

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PEMBUATAN LAPAK DIGITAL DI UKM CUKA REMPAH

Wiwin Widiasih¹, Handy Febri Satoto², Mohamad Syihabul Akbar³, Safira Zahra Nisriina⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Kota Surabaya

*Email corresponding author: wiwin_w@untag-sby.ac.id

Abstrak: Pada masa pandemi Covid-19 ini UKM menjadi terdampak termasuk yang dialami oleh UD. Intansari Raya yaitu penjualan menurun hingga 60%. UD. Intansari Raya merupakan sebuah UKM di Wage Kecamatan Taman kabupaten Sidoarjo memiliki produksi yaitu jamu cuka rempah berdiri sejak Tahun 2012 dan beranggotakan dua belas pekerja. Produk ini dinilai unik karena berciri khas dan mampu mengangkat kearifan lokal Indonesia dalam hal jamu atau herbal yang memiliki banyak manfaat. UKM ini telah memiliki IUMK dan NIB, selain itu juga berkomitmen dalam pengelolaan dan pemantauan dampak lingkungan yang terjadi akibat aktivitas usaha dan bersedia diawasi oleh instansi yang berwenang dengan dibuktikan memiliki SPPL. Permasalahan yang dihadapi saat ini yaitu pada aspek pemasaran yaitu: media pemasaran masih belum optimal. Pemasaran pada market place terkenal belum dilakukan. Solusi yang ditawarkan pada kegiatan ini dari segi pemasaran akan diadakan pembuatan/pembukaan lapak di marketplace seperti shopee menjadi salah satu strategi pemasaran. Pelatihan dan pendampingan akan diberikan agar pemilik mampu mandiri menjalankan usahanya di masa akan datang. Dengan diadakan pembuatan lapak digital ini, UKM Cuka Rempah dapat meningkatkan penjualan sebesar 2x lipat. Pemilik juga memiliki ketrampilan pemasaran produk dengan indikator mampu memahami dan menggunakan.

Kata Kunci:UKM Cuka Rempah, Lapak Digital, Pengabdian kepada Masyarakat

Abstract: During the Covid-19 pandemic, UD. Intansari Raya were affected, experiencing 60% decline in sales. UD. Intansari Raya is an SME located in Wage Village, Sidoarjo Regency. It has been producing traditional herbal vinegar since 2012 and employs twelve workers. The product is considered unique due to its distinctive characteristics and its ability to promote Indonesia's local wisdom in the form of herbal medicine with various benefits. It has obtained the necessary permits and licenses such as IUMK and NIB. It is committed to managing and monitoring the environmental impacts resulting from its business activities, as evidenced by the possessing SPPL. The current issue was faced by UD. Intansari Raya in the marketing aspects, specifically the utilization of e-commerce. They have not yet explored well-known online marketplaces for their product promotion. The proposed solutions for this marketing challenge were to establish an online store such as shopee. It would be an effective marketing strategy. Training and mentoring will be provided to empower the owner independently manage the business in the future. By establishing digital marketing, it can potentially increase its sales by two-fold. The owner also gains marketing skills, including the ability to understand and utilize various marketing techniques and tools.

Keywords: SME Cuka Rempah, Marketplace, Community services

Pendahuluan

Indonesia adalah negara yang kaya akan budaya dan hasil alamnya. Masyarakat yang multikultural membuat budaya di satu daerah dengan daerah lainnya memiliki keanekaragaman. Salah satunya adalah budaya minum jamu yang telah dilakukan secara turun temurun oleh masyarakat Indonesia (Hidayatulloh, Kartini, & Roviati, 2014). Jamu adalah sebutan untuk obat tradisional dari Indonesia yang saat ini juga populer dengan sebutan herbal (Budiastuti, 2013). Pengertian jamu dalam Permenkes No.003/Menkes/Per/I/2010 adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan, dan dapat

diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat (Kaihatu, 2005) (Atro & Nurmiati, 2015). Jamu atau herbal memiliki berbagai macam khasiat atau manfaat yang dapat dirasakan oleh tubuh bagi penggunaanya. Jamu atau herbal juga dapat dijadikan kesehatan tubuh manusia atau pen jagaan kekebalan tubuh/imun (Kusumo, et al., 2020).

UD. Intansari Raya adalah sebuah UKM yang memproduksi cuka rempah. Terdapat kendala atau permasalahan dalam aspek pemasaran. Saat ini pemasaran dengan lapak digital belumdilakukan. Pada saat sebelum pandemi Covid-19, UKM ini hanya mengandalkan saluran pemasaran tradisional untuk mempromosikan produknya. Dengan munculnya era pandemi Covid-19 ini, terjadi pergeseran perilaku konsumen yang semua serba online dengan menggunakan platform e-commerce. Perubahan ini menciptakan peluang pasar baru bagi UKM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan dengan membuat lapak digital.

UKM ini merupakan UKM yang unik karena berciri khas dan mampu mengangkat kearifan lokal Indonesia dalam hal jamu atau herbal serta memiliki banyak manfaat (Orey, 2008). Cuka apel (*Apple Cider Vinegar*) adalah cairan fermentasi buah apel yang difermentasi oleh khamir dan bakteri asam asetat (Ayesha, Rahman, Zt, Handayani, & Indrawati, 2021). Saat ini jumlah pekerja UD. Intansari Raya berjumlah tiga orang untuk bagian produksi, tiga orang di bagian pengemasan dan enam orang untuk bagian pemasaran sehingga total 12 pekerja.



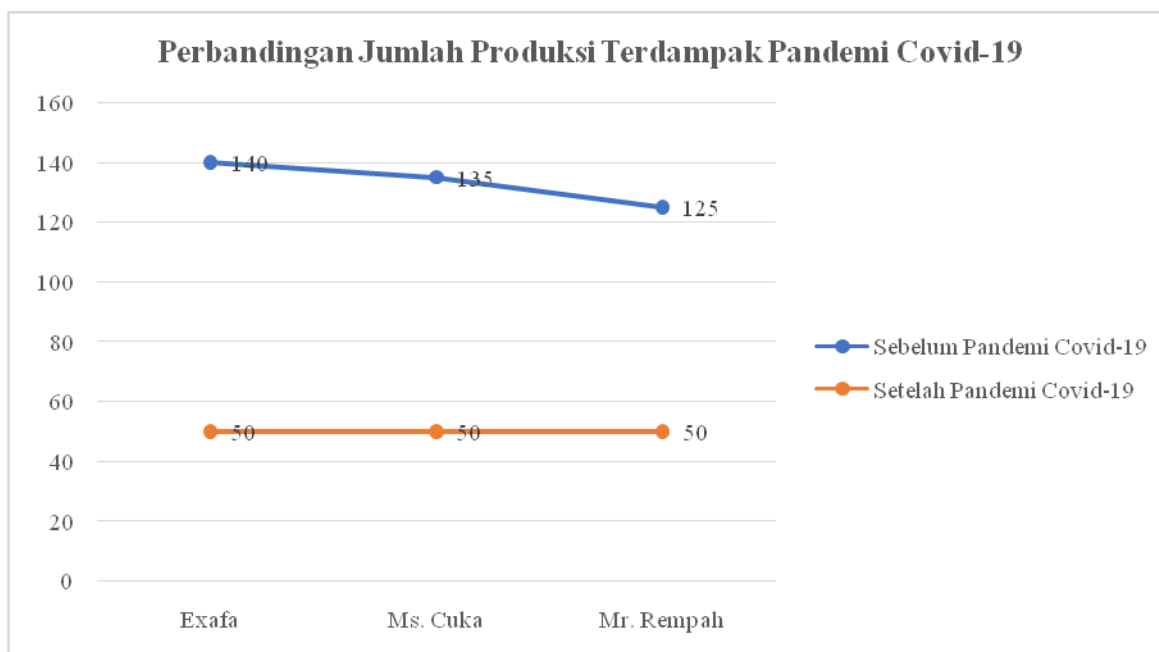
Gambar 1. UD. Intansari Raya, Wage, Kabupaten Sidoarjo

Saat ini, kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan dan semakin banyaknya masyarakat yang beralih dari mengkonsumsi obat kimia menjadi obat herbal, menjadikan produk cuka apel layak diproduksi (Satoto, Widiasih, & Norhabiba, 2022). Sehingga Tahun 2019 oleh UD. Intansari Raya, produk disempurnakan menjadi bumbu cuka rempah dan telah mendapatkan PIRT dan NIP serta uji klinis oleh Dinas Kesehatan dan Pangan. Nomer P-IRT produk ini adalah 2113515021664-25. Produk yang dihasilkan memiliki beberapa varian antara lain Exafa, Ms. Cuka, Mr. Rempah, dan Mr. Ran. Perbedaan masing-masing produk ada pada kandungan atau komposisi bahan antara ramuan rempah dan sari apel fermentasi. Perbedaan kadar % bahan komposisi ramuan rempah dan sari apel fermentasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Komposisi Bahan Produk UD. Intansari Raya

No	Produk	Volume	% Bahan Rempah	% Sari Apel Fermentasi
1	Exafa	30 ml	20%	80%
2	Ms. Cuka	30 ml	40%	60%
3	Mr. Rempah	30 ml	50%	50%
4	Mr. Ran	30 ml	70%	30%

Produk tersebut berbentuk spray sehingga mudah dalam penggunaan konsumen. Produk dapat digunakan ketika konsumen menikmati makanan yang akan disantapnya secara langsung atau juga disemprotkan ke dalam mulut. Produk yang dibuat tidak berbahaya, telah teruji klinis, dan memiliki banyak manfaat kesehatan. Untuk harga jual produk, produk Exafa merupakan produk yang dijual paling murah dibandingkan produk lainnya dan memiliki program bayar seikhlasnya. Bahkan produk Exafa diberikan secara cuma-cuma oleh pemilik sebagai promosi. Sedangkan untuk produk Ms. Cuka dibandrol dengan harga Rp. 125.000 per botol dan Mr. Rempah Rp. 175.000 per botol. Dengan adanya Pandemi COvid-19, usaha UD. Intansari Raya terdampak pada jumlah penjualan produk yaitu turun hingga 60% per-bulan dari sebelum Pandemi Covid-19. Rincian jumlah produksi sebelum dan sesudah Pandemi Covid-19 digambarkan pada Gambar 2.



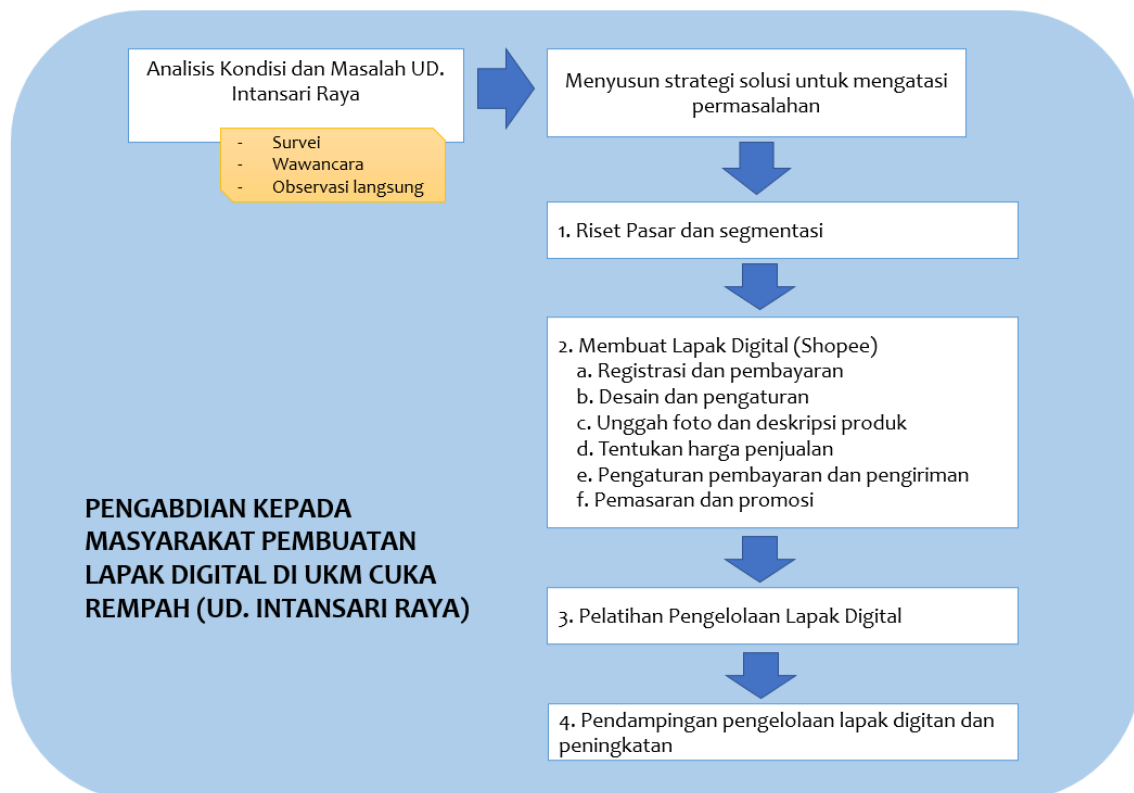
Gambar 2. Perbandingan Jumlah Produksi Terdampak Pandemi Covid-19

Saat ini, UD. Intansari Raya belum sepenuhnya memanfaatkan potensi pasar online seperti shopee untuk mempromosikan dan menjual produk mereka. Penggunaan lapak digital ini belum dioptimalkan sehingga menjadi salah satu sebab terjadinya penurunan penjualan pada masa Pandemi Covid-19 ini. Hal tersebut dapat terjadi karena mereka belum dapat menjangkau sejumlah besar pelanggan yang lebih memilih belanja secara online di marketplace.

Dengan belum adanya lapak digital ini, UD. Intansari Raya kehilangan pangsa pasar yang signifikan dan pelanggan potensial. Hal ini juga dapat membatasi jangkauan mereka hanya pada pelanggan lokal saja dan membatasi pertumbuhan potensi pendapatan. Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan ini, solusi yang dapat diusulkan pada analisis kondisi ini adalah membuat dan membuka lapak digital pada platform seperti shopee. Dengan solusi tersebut diharapkan UD. Intansari Raya dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan memanfaatkan tren belanja online. Selain itu dengan membuat lapak digital pada marketplace shopee ini memungkinkan mereka memamerkan produk unik mereka dan memberikan peluang menarik pelanggan baru secara global serta meningkatkan potensi penjualan mereka hingga dua kali lipat.

Metode

Subjek atau sasaran dari program pengabdian ini yaitu UD. Instansari Raya dimana adlaah sebuah UKM yang memproduksi cuka rempah. Analisis dan kondisi masalah telah dilakukan pertama kali dengan menggunakan metode survei, wawancara, dan observasi langsung. Hasil data wawancara dan oberservasi selanjutnya diberikan solusi atas permasalahan. Permasalahan yang akan diselesaikan pada kegiatan ini yaitu strategi marketing efektif untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Mitra serta solusi yang ditawarkan, maka metode pelaksanaannya adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Bagan Alur Kegiatan PKM

1. Melakukan identifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra UD. Intansari Raya melalui metode survei awal, wawancara dengan mitra, dan observasi melihat proses pembuatan jamu cuka rempah untuk mengetahui permasalahan yang paling mendesak.
2. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi, selanjutnya ditentukan beberapa masalah yang mendesak yang harus segera diatasi yaitu selama ini, pemasaran telah dilakukan dengan metode mulut ke mulut dan penggunaan media marketplace sebagai media pemasaran masih belum optimal. Sehingga perlu pemasaran pada marketplace terkenal seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak belum dilakukan sehingga pemasaran produk belum optimal.
3. Pembuatan lapak pemasaran pada market place terkenal seperti Shopee untuk meningkatkan pemasaran produk.
4. Untuk meningkatkan pemasaran produk, pengusul mengadakan pelatihan dan pendampingan penggunaan media pemasaran produk di market place terkenal seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak
5. Dilakukan **monitoring dan evaluasi** terhadap hasil program ini dengan indikator kapasitas produksi meningkat sehingga produk yang dihasilkan lebih baik kualitas dan kuantitasnya. Indikator pemasaran juga diukur dengan meningkatnya jumlah penjualan dan pendapatan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan mitra.
6. Melakukan **keberlanjutan program** dengan Tim pelaksana sebagai fasilitator bila terjadi masalah setelah program program berjalan pada aspek produksi dan manajemen. Hal ini dilakukan agar peningkatan kualitas produksi dan manajemen berkelanjutan dan mitra semakin paham dan mahir dalam peningkatan kapasitas produksi dan manajemen usaha yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berikut tabel peran tim pengusul dan mitra dalam program PKM.

Tabel 3. Peran Tim Pengusul dan Mitra dalam Program PKM

No	Kegiatan	Peran Aktif dalam Kegiatan		Tujuan	Indikator Capaian
		Pengusul	Mitra		
1	Koordinasi dan sosialisasi program	a. Pembagian tugas b. Sebagai pengendali pelaksanaan program c. Sebagai pemonitor dan evaluator pelaksanaan program	Fasilitator pelaksanaan program	a. Masing-masing anggota tim paham tugasnya b. Kelancaran pelaksanaan program	a. Tidak ada kebingungan di masing-masing pihak b. Tidak ada hambatan yang berarti c. Logbook tertib dan jelas

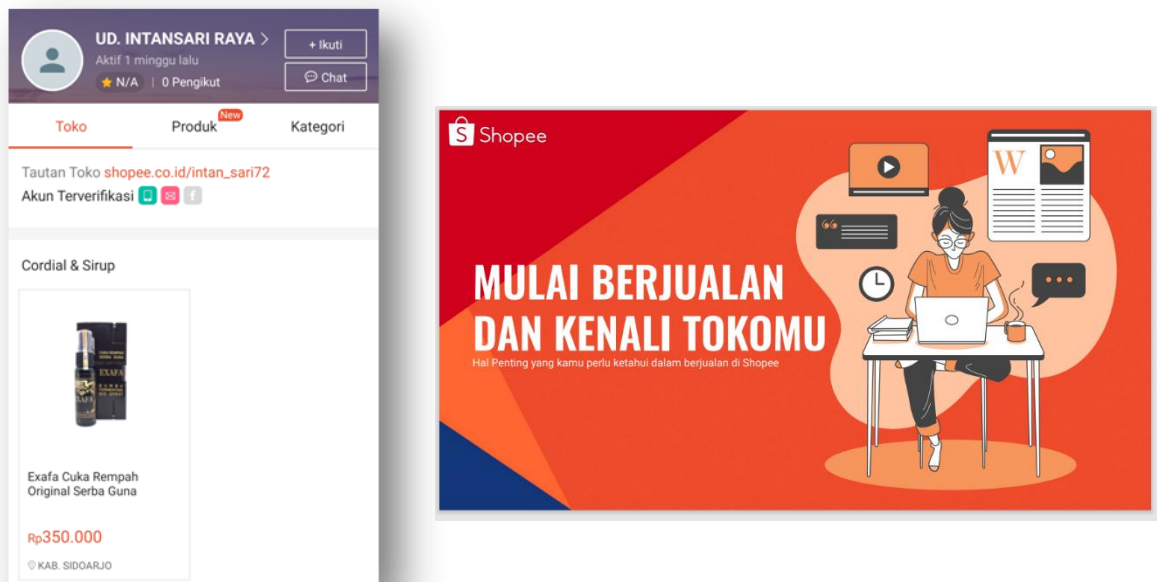
No	Kegiatan	Peran Aktif dalam Kegiatan		Tujuan	Indikator Capaian
		Pengusul	Mitra		
3	Pembuatan lapak pemasaran pada market place	Pengarah dalam pembuatan lapak	Ikut terlibat dalam pendaftaran lapak	Memperluas jaringan pemasaran produk	Tersedia lapak pemasaran di marketplace shopee, tokopedia, dan bukalapak.
4	Pelatihan dan pendampingan	Sebagai tutor/ instruktur	Sebagai operator <i>maintenance</i> aplikasi	Meningkatkan pemasaran produk	Aplikasi terpelihara dengan baik secara periodik
5	Monev (monitoring dan evaluasi)	Pemonitor dan evaluator	a. Sumber data dan informasi b. Ikut aktif dalam forum pembahasan monev	Membuat keseluruhan program berjalan baik sesuai rencana	Tidak ada hambatan yang berarti
6	Keberlanjutan Program	a. Memberi saran dan masukan b. Sebagai pemberi solusi bila terjadi masalah	Bertanya pada tim pelaksana bila terjadi masalah	Peningkatan kualitas produksi dan manajemen berkelanjutan	Mitra semakin paham dan mahir dalam peningkatan kualitas produksi dan manajemen

Hasil dan Pembahasan

Penelitian terdahulu telah dilakukan pada UD. Intansari Raya yaitu menyusun strategi pengembangan usaha dengan metode Quantitative Strategic Planning Matriks didapati perlu adanya prioritas utama atas penyelesaian masalah yaitu meningkatkan pemasaran (Satoto & Norhabiba, 2021). Selain itu upaya memperbaiki kemasan produk sehingga menjadi ciri khas produk juga telah dilakukan (Satoto & Widiasih, 2021). Penelitian terdahulu tentang optimalisasi lama fermentasi dengan penambahan konsentrasi *Acetobacter Aceti* pada pembuatan cuka buah apel menggunakan alat fermentor juga telah dilakukan (Nurhayati, Andayani, & Saing, 2018).

Berdasarkan analisis situasi permasalahan mitra dan justifikasi pengusul bersama mitra dapat disampaikan analisis terhadap aspek pemasaran. Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada

masyarakat ini telah melakukan pembuatan lapak digital di marketplace shopee. Pelatihan dan pengampingan juga dilakukan dan dilengkapi dengan pembuatan buku panduan atau petunjuk teknis untuk pengoperasian pengelolaan lapak digital tersebut. Dari pelatihan dan pendampingan tersebut keterampilan pemilik bertambah terkait dengan pemasaran dan mampu memahami serta mengoperasikan lapak digital. Dari keberadaan lapak digital marketing tersebut mampu meningkatkan penjualan dua kali lipat dari biasanya. Saat ini penjualan dilakukan baik offline maupun online.



Gambar 4. Lapak digital di marketplace shopee dan Buku Panduan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UD. Intansari Raya kali ini memiliki dua tujuan yaitu pelatihan dan pendampingan. Untuk pelatihan telah dilakukan dengan menyelenggarakan pelatihan kepada pemilik UD. Intansari Raya dan anggota timnya. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek terkait dengan pembuatan dan pengelolaan lapak digital di platform marketplace seperti Shopee. Beberapa topik yang dibahas dalam pelatihan ini antara lain:

1. Pemahaman tentang e-commerce dan pentingnya kehadiran online
2. Panduan Langkah demi Langkah dalam membuat lapak digital di platform marketplace
3. Pengetahuan tentang penggunaan foto dan deskripsi produk yang menarik
4. Strategi pemasaran online untuk meningkatkan visibilitas produk
5. Pelatihan dalam mengelola pesanan, pengiriman, dan interaksi dengan pelanggan

Adapun pendampingan dilakukan langsung kepada pemilik UD. Intansari Raya dengan tujuan memberikan bimbingan dan dukungan yang lebih personal dalam mengimplementasikan

pengetahuan yang telah diperoleh dari pelatihan. Beberapa bentuk pendampingan yang telah dilakukan antara lain:

1. Bimbingan dalam Langkah-langkah praktis untuk membuat lapak digital, termasuk mengisi informasi produk, menggunggah foto, dan menentukan harga
2. Membantu dalam pengaturan tata letak dan desain lapak digital untuk memastikan tampilan yang menarik dan mudah dinavigasi
3. Bimbingan dalam strategi pemasaran online, termasuk penggunaan konten menarik dan promosi produk
4. Bimbingan dalam mengelola pesanan dan stock, memproses pembayaran, hingga pengiriman produk

Dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang terarah, pemilik UD. Intansari Raya dan timnya akan menerima pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mandiri dalam menjalankan lapak digital mereka di masa depan. Hal ini juga akan memberikan mereka kepercayaan diri dan kemampuan untuk mengelola penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan memaksimalkan potensi pertumbuhan bisnis melalui platform marketplace seperti Shopee. Dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pelatihan dan pendampingan ini juga berhasil membantu UD. Intansari Raya untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan memanfaatkan potensi digitalisasi dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk mereka.

Kesimpulan

Dengan adanya beberapa permasalahan di UKM Jamu Cuka Rempah yakni dari aspek pemasaran. Dari aspek pemasaran belum dilakukan penjualan secara online, sehingga pada kesempatan ini dilakukan pembuatan lapak digital di Shopee dan dilakukan pelatihan/pendampingan penggunaan *online shop* tersebut. Saran selanjutnya perlu analisis pada aspek pemasaran yaitu pengadaan lapak digital di aplikasi yang lainnya untuk meningkatkan kuantitas penjualan.

UcapanTerima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah berperan dalam penelitian yang berjudul “Penerapan TTG Alat Fermentor di UKM Jamu Cuka Rempah” terutama kepada pemilik UKM Jamu Cuka Rempah dan LPPM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya untuk dana hibah internal Perguruan Tinggi yang diberikan.

Referensi

- Atro, P. R., & Nurmiati. (2015). Keberadaan Mikroflora Alami Dalam Fermentasi Cuka Apel Hijau (*Malus sylvestris* Mill.) Kultivar Granny Smith. *Jurnal Biologi Universitas Andalas*, 158-161.
- Ayesha, C., Rahman, N. A., Zt, X., Handayani, E. S., & Indrawati. (2021). Proses Fermentasi Vinegar dan Potensinya Sebagai Obat Saluran Pencernaan. *Prosiding SEMNAS BIO 2021* (pp. 677-684). Padang: Universitas Negeri Padang.
- Budiastuti, E. (2013, Juni 15 September). Pengembangan Jamu sebagai Warisan Budaya. *Lomba Penulisan Artikel Institut Pertanian Bogor*.
- Hidayatulloh, F., Kartini, & Roviati, E. (2014). Penerapan Pembelajaran Berbasis Sains Lokal Melalui Budaya Minum Jamu untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Materi Jaringan Tumbuhan di Kelas XI MA Darul Falah Kabupaten Indramayu. *Scientiae Educatia*, 71-82.
- Kaihatu, S. S. (2005). Tanaman Rempah dan Obat Sumber Pangan Fungsional. *Seminar Nasional: Akselerasi Inovasi Teknologi Pertanian Spesifik Lokasi Mendukung Ketahanan Pangan di Wilayah Kepulauan* (pp. 554-560). Maluku: Universitas Pattimura.
- Kusumo, A. R., Wiyoga, S. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 465-471.
- Nurhayati, S., Andayani, N., & Saing, M. D. (2018). Optimalisasi Alat Fermentor pada Lama Fermentasi Cuka Apel 2018. *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* (pp. 209-214). Jember: Politeknik Negeri Jember.
- Orey, C. (2008). *Khasiat Cuka Cairan Ajaib Penyembuh Alami*. Jakarta: Hikmah.
- Satoto, H., & Norhabiba, F. (2021). Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matriks. *TIARSIE*, 109-115.
- Satoto, H., & Widiasih, W. (2021). Redesain Kemasan Produk UKM Jamu Cuka Rempah untuk Meningkatkan Penjualan. *BENGAWAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 36-43.
- Satoto, H., Widiasih, W., & Norhabiba, F. (2022). Upaya Pemberdayaan dan Peningkatan Tata Kelola usaha di IKM Cuka Rempah Serba Guna. *Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat* (pp. 241-250). Surabaya: LPPM Univeritas 17 Agustus 1945 Surabaya.