

---

## PENINGKATAN PENJUALAN MINUMAN BUNGA TELANG PLUS JAHE MELALUI PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN INOVASI PRODUK

Astria Hindratmo<sup>1</sup>, Onny Purnamayudhia<sup>2</sup>, Navik Kholili<sup>3</sup>, Ahmad Alfarizi<sup>4</sup>, Muhammad Nazal Sayyidi Akmal<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Universitas Wijaya Putra

astriahindratmo@uwp.ac.id, onnyyudhia14@gmail.com,  
navikkholili@uwp.ac.id

---

### Abstrak

Jahe merupakan jenis rempah memiliki kandungan antioksidan yakni oleoresin yang lebih dikenal sebagai gingerol. Bunga telang adalah bunga dari tumbuhan merambat yang biasa ditemukan di pekarangan rumah atau tepi hutan. Manfaat dari bunga telang ini sangat banyak terutama untuk kesehatan seperti meningkatkan stamina, anti oksidan, meningkatkan daya ingat, menyehatkan jantung, mengurangi peradangan. Salah satu usaha kecil atau usaha rumahan yang memproduksi minuman kesehatan bunga telang plus jahe milik ibu Sukaesih yang terletak di Kelurahan Sutorejo Kecamatan Mulyorejo Surabaya yang dirintis mulai tahun 2020. Namun usaha minuman tersebut memiliki beberapa permasalahan yaitu pada aspek produksi yaitu proses pemotongan jahe cukup lama dan tidak ada inovasi produk minuman tersebut. Sedangkan pada aspek manajemen yaitu pemasaran hanya mengandalkan pesan toko sekitar rumah, dan pada manajemen kualitas masih belum dimaksimalkan karena produk minuman tersebut tidak tahan lama. Solusi yang kami lakukan yaitu pada aspek produksi pemberian TTG mesin potong jahe, pelatihan inovasi variasi produk, penerapan bahan kemasan jenis gelas plastik. Pada aspek manajemen kualitas yaitu pelatihan pemilihan bahan kemasan agar produk mejadi awet serta teknis penyimpanan produk, kemudian pada aspek manajemen pemasaran yaitu pelatihan merancang strategi pemasaran dan membuat pemasaran melalui *platform* berbasis *online*. Hasil kegiatan menghasilkan peningkatan produktifitas, meningkatkan pengendalian produksi untuk mengurangi jumlah kerugian akibat produksi berlebihan, penjualan meningkat dari hasil ilkan *online*.

**Kata Kunci** : Minuman Kesehatan, Bunga Telang, Jahe

---

### PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak macam rempah-rempah. Rempah yang ada di Indonesia seringkali dijadikan bumbu penyedap makan (Pramesthi et al., 2020). Namun rempah di Indonesia juga ada yang dijadikan olahan makan maupun minuman kesehatan. Salah satu rempah yang digunakan untuk minuman kesehatan adalah

Jahe. Jahe merupakan rempah yang memiliki kandungan antioksidan (Wiendarlina & Sukaesih. (2019). Jahe banyak ditemukan di daerah Jawa meliputi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur dan Yogyakarta karena lahan pertanian yang cukup subur dan cocok untuk pertanian rempah-rempah. Sedangkan di daerah di luar Jawa seperti Sumatra, Kalimantan dan Sulawesi juga terdapat hasil alam rempah Jahe namun jumlahnya tidak terlalu banyak

bila dibandingkan dengan di Jawa. Dengan banyaknya hasil rempah berupa jahe di Indonesia serta khasiatnya yang baik untuk kesehatan, maka banyak penduduk menjadikan jahe sebagai salah satu minuman untuk kesehatan. Produk minuman olahan jahe banyak diproduksi dalam bentuk serbuk hingga minuman yang siap minum yang di produksi oleh beberapa perusahaan besar hingga UMKM. Dengan semakin berkembangnya minuman olahan jahe, beberapa produsen minuman olahan jahe mengkombinasikan dengan beberapa rempah jenis lain maupun tanaman yang dapat meningkatkan kandungan khasiat untuk kesehatan.

Salah satu jenis tanaman yang dapat dikominasikan dengan jahe adalah tanaman bunga telang. Bunga telang adalah bunga dari tumbuhan merambat yang biasa ditemukan di pekarangan rumah atau tepi hutan (Utami et al., 2023). Tumbuhan anggota suku polong-polongan ini berasal dari Asia tropis, namun sekarang sudah mulai menyebar ke seluruh daerah tropis seperti di Indonesia. Manfaat dari bunga telang ini sangat banyak terutama untuk kesehatan seperti meningkatkan stamina, antioksidan, meningkatkan daya ingat, menyehatkan jantung, mengurangi peradangan dan masih banyak manfaat lainnya (Sari, 2023). Namun tidak diketahui banyak orang, sebab bunga telang yang berwarna biru ini lebih dikenal sebagai bunga penghias pekarangan (Pratami et. al., 2021). Khususnya untuk di daerah Bali, bunga telang ini biasanya dipakai untuk sarana persembahyangan yaitu untuk membuat canang (Suyatra, 2020).

Salah UMKM yang memproduksi minuman bunga telang plus jahe yang dimiliki oleh ibu Sukaesih yang terletak di Kelurahan Sutorejo Kecamatan Mulyorejo Kota Surabaya. Usaha tersebut dilakukan sejak tahun 2020 saat masa Covid 19 untuk mengisi waktu luang dan membantu keluarga menghasilkan pendapatan tambahan. Selama 4 tahun minuman tersebut sangat cukup di gemari oleh warung sekitar rumah bahkan pesanan dari tetangga. Setiap harinya Bu Sukaesih memproduksi sekitar 30-50 botol minuman dengan kemasan ukuran 350 ml. Namun hingga saat ini perkembangan penjualan minuman masih cenderung stagnan bahkan terkadang hanya

membuat sebanyak 25 botol minuman saja per harinya.

Bahan baku yang digunakan tidak terlalu banyak macamnya yaitu bunga telang yang sudah dikeringkan kemudian ditambah dengan jahe, lemon dan gula. Industri rumah tangga ini dalam proses produksinya masih secara tradisional. Namun hingga saat ini mitra masih mempunyai beberapa permasalahan baik di bidang produksi maupun manajemen usaha.

Permasalahan pada proses produksi yang dilakukan mitra yaitu proses pemotongan jahe cukup lama yang membutuhkan waktu cukup lama sekitar 1 jam untuk 1 kg jahe sebab proses yang dilakukan secara manual dengan pisau. Kemudian pada produksinya juga mitra kurang berinovasi sebab hanya memproduksi 1 macam varian rasa dengan dikemas dengan botol 350 ml. Inovasi produk tentunya akan berdampak terhadap penjualan (Utami & Syahbudi, 2019). Sedangkan pada aspek manajemen yaitu manajemen pengendalian produksi yaitu mitra belum bisa mengedalikan produksi, sebab jumlah produksi tiap hari terlalu banyak bila dibandingkan jumlah penjualan sehingga penyimpanan produk terlalu banyak padahal minuman hanya mampu bertahan 3-4 hari. Dampak dari pengendalian produksi akan membuat tercukupinya kebutuhan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan pasar secara optimal (Aprianto, 2020). Kemudian permasalahan pada aspek manajemen pemasaran yaitu mitra masih menjual produk minuman di toko dan warung sehingga penjualan kurang maksimal dan di tambah lagi branding produk masih belum kuat sehingga penjualan menjadi kurang maksimal. Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam mengoptimalkan efisiensi pada UMKM (Tirtayasa et. al., 2021). Selain itu strategi pemasaran yang baik berdampak pada kemampuan perusahaan dapat bersaing ketat dengan pesaingnya (Widayati, 2018).

Tujuan dari kegiatan ini yaitu meningkatkan penjualan melalui peningkatan kapasitas produksi dengan penerapan Teknologi Tepat Guna (TTG) dan perbaikan manajemen melalui perbaikan branding, inovasi pemasaran produk, serta menerapkan pengendalian produksi yang efektif.

Penanganan masalah yang ada pada mitra yaitu pada aspek produksi yaitu merancang dan menerapkan alat pemotong jahe untuk mempercepat proses pemotongan jahe agar waktu produksi per hari lebih efektif dan efisien. Kemudian juga pelatihan dan pendampingan inovasi varian rasa pada produk minuman bunga telang plus jahe. Sedangkan pada aspek manajemen yaitu pelatihan dan pendampingan pengendalian produksi dengan konsep penjadwalan produksi dan pembelian bahan baku berbasis pada data penjualan pada periode sebelumnya. Selain itu juga pelatihan dan pendampingan pembuatan desain label untuk meningkatkan branding produk serta pemasaran produk secara *online* melalui media *online Whatsapp* dan *Shopeefood*. Adapun detail penyelesaian masalah pada mitra terdapat pada tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1	Produksi	Perancangan TTG pemotong jahe semi otomatis dan inovasi berupa penambahan varian rasa untuk mendukung penjualan.
2	Manajemen Pengendalian produksi	pelatihan dan pendampingan pengendalian produksi dengan konsep penjadwalan dan pengadaan bahan baku berbasis data penjualan sebelumnya untuk mengurangi kelebihan stock produk yang di simpan.
3	Manajemen Pemasaran	Pelatihan dan perancangan Perancangan desain label untuk meningkatkan branding serta pelatihan mentrukan strategi pemasaran dengan menentukan Segmentasi, target, <i>positioning</i> (STP) dan 4P ( <i>product, price, place, promotion</i> ) melalui pemasaran secara <i>online</i> lewat media sosial <i>Whatsapp</i> dan <i>Shopeefood</i> .

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu (1) obesrvasi lapangan untuk mengetahui proses produksi mitra, (2) identifikasi permasalahan yang dihadapi, (3) diskusi dengan mitra terkait solusi permasalahan, (4) perancangan mesin pemotong jahe untuk mempercepat proses produksi per hari yang dilakukan berdasarkan diskusi dengan mitra, (5) pelatihan dan pendampingan merancang inovasi variasi produk dan berdiskusi penentuan kemasan produk yang lebih menarik, (6) pelatihan dan pendampingan pengendalian produksi agar produksi tidak berlebihan untuk mengurangi banyaknya produk yang disimpan dengan metode perencanaan penjadwalan, perencanaan bahan baku yang mempertimbangkan data penjualan sebelumnya, (7) pelatihan dan pendampingan pembuatan strategi pemasaran, dan pelatihan pemasaran secara *online* melalui media sosial, serta pendampingan perancangan desain branding guna mendukung pemasaran secara *online*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Perancangan Dan Penerapan Mesin Pemotong Jahe

Proses perancangan mesin pemotong jahe dilakukan dengan cara berdiskusi dengan mitra untuk mengetahui spesifikasi dan kapasitas yang dibutuhkan. Perancangan mesin semi otomatis ini diterapkan untuk mempercepat proses produksi terutama pada proses pemotongan jahe sehingga meningkatkan kapasitas produksi per hari. Alat pemotong ini mampu meningkatkan efisiensi waktu hingga 70% dari sebelumnya yang dilakukan secara manual pakai pisau potong.



Gambar 1. Penerapan Mesin Pemotong Jahe

### 2. Pelatihan dan Pendampingan Inovasi Varian Rasa

## METODE



Pada kegiatan ini mitra dilatih dan didampingi dalam melakukan inovasi varian rasa untuk meningkatkan penjualan baik secara offline maupun secara online. Karena produk mitra adalah minuman Kesehatan, sehingga untuk varian rasa juga ditambahkan bahan yang mendukung kesehatan seperti penambahan *milkshake*. Adapaun harga yang dibuat berdasarkan biaya tambahan untuk bahan baku tambahan. Penciptaan varian rasa yang berbeda ternyata mampu meningkatkan penjualan sebesar 50 % sebab produk banyak di beli oleh anak sekolah maupun anak kuliah yang kos di sekitar warung maupun toko tempat mitra menitipkan produk.



Gambar 2. Pelatihan dan pendampingan Pembuatan Inovasi Varian Rasa

### 3. Pelatihan Penerapan manajemen Pengendalian Produksi

Pada kegiatan ini mitra dilatih dan didampingi membuat pengendalian produksi dengan perhitungan penjadwalan produksi yang berbasis data peramalan penjualan periode per minggu. Sehingga jumlah produksi bisa lebih efisien dan mengurangi jumlah penyimpanan produk yang cukup banyak, serta mitra akan mampu mengatur jumlah pembelian bahan baku utama yaitu jahe yang harga terkadang naik maupun turun dan pemesanan bunga telang juga bisa lebih terjadwal. Hasil dari kegiatan ini mitra telah mampu menentukan jumlah produksi yang

efisien sehingga mengurangi jumlah simpan produk serta pembelian bahan baku yang lebih efektif.

Gambar 3. Pelatihan Pengendalian Produksi

Tabel 2. Hasil Pelatihan Membuat Perencanaan Penjualan produksi dan Pembelian Jahe

Periode (minggu)	Forecast	MPS ( <i>Master Production Scheduling</i> )	MRP ( <i>Material Requirement Planning</i> )		
			Jahe	Bunga Telang	Gula
1	-	-	-	-	-
2	69	69	1,5 kg	100gr	3/4 kg
3	69,5	70	1,5 kg	100gr	3/4 kg
4	67,5	68	1,5 kg	100gr	3/4 kg
5	67	67	1,5 kg	100gr	3/4 kg

### 4. Pelatihan pembuatan Pemasaran dan branding kemasan Produk

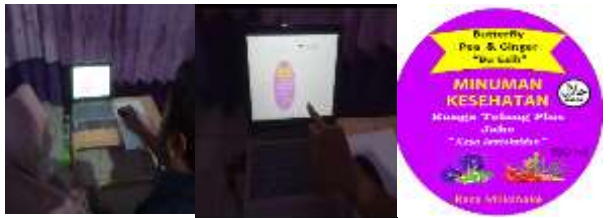
Pada kegiatan ini mitra dilatih dan didampingi dalam meningkatkan penjualan dengan membuat strategi pemasaran dengan menentukan STP dan 4P *marketing mix*. Dalam pentuan harga didapatkan dari perhitungan Harga Pokok Produk (HPP) yang dihitung bersama mitra. Dengan adanya perhitungan HPP maka mitra akan dapat dengan mudah merancang strategi pemasaran.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Strategi Pemasaran

Tabel 2. Hasil Pelatihan Membuat 4P *Marketing Mix*

Produk (Minuman)	Price	Place	Promotion
Jahe+Butterfly Pea	4500	Warung Makanan,	Media Sosial,



		Toko Kelontong, Rumah Sendiri	Shoopeefood & Kerjasama
Jahe+Butterfly Pea+ Milkshake	6500	Warung Makanan, Toko Kelontong, Rumah Sendiri	Media Sosial, Shoopeefood & Kerjasama

Tabel 3. Penentuan STP

Ukuran	Segmentation	Targetting	Positioning
Botol 350 MI Jahe+Butterfly Pea	Orang Dewasa	105 Botol Per minggu	Isi Lebih banyak
Botol 350 MI Jahe+Butterfly Pea+ Milkshake	Anak Muda	105 Botol Per Minggu	Ukuran lebih kecil

Selain itu pemasaran secara *online* melalui whatsapp dan



*Shoopeefood*. Pelatihan dimulai dari membuat desain dan kata-kata dalam iklan secara *online* hingga teknis cara mendaftar dan mengunggah iklan yang telah dibuat. Hasil dari kegiatan ini memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan sebesar 50% dari penjualan sebelumnya.

Gambar 4. Pelatihan Pemasaran Secara *Online*

### 5. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Label Produk Untuk meningkatkan *Branding*

Pada kegiatan ini mitra dilatih dan didampingi dalam pembuatan desain label pada kemasan untuk membangun branding minuman Kesehatan yang kekinian. Selain itu dengan adanya label yang menarik mendukung tampilan penjualan secara online. Dampak dari pemberian label pada kemasan yaitu meningkatkan penjualan dan juga produk makin dikenal sebagai minuman Kesehatan yang kekinian.

Gambar 5. Pelatihan Pembuatan Label Kemasan Untuk Branding Produk

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan pada mitra memberikan beberapa dampak yaitu (a) penerapan TTG mesin perajang jahe berdampak pada percepatan waktu produksi dan peningkatan kapasitas produksi, sedangkan kegiatan pelatihan dan pendampingan inovasi produk (penambahan varian rasa) meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan segmentasi produk untuk segmen anak muda. (b) Pada kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen pengendalian produksi berdampak pada peningkatan kemampuan mitra dalam memproduksi dalam jumlah yang sesuai dengan penjualan sebelumnya dan juga mengurangi jumlah penyimpanan produk yang berlebihan. (c) pada kegiatan pelatihan dan pendampingan perancangan strategi pemasaran baik offline maupun online serta pembuatan label kemasan untuk branding memberikan dampak pada peningkatan penjualan dan juga produk menjadi lebih di kenal.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan maka dapat disimpulkan bahwa mitra telah memiliki mesin peajang jahe yang semi otomatis yang mampu mempercepat proses produksi, mitra telah memiliki produk inovasi varian rasa yang kekinian yang sesuai segmentasi anak muda. Kemudian mitra telah mampu menggalikan produksi sehingga jumlah produksi mendekati jumlah permintaan untuk mengurangi jumlah stock produk yang berlebihan.

Selain itu mitra juga telah mampu merancang strategi pemasaran dengan leih tepat sasaran, mampu membuat iklan online dengan baik untuk meningkatkan penjualan, serta produk juga telah memiliki label kemasan untuk meningkatkan branding produk.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku tim pelaksana pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Wijaya Putra, Dekan Fakultas Teknik, Ketua Program Studi Teknik Industri, dan Ketua Program Studi Teknik Mesin.

### REFERENSI

- Aprianto T. (2020). Perencanaan Pengendalian Produksi Kuetiau Guna Mengoptimalkan Persediaan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode MRP, *Jurnal Mahasiswa Industri Galuh*, Vol. 1 no.1.
- Pratami Ayu Cahya W. N., Nyoman Muryatini Nyoman N., Sukerti Kadek N., Dwijayani Made N, & Meitridwiasititi A. A. A. (2021). Pengembangan Usaha IRT Bunga Telang di Desa Pemecutan Denpasar. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 3(3): 91-98.
- Pramesthi D., Ardyati I., & Slamet A. (2020). Potensi Tumbuhan Rempah dan Bumbu yang Digunakan dalam Masakan Lokal Buton sebagai Sumber Belajar, *BIODIK: Jurnal Ilmiah Pendidikan Biologi*, Volume 6, Nomor 03, Hal. 225-232.
- Sari I., (2023). Pelatihan Pembuatan Minuman Sehat Teh Bunga Telang Pada Kelurahan Joglo Jakarta Barat, *Jurnal Pengabdian Mandiri*, Vol.2, No.12, hal. 2531- 2534.
- Suyatra Putu I. (2020). Bunga Telang Tingkatkan Imun Tubuh, Masalah Sex Hingga Daya Ingat,” (Online), [baliexpress.jawapos.com](http://baliexpress.jawapos.com).
- Tirtayasa S., Nadra I, & Khair H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 22, No. 2, hal 244-259.
- Utami Putri I., Handriatni A., & Sajuri. (2023). Pengaruh Dosis NPK Dan Media Tanam Terhadap Karakter Fisiologi Dan Hasil Tanaman Telang (*Clitoria ternatea L.*) Di Lahan Apung, *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi* , Vol. 37 No. 2, Hal. 167- 176.
- Utami N. & Syahbudi M. (2019). Pengaruh E-Commerce Dan Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM (Studi Kasus: Umkm Kota Binjai), Volume 7, No. 4, hal. 1209-1219.
- Wiendarlina Y. I, Sukaesih R. (2019). Perbandingan Aktivitas Antioksidan Jahe Emprit (*Zingiber Officinale Var Amarum*) Dan Jahe Merah (*Zingiber Officinale Var Rubrum*) Dalam Sediaan Cair Berbasis Bawang Putih Dan Korelasinya Dengan Kadar Fenol Dan Vitamin C, *Jurnal Fitofarmaka Indonesia*, Vol. 6 No.1, Hal. 315-324.
- Widayati Daru K. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada PT Roti Nusantara Prima Cabang Jatiasih, Bekasi, *Widya Cipta Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Volume 2, No. 2.

