journal of Pharmacy and Science*, 5(2), 93-97.
- Koswara, S., & Diniari, A. (2015). Peningkatan mutu dan cara produksi pada industri minuman jahe merah instan di desa benteng, Ciampea, Bogor. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 149-161.
- Novemy Triyandari Nugroho. (2015). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air mineral kemasan (studi kasus desa tohudan, colomadu karanganyar). *Jurnal Duta.com*, 8(1).
- Radiati, L. E., Franck, N. P., Nabet, B., Capiaumont, J., Fardiaz, D., Zakaria, R. F., ... & Hariyadi, R. D. (2003). Pengaruh ekstrak diklorometan jahe (*Zinger officinale roscoe*) terhadap pengikatan toksin kolera b-subunit konjugasi (f1c) pada reseptor sel hibridoma Iv dan caco-2. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, 14(1), 59-59.
- Statistik, B. P. (2017). *Statistik kelapa sawit*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Sudarsana, I. K., Suryanti, P. E., Saitya, I. B. S., Komang Suastika, A.,

- Ekaningtyas, N. L. D., Sutana, I. G., ... & Suryana, I. M. (2020). *COVID-19: Perspektif agama dan kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Susanto, R., Lestari, W., & Nugroho, N. T. (2018). Usaha pengeringan empon-empon bahan obat herbal di kecamatan kismantoro kabupaten wonogiri provinsi jawa tengah. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 75-84.
- Widyaningsih, T. D. (2006). Pangan fungsional: makanan untuk kesehatan. *Universitas Brawijaya. Malang*.