

Transformasi Home Industry Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) melalui Pendampingan Digital Marketing pada Era Pandemi COVID-19 di Kelurahan Kadipaten Kabupaten Ponorogo

The Transformation of Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) Home Industry through Digital Marketing Assistance during the COVID-19 Pandemic in Kadipaten Village Ponorogo Regency

¹⁾Ilham Cahyanto, ²⁾Unun Roudlotul Janah

¹⁾ Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo

²⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Jl. Puspita Jaya, Kec. Jenangan, Kab. Ponorogo, Telp. (0352) 3576565, Kode Pos 63492

*Email: ilhamcahyanto11@gmail.com

DOI: 10.35719/ngarsa.v3i2.332

ABSTRAK

Jamu merupakan obat herbal tradisional yang mengandung bahan-bahan alami dan memiliki beranekaragam khasiat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit serta warisan budaya asli Indonesia yang berkembang di masyarakat secara turun-temurun dan bisa digunakan untuk keperluan kesehatan. Setelah terjun di lokasi pengabdian penulis menemukan sebuah aset yang berpotensi untuk dilakukan pemberdayaan. Setelah dilakukan wawancara dan observasi ternyata pelaku home industry belum pernah memasarkan produknya melalui media digital, sejauh ini teknik pemasaran yang dilakukan hanya di sekitar Kelurahan Kadipaten melalui berjualan keliling bersepeda dan belum adanya inovasi menciptakan produk lain dari olahan minuman jamu. Tujuan dari pengabdian ini yakni memberikan program terobosan baru dengan melakukan pendampingan digital marketing dan pembuatan inovasi produk Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) pada pelaku usaha, harapan untuk kedepannya dapat menambah keahlian dalam memasarkan produk dan menambah jenis produk pada home industri jamu tradisional milik Ibu Siti Aminah yang berlokasi di Kelurahan Kadipaten. Metode yang digunakan dalam pengabdian yakni pendekatan Asset Based Community - Driven Development (ABCD). Hasil pengabdian menunjukkan bahwa home industry telah memiliki akun di media digital untuk memasarkan produknya, tercetusnya produk Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) yang siap dikembangkan dan meningkatnya skill dalam inovasi produk.

Kata Kunci: Pemberdayaan; Digital Marketing; Inovasi Produk; Home Industry

ABSTRACT

Jamu is a traditional herbal medicine containing natural ingredients that have various properties to cure various diseases as well as the original Indonesian cultural heritage that developed in the community for generations that are used for health purposes. After plunging in the location of the service, the author found an asset that has the potential to be empowered. After conducting interviews and observations, it turns out that home industry players have never marketed their products through digital media, so far the marketing techniques carried out are only around the Duchy Village through selling around cycling and there is no innovation in creating other products from processed herbal drinks. The purpose of this service is to provide a new breakthrough program by providing digital marketing assistance and making innovations for ice cream parem jamu (esemmu) products for business actors, hoping that in the future they can add expertise in marketing products and add types of products to Mrs. Siti Aminah traditional herbal home industry is located in the Kadipaten Village. The method used in the service is the Asset Based Community - Driven Development (ABCD) approach. The results of the service show that the home industry already has an account in digital media to market its

products, the emergence of the Parem Jamu ice cream product (ESEMMU) which is ready to be developed and increased skills in product innovation.

Keywords: *Empowerment; Digital Marketing; Product Innovation; Home Industry*

PENDAHULUAN

Kabupaten Ponorogo terletak di Provinsi Jawa Timur, berjarak sekitar 200 km sebelah barat daya dari ibu kota provinsi dan 800 km dari ibu kota Indonesia. Secara geografis, wilayah ini meliputi rentang 111° 17' hingga 111° 52' Bujur Timur dan 7° 49' hingga 8° 20' Lintang Selatan, dengan luas mencapai 1.371,78 km². Menurut data yang tersedia, sebagian besar wilayah Ponorogo, sekitar 79%, berada pada ketinggian kurang dari 500 m di atas permukaan laut, 14,4% terletak antara 500 hingga 700 m, dan sisanya 5,9% berlokasi di atas 700 m (BAPPEDA Provinsi Jawa Timur, 2013).

Ponorogo memiliki iklim tropis dengan curah hujan tertinggi tercatat dari Januari hingga April, berkisar antara 227-370 mm/hari. Sebaliknya, curah hujan terendah terjadi dari Oktober hingga Desember, yaitu 51-70 mm/hari. Suhu rata-rata di Ponorogo berkisar antara 28-34°C (DITJEN Cipta Karya, 2013). Melihat dari segi geografis, Kelurahan Kadipaten terletak pada ketinggian 153 meter di atas permukaan laut. Awalnya merupakan desa di Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur, Kadipaten berdiri sejak tahun 1883. Kemudian, statusnya berubah menjadi kelurahan sekitar tahun 1982. Seperti desa dan kelurahan lainnya di Indonesia, Kadipaten mengalami musim hujan dan kemarau. Luas wilayah Kelurahan Kadipaten mencapai sekitar 349.256 hektar (Profil Kelurahan Kadipaten, 2019).

Dapat dipaparkan bahwasannya batas wilayah Kelurahan Kadipaten, seperti berikut ini: a) Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Kertosari, Cokromenggalan, dan Desa Babadan, b) Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Setono, Desa Japan, Plalangan, dan Ngrupit, c) Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Patihan Wetan dan Kelurahan Singosaren, dan d) Sebelah Barat berbatasan dengan Ponorogo, Kelurahan Keniten, Desa Cekok dan Polorejo.

Menurut survei dari Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia tahun 2021 melalui pendataan potensi Desa dan Kelurahan, dapat diketahui bahwasannya Kelurahan Kadipaten memiliki jumlah penduduk total sebanyak 2285 KK yang terdiri dari penduduk laki-laki berjumlah 3838 orang dan penduduk perempuan berjumlah 3952 orang. Jika dilihat dari data yang ada, komoditas atau sub sektor utama pertanian dari Kelurahan Kadipaten adalah padi. Kelurahan Kadipaten memiliki 4 dusun yaitu Dusun Krajan, Kebon, Tengah dan Jurang Gandul (Badan Pusat Statistik RI, 2021).

Kelurahan Kadipaten dikenal sebagai daerah penghasil mebel dan batu-batanya maka bukan tidak mungkin jika mebel dan batu-bata menjadi produk unggulan dari Kelurahan Kadipaten. Banyak dari warganya menjadi pengerajin mebel dan batu-bata, yang hasil produksinya bisa dikirim sampai luar Kabupaten Ponorogo. Menariknya lagi di Kelurahan

Kadipaten juga terdapat *home industry* produksi minuman jamu tradisional dari empon-empon seperti halnya olahan minuman jamu parem (kunyit asam), beras kencur, temu ireng dan kelor. Walaupun disaat seperti ini pelaku usaha mikro mengalami penurunan dari segi produksi maupun pendapatan, namun setidaknya usaha mikro kecil seperti *home industry* minuman jamu tradisional milik Ibu Siti Aminah masih bisa bertahan walau badai pandemi terus menghadang.

Industri adalah sebuah produk hasil pengembangan teknologi dalam lingkungan masyarakat. Suatu industri yang berkaitan dengan hal ekonomi, teknologi, maupun pabrik dapat mempengaruhi tatanan, nilai-nilai serta perilaku etika sebuah masyarakat. Dengan adanya masyarakat industri berdaya saing kuat, suatu masyarakat dituntut untuk mempunyai keahlian tertentu, mendorong warga masyarakat untuk terus berfikir kreatif salah satunya dengan menciptakan suatu inovasi baru yang mengantongi nilai jual tinggi (Cucu dan Husnul, 2015).

Home industry adalah sebuah kegiatan usaha lingkup rumahan yang mampu memperluas lapangan kerja, mengurangi banyaknya pengangguran dan berkontribusi dalam hal layanan ekonomi kepada khalayak luas, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta berperan dalam meningkatkan perekonomian di masyarakat. Dengan hadirnya *home industry* di tengah-tengah peradaban masyarakat akan memberikan dampak positif, seperti pemberdayaan terhadap pengangguran warga desa (Nur Inayati, 2019). Menurut Mulyawan di dalam artikel ilmiah yang ditulis Gita Rosalita Armelia dan Anita Damayantie bahwa *home industry* adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. *Home industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah (Gita dan Anita, 2013). Berikut ini adalah tabel daftar UMKM yang terdapat di Kelurahan Kadipaten.

Tabel 1.1 Daftar UMKM di Kelurahan Kadipaten

No	Jenis UMKM	Jenis Produk	Jumlah
1.	Industri Mebel (Furniture dari kayu)	Almari, Meja, Kursi, Kusen, Pintu, Tempat Tidur (Ranjang)	7 Unit
2.	Industri Minuman Jamu Tradisional	Minuman Jamu Parem (Kunyit Asam), Beras Kencur, Temu Ireng, Daun Kelor dan Daun Pepaya	1 Unit
3.	Industri Minuman Kemasan	Air Isi Ulang, Air Mineral, dan minuman dalam kemasan lainnya	3 Unit
4.	Industri Konveksi	Pakaian Jadi, Kemeja, Rok, Celana, Seragam, dan Mukena Bordir	2 Unit
5.	Industri Barang Galian	Gerabah (Cangkir, Guci, Kendi, Gentong, Wajan Tanah Liat), Keramik, Genteng, Batu-Bata, Porselin, Tegel, Batako	5 Unit

6.	Industri Makanan	Pengolahan Tahu dan Tempe, pengolahan dan pengawetan Daging, Ikan, Buah dan Sayuran	3 Unit
7.	Industri Reparasi dan Pemasangan Mesin	Reparasi Dinamo, Reparasi Mesin Penggiling Padi, dll	1 Unit

Sumber: Diolah dari, "Pendataan Potensi Desa/Kelurahan 2021" Badan Pusat Statistik RI, dalam Arsip Data Administrasi Kelurahan Kadipaten dan pengamatan langsung dari penulis.

Pada tahun 2021 ini, berbagai negara sedang mengalami masalah yang sama dan merasakan kesedihan dalam menghadapi berbagai hal mulai dari aspek sosial, pendidikan dan utamanya adalah ekonomi. Munculnya virus baru yakni coronavirus jenis baru (SARS-CV-2) dan penyakitnya disebut dengan *Coronavirus Disease 2019* (COVID-19) (Yuliana, 2020). Operasional UMKM sangat dipengaruhi salah satunya oleh kondisi pasar. Kondisi pasar menjadi tidak menentu sejak terjadi pandemi COVID-19. Pandemi memberikan pengaruh negatif di berbagai sektor terutama sektor ekonomi. Seluruh warga diseluruh penjuru dunia sedang berduka, semenjak datangnya wabah virus mematikan ini. Walaupun realitanya begitu kita sebagai manusia harus selalu bangkit berikhtiar, tegar dan tetap sabar menerima cobaan ini.

Dewasa ini Pemerintah Indonesia sedang gencar-gencarnya menginformasikan untuk menghidupkan kembali gerakan tradisi minum jamu tradisional bagi masyarakat Indonesia untuk menjaga tubuh agar tetap selalu fit dan sehat, terutama dimasa pandemi seperti ini kita harus menjaga kekebalan dan imun tubuh agar tidak gampang terserang berbagai virus serta penyakit (Iftitah Ruwana, 2017). Jamu merupakan salah satu produk obat-obatan tradisional dalam negeri yang telah ada berabad-abad sejak jaman dahulu, produk tradisional yang legendaris ini memiliki keunggulan tersendiri baik dari keaslian produk lokal, manfaat kesehatan, kecantikan dan dapat mempengaruhi pergerakan perekonomian pelaku usaha masyarakat lokal. Jamu tradisional tetap masih dibutuhkan dan dicari oleh konsumen, buktinya banyaknya pengusaha jamu tetap memproduksi dan menjual jamu di masyarakat. Aktifitas perdagangan Usaha Jamu Gendong (UJG) atau yang penjualannya keliling menggunakan sepeda, yaitu usaha yang dilakukan oleh perorangan dengan menggunakan bahan obat tradisional dalam bentuk cairan yang dibuat segar dengan tujuan untuk di sajikan langsung kepada konsumen (KEMENKES, 2012).

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari pelaku *home industry* minuman jamu tradisional, Ibu Siti Aminah menjajakan jamunya menggunakan botol bekas air mineral untuk mengemas minuman jamunya. Botol air mineral beliau dapatkan melalui pengepul dan warga masyarakat lingkungan sekitar, pendapatan yang diperoleh dari penjualan jamu kelilingnya tidak menentu, dimasa pandemi COVID-19 ini beliau hanya bisa meraup untung Rp. 300.000 per bulannya sedangkan sebelum adanya wabah virus corona ini bisa mencapai lebih dari Rp. 400.000 per bulan. Untuk saat ini di *home industry* minuman jamu tradisional Ibu Siti Aminah hanya memproduksi olahan minuman jamu tradisional siap minum dan sejauh ini teknik pemasaran yang dilakukan Ibu Siti Aminah belum mengimplementasikan pemasaran secara *digital*. Pemasaran dilakukan hanya di sekitar Kelurahan Kadipaten melalui berjualan keliling

dengan bersepeda serta di *home industry* minuman jamu tradisional Ibu Siti Aminah belum terdapat inovasi produk dari olahan minuman jamu tradisional.

Sehingga dapat dipahami, upaya dilakukannya pemberdayaan sifatnya penting untuk dilakukan sebagai upaya penguatan sosial ekonomi masyarakat. Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) pada intinya diperuntukkan untuk menyejahterakan masyarakat, baik itu dari segi ekologi, ekonomi, maupun sosial, melalui pendampingan *digital marketing* dan pembuatan inovasi produk baru pada pelaku usaha, sehingga masyarakat memiliki kemampuan dan kemandirian untuk memperbaiki kondisi kehidupan yang dijalaninya. Kemandirian pada sebuah masyarakat tidak muncul dan tercipta secara instan, semua itu butuh proses dan waktu yang lama untuk belajar. Dalam UU Nomor 6/2014 menyatakan tentang Desa secara umum disebutkan bahwa masyarakat desa bukanlah sebagai objek pasif yang hanya menerima bantuan, tetapi sebagai pelaku utama yang aktif melalui cara beretika, berpikir, dan bersikap untuk kemajuan, serta memiliki kemandirian untuk menentukan arah pembangunan desanya berdasarkan kenyataan yang dialami dan dilalui (Dita Mayreistal dkk, 2021).

Penulis memilih *home industry* minuman tradisional jamu Ibu Siti Aminah untuk melakukan fokus kegiatan pengabdian. Alasannya, karena jamu adalah warisan leluhur dan nenek moyang kita, dan harus juga kita lestarikan keberadaannya. Serta pada masa pandemi ini olahan minuman jamu tradisional banyak dicari, masyarakat percaya dengan mengkonsumsi ramuan minuman herbal dapat menangkal masuknya virus ke tubuh. Maka dari itu penulis memiliki inisiatif memberikan kontribusinya melalui kegiatan pengabdian dengan melakukan pemberdayaan kepada pelaku usaha yaitu melalui pelaksanaan kegiatan pendampingan *digital marketing* dan pembuatan inovasi produk berupa Es Krim Parem Jamu (ESEMMU).

Terselenggaranya program pengabdian ini didasarkan dari temuan sebuah aset dan potensi di Kelurahan Kadipaten. Berangkat dengan mengimplementasikan metode *Asset Based Community – Driven Development* (ABCD), semoga nantinya bisa membawa usaha kecil yang digeluti Ibu Siti Aminah berubah lebih baik, semakin berkembang, serta memiliki daya saing dengan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) lainnya.

METODE PELAKSANAAN

Asset Based Community - Driven Development (ABCD)

Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) ini telah dimulai dan dilaksanakan sejak tanggal 5 Juli - 13 Agustus 2021. Pengabdian dilakukan melalui pendampingan *Digital Marketing* dan pembuatan produk inovasi Es Krim Parem jamu (ESEMMU) yang penulis laksanakan pada pelaku usaha kecil tepatnya pada *home industry* minuman jamu tradisional Ibu Siti Aminah.

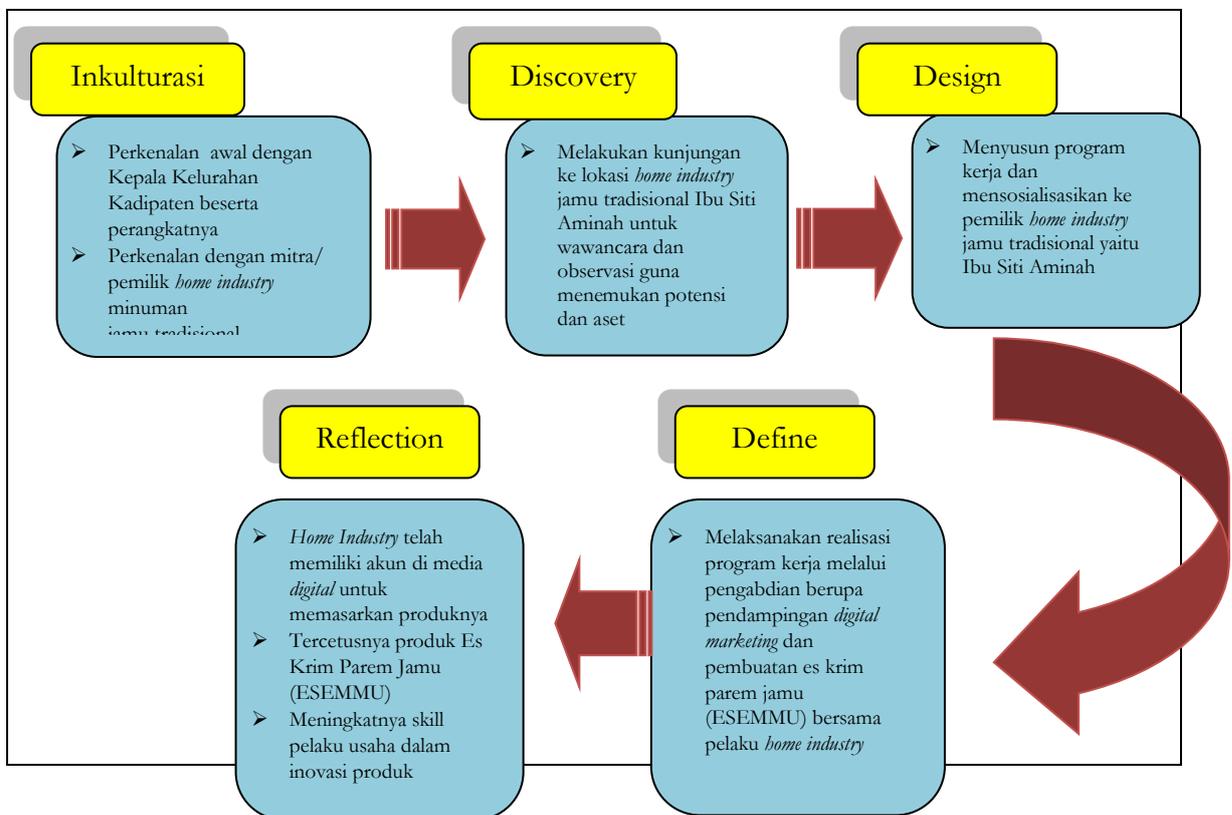
Metode dalam pengabdian ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community - Driven Development* (ABCD), dimana dalam metode ABCD ini pemberdayaan dan pemanfaatan aset serta potensi yang ada disekitar lingkungan tempat tinggal yang dimiliki komunitas masyarakat menjadi pokok yang diutamakan (Ahmadi dkk, 2021).

Ada beberapa tahapan yang dilalui dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat dengan menggunakan pendekatan *Asset Based Community – Driven Development (ABCD)*, berikut ini adalah urutan tahapannya (Evi Fatimatur Rusydiyah, 2017):

1. Tahap *Inkulturas*i (Perkenalan) merupakan proses awal yang harus dilalui agar antara komunitas, masyarakat seperti pihak Desa atau Kelurahan, tokoh masyarakat, pelaku atau mitra *home industry* dan mahasiswa Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) terjadi pembauran dan sinkronisasi dalam berkomunikasi. Juga dalam rangka membangun kepercayaan dan keterbukaan.
2. Tahap *Discovery* (Pengungkapan informasi) adalah menjajaki lokasi untuk memetakan aset yang ada dan menemukan potensi yang layak untuk ditumbuh kembangkan.
3. Tahap *Design* (Mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang) adalah tahap mengidentifikasi peluang serta melakukan proses penyusunan rencana program kerja pemberdayaan yang acuannya berdasarkan penemuan aset dan potensi yang telah digali ditahap *discovery*.
4. Tahap *Define* (Mendukung terlaksananya program kerja) yakni dimana tim pengabdian dan mitra usaha saling bersinergi dan kerjasama menyukkseskan program kerja pemberdayaan yang sebelumnya telah disusun.
5. Tahap *Reflection* (Refleksi) adalah proses kegiatan monitoring serta evaluasi terhadap kegiatan pengabdian dengan program kerja pendampingan yang telah dilaksanakan

Gambar 1.2

Tahapan Pelaksanaan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR)



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) ini dilaksanakan pada tanggal 5 Juli – 13 Agustus 2021. Kegiatan pengabdian salah satunya kami fokuskan di *home industry* minuman jamu tradisional Ibu Siti Aminah di Kelurahan Kadipaten, Kecamatan Babadan, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Ibu Siti Aminah selaku pemilik *home industry* merasa senang dan sangat terbantu semenjak adanya tim pengabdian KPM-DDR hadir di kelurahan dan mengunjungi *home industry* minuman jamu miliknya. Setelah dilakukan observasi awal dan wawancara dengan mitra usaha penulis menemukan solusi untuk pengembangan dan pengoptimalan aset serta potensi yang dimiliki mitra *home industry*. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada *home industry* minuman jamu tradisional penulis merumuskan program kerja pengabdian bersama mitra usaha sebagai pemberdayaan aset dan potensi yang dimiliki *home industry* minuman jamu tradisional milik Ibu Siti Aminah. Berikut adalah program kerja pengabdian yang telah kami susun:

Tabel 1.2

Daftar Susunan Program Kerja Pengabdian

No	Aset/Potensi yang dimiliki	Permasalahan yang dihadapi	Program Kerja Pengabdian	Pihak yang dilibatkan
1	Aset Ekonomi (<i>Home Industry</i> Minuman Jamu Tradisional)	<ol style="list-style-type: none">1. Belum menerapkan pemasaran <i>digital</i> dalam proses penjualan produk.2. Belum ada produk inovasi dari olahan minuman jamu tradisional, hanya sebatas olahan jamu siap minum.3. Belum ada labelisasi untuk produk	<ol style="list-style-type: none">1. Melakukan pendampingan <i>Digital Marketing</i> pada mitra <i>home industry</i>2. Mengadakan pelatihan cara pembuatan produk inovasi baru Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)3. Membuat desain dan mencetak label untuk produk	Mitra/ pelaku usaha <i>Home Industry</i> Minuman Jamu Tradisional

Dalam konteks mode *digital marketing*, industri usaha ritel yang masih mengadopsi konsep tradisional banyak menghadapi persoalan serta dampak yang besar. Dampak dan persoalan yang dirasakan untuk sebelumnya belum pernah terjadi. Akibat persaingan kompetitif keunggulan pemasaran tradisional menghilang. Hal seperti ini kerap kali disebabkan karena kurangnya pemahaman dan penguasaan literasi terkait strategi marketing yang diimplementasikan (Pristi Sukmasetya dkk, 2020).

Pemanfaatan digital marketing di era industri revolusi 4.0 sungguh sangat populer. Saat ini pemanfaatan media *digital* sangat membantu dalam memasarkan dan mempromosikan sebuah produk maupun jasa dengan cepat, anti ribet dan tentunya murah (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Maka dari itu, dengan dilaksanakannya program pendampingan *digital marketing*, output yang diharapkan adalah pelaku *home industry* memiliki akun media pemasaran *digital* di *blog*, *marketplace* di *Facebook*, *Instagram*, dan grup *Whatsapp*, untuk membantu proses berjalannya pemasaran saat penjualan.

Pendampingan *digital marketing* dilakukan pada tanggal 28 Juli 2021. Kegiatan pendampingan diawali dengan sosialisasi. Tujuan dari sosialisasi untuk memotivasi mitra usaha agar bersedia mengikuti pendampingan dari awal hingga akhir dan menjelaskan manfaat *dari* program yang dilakukan. Setelah itu mitra usaha juga diberikan wawasan tentang pentingnya menjadi masyarakat mandiri, yaitu masyarakat yang tidak berpangku tangan serta menggantungkan hidup pada komunitas atau instansi lain.

Setelah itu dilanjutkan dengan pengenalan apa itu *digital marketing*, mengenalkan media *digital* yang akan digunakan untuk kegiatan pemasaran *online*, edukasi membuat akun media, sampai proses memposting gambar atau foto hasil produksi minuman jamu dan es krim parem jamu (ESEMMU) pada profil akun media yang telah dibuat dan memberikan caption menarik agar konsumen tertarik. Berikut ini adalah hasil pendampingan *digital marketing* melalui media *Blog, Facebook, Instagram, dan Whatsapp*.



Gambar 1.3 Pendampingan dan Edukasi *Digital Marketing* pada mitra *home industry*

Kotler dan Keller berpendapat, bahwa produk yaitu segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar, konsumen, ataupun khalayak luas, untuk memuaskan suatu keinginan, termasuk barang, jasa, pengalaman, ide tau yang lainnya (Ismartaya dkk, 2021). Selama ini produk olahan minuman jamu sudah menjamur di kalangan masyarakat luas terutama di kalangan masyarakat pedesaan dengan kemasan botol plastik air mineral. Olahan jamu juga banyak dicari dan diminati masyarakat di tengah badai pandemi COVID-19.

Minuman jamu cukup besar potensinya untuk dikembangkan, namun jika olahan hanya tetap berupa minuman jamu mungkin di pasaran kurang laku, dan kurang menarik selera konsumen. Kebetulan pada *home industry* jamu Ibu Siti Aminah produk yang dihasilkan hanya berupa minuman jamu dan belum ada inovasi produk yang lain, maka dari itu selama kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) di Kelurahan Kadipaten yang fokus kegiatannya di *home industry* minuman jamu tradisional “Ibu Siti Aminah”, penulis membuat program kerja pemberdayaan berupa pembuatan produk olahan inovasi berupa Es Krim Parem Jamu (ESEMMU).

Es krim merupakan suatu produk olahan pangan yang diminati semua orang dari kalangan anak-anak hingga kaum dewasa (Ninna Rohmawati dkk, 2019). Pembuatan es krim parem jamu ini merupakan inovasi baru hasil pengabungan atau kombinasi antara susu sebagai bahan dasar es krim pada umumnya dengan tanaman herbal empon-empon berupa kunyit. Inovasi produk jamu menjadi olahan es krim parem jamu (ESEMMU) sebagai kreasi

olahan jamu baru yang tidak membosankan dan tentunya sehat serta bergizi tinggi dinilai sangat potensial untuk dikembangkan mengingat pada saat pandemi ini masyarakat banyak membutuhkan asupan meningkatkan imun dan daya tahan tubuh.

Tanaman Kunyit yang mempunyai nama latin *Curcuma Longa L* memiliki kandungan *curcumin*. Khasiat dari tanaman toga yang satu ini diantaranya dapat mempermudah proses pencernaan, memperbaiki perjalanan usus, sebagai antioksidan, anti inflamasi, anti bakteri, dan anti virus untuk meningkatkan imunitas tubuh (Aristy et al, 2020). Dengan memunculkan produk olahan yang sehat dan tentunya tetap memiliki kandungan gizi tinggi, kemungkinan besar nantinya banyak disukai dari berbagai kalangan mulai dari anak kecil, remaja, muda, dewasa, maupun kaum tua. Besar harapan kami Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) ini bisa berkembang dan menjadi produk andalan Kelurahan Kadipaten.

Berikut adalah pelaksanaan cara pembuatan Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)

1. Siapkan Alat pembuatan seperti *Mixer*, Parutan, piring atau mangkok, baskom, sendok, garpu, panci.
2. Siapkan bahan-bahan pembuatan es krim parem jamu seperti 1 susu kaleng kental manis, 2 sendok tepung maizena, 11 sendok gula pasir, 5 siung kunyit, dan 700 ml air, dan ½ sendok SP.
3. Bersihkan kunyit dari kulitnya lalu parut hingga halus dan peras ambil sarinya kira-kira sampai 2 gelas.
4. Masukkan air perasan kunyit tadi kedalam panci, nyalakan api kompor, lalu rebus dan tunggu sampai mendidih.
5. Setelah dirasa sudah mendidih, kecilkan api, lalu masukkan 700 ml air kedalam panci, lalu tuangkan 1 kaleng susu kental manis sambil aduk-aduk hingga merata.
6. Setelah mendidih, kecilkan api, lalu masukkan 2 sendok tepung maizena yang sebelumnya telah dilarutkan dengan air, aduk hingga mengental dan muncul letupan dari adonan yang telah mendidih tadi.
7. Selanjutnya, diamkan adonan selama 1 jam, lalu masukkan adonan yang telah dingin ke *freezer* atau kulkas.
8. Biarkan sampai semalaman, atau paling tidak kira-kira kondisi adonan 50% telah mengeras.
9. Tahap selanjutnya, keluarkan adonan Es Krim Parem Jamu dari freezer atau kulkas, lalu hancurkan adonan dengan garpu atau sendok menjadi adonan agak halus.
10. Tahap berikutnya, masukkan ½ sendok SP sebagai pengembang adonan es krim
11. Setelah itu, haluskan dan lembutkan adonan es krim yang telah dihancurkan dan ditambahkan espe tadi menggunakan *mixer* sampai benar-benar adonan mengembang.
12. Setelah itu siapkan cup atau wadah, lalu isi wadah tersebut dengan adonan yang telah mengembang tadi, selanjutnya tutup cup dan wadah yang telah terisi adonan
13. Masukkan es krim jamu yang telah dikemas tadi kedalam *freezer* atau kulkas, biarkan es krim mengeras dan membeku dengan tekstur lembut
14. Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) siap dinikmati maupun dipasarkan

Berikut adalah dokumentasi Kegiatan Pembuatan Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)



**Gambar 1.4 Proses pendampingan pembuatan produk inovasi
Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)**

Dengan adanya pelatihan inovasi produk dengan produk yang dihasilkan berupa Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) diharapkan dapat menambah produk usaha selain minuman jamu, yang muaranya produk ini akan terus berkembang dan tetap diminati dikalangan masyarakat serta juga bisa memberikan alternatif usaha perekonomian baru di masyarakat. Kegiatan yang selanjutnya adalah kegiatan labelisasi, kegiatan ini dilakukan di hari setelah kegiatan pendampingan *digital marketing* dan pembuatan Es Krim Parem Jamu (ESEMMU). Penggunaan label pada kemasan suatu produk salah satunya bertujuan untuk mempercantik tampilan pada kemasan suatu produk, manfaat lainnya adalah untuk menghindari tindakan perbuatan curang dari produsen makanan, minuman dan produk lainnya yakni membuat barang tiruan yang merugikan konsumen (Hawley et al, 2012). Manfaat lain yang didapatkan atas penggunaan label pada kemasan produk makanan atau minuman ialah peluang semakin berkembangnya kegiatan *home industry* yang dijalankan oleh kelompok pelaku usaha kecil di lingkungan masyarakat, karena produk yang mereka hasilkan lebih mudah diterima pasar (I Putu Artaya dkk, 2021).

Maka dari itu penulis bersama mitra *home industry* melakukan pelabelan pada produk Es Krim Parem Jamu (ESEMMU), agar produk yang telah dihasilkan mudah memikat hati para konsumen tapi tidak mudah untuk dibuat dan ditiru produsen curang.



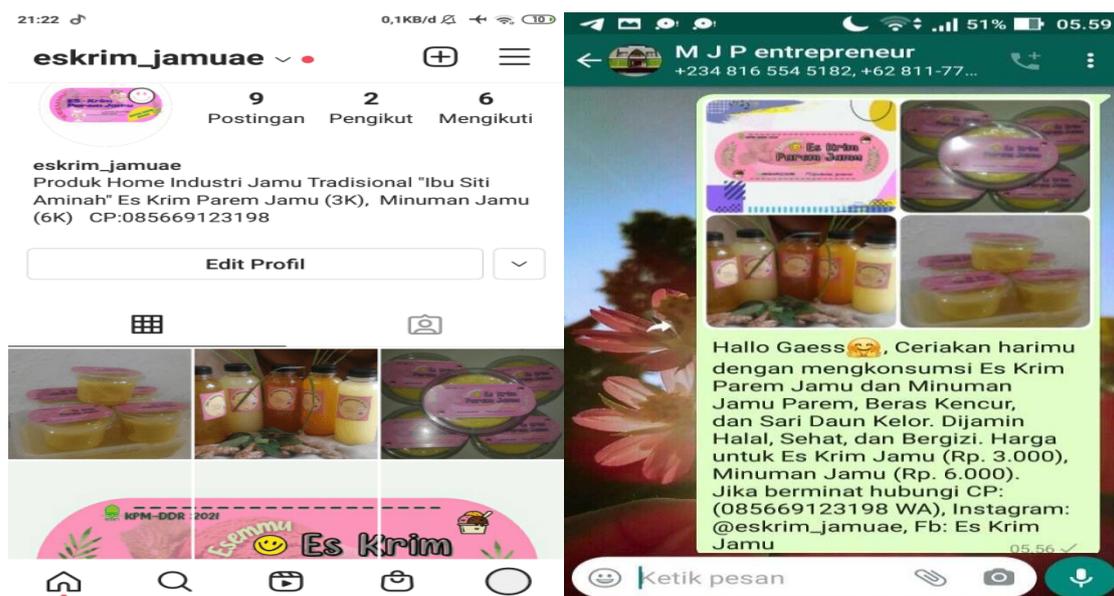
Gambar 1.5 Proses kegiatan labelisasi pada produk inovasi Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)



Gambar 1.8 Label produk Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)

Berikut adalah hasil pemasaran *online* di media *digital* setelah produk dikemas dan diberi label

Gambar 1.6 Hasil pemasaran *online* di media *Blog* dan media *Facebook*



Gambar 1.7 Hasil pemasaran *online* di media Instagram dan media *Whatsapp*



Gambar 1.8 Hasil pemasaran *online* di media marketplace Facebook

Penulis juga melakukan pemasaran *offline* melalui kerjasama dengan toko kelontong di sekitar lingkungan Kelurahan Kadipaten. Diharapkan dengan pemasaran *offline* ini, masyarakat juga cepat mengenal dan merespon produk es krim parem jamu ini, agar produksi es krim jamu ini tetap terus berkembang dan produknya memiliki banyak peminat. Berikut adalah dokumentasi hasil kerjasama pemasaran *offline* dengan pihak toko kelontong.



Gambar 1.9 Kegiatan kerjasama dan memperkenalkan produk pada mitra toko kelontong



Gambar 1.10 Testimoni pemilik warung yang melakukan pembelian produk Es Krim Parem Jamu (ESEMMU)

Keberhasilan dan suksesnya program kerja pengabdian kepada masyarakat ini pada akhirnya akan menyuguhkan berbagai manfaat yaitu dapat terciptanya simbiosis mutualisme,

dimana kedua belah pihak yakni antara mitra dan mahasiswa sama-sama saling diuntungkan. Dampak positif dan *feedback* yang dapat diterima mahasiswa ialah mengetahui dan faham kegiatan-kegiatan di dalam usaha yang dijalankan oleh mitra, potensi, serta permasalahannya yang dapat dianalisis untuk bahan pembelajaran. Sedangkan bagi mitra manfaat yang didapatkan adalah meningkatnya keinginan berubah untuk lebih maju, mempunyai sikap mental positif, pola pikir (*mindset*) kritis, serta dapat mengoptimalkan aset dan potensi yang ada. Pada akhir muaranya, mitra home industri mampu mengembangkan diri serta berdaya mandiri bersama lingkungan. Mitra turut andil dan berperan, baik itu secara materi maupun non materi sangat membantu terlaksananya program pengabdian masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan dan uraian yang terdapat dalam pembahasan, mengenai kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan, pendampingan, monitoring sampai evaluasi yang difokuskan pada *home industry* minuman jamu tradisional Ibu Siti Aminah dapat dihasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: Pertama, *Home industry* minuman jamu tradisional milik Ibu Siti Aminah telah memiliki tambahan olahan produk baru hasil inovasi antara mahasiswa Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) bersama mitra *home industry* yaitu Es Krim Parem Jamu (ESEMMU) yang dulunya belum tercetus sekarang telah berhasil menjadi sebuah produk baru yang siap untuk dikembangkan serta telah memiliki labelisasi yang menarik dan produk olahannya dijamin sehat dan bergizi. Kedua, *Home industry* minuman jamu tradisional milik Ibu Siti Aminah memiliki akun di media sosial dan marketplace seperti di *Facebook*, *Instagram*, *Blog* dan *Whatsapp*, dari yang sebelumnya belum ada sekarang telah tersedia. Ketiga, Pemilik *home industry* minuman jamu tradisional telah memiliki peningkatan skill dalam bidang inovasi produk. *Skill* ini bisa terus diasah dan bisa terus berkembang demi terwujudnya *home industry* tumbuh lebih baik. Dengan dilakukannya penjualan melalui pemasaran *online* maupun *offline*, sedikit demi sedikit masyarakat mulai mengenal produk Es Krim Parem Jamu (ESEMMU).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, dkk. (2021). Pedoman Kuliah Pengabdian Masyarakat Daring Dari Rumah (KPM-DDR) IAIN Ponorogo. Ponorogo: LPPM IAIN Ponorogo.
- Armelia, Gita Rosalita dan Anita Damayantie. (2013) “Peran PTPN VII dalam Pemberdayaan Home Industri Keripik Pisang”. *Jurnal Sociologie*, Vol 1 No 4, 339.
- Artaya, I Putu, dkk. (2021). “Pelatihan Proses Labelisasi Kemasan Produk Industri Rumah Tangga di Kecamatan Candi Sidoarjo”. *Jurnal Altifani*, Vol. 1, No. 2, 100.
- Badan Pusat Statistik RI, “Pendataan Potensi Desa/Kelurahan 2021”, dalam Arsip Data Administrasi Kelurahan Kadipaten.
- BAPPEDA Provinsi Jawa Timur, “Potensi Kabupaten Ponorogo”, dalam <http://bappeda.jatimprov.go.id/bappeda/wp-content/uploads/potensi-kab-kota-2013/kab-ponorogo-2013.pdf>

- Ditjen Cipta Karya, “Profil Kabupaten/Kota Ponorogo”, dalam <http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/barat/jatim/ponorogo.pdf>
- Hayati, Cucu Nur dan Husnul Khitam. (2015). *Sosiologi Industri*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Inayati, Nur. (2019). “Peran Home Industri Dalam Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga” (Study Kasus Di Home Industri El-Lisa Hijab Desa Pendosawalan Kec. Kalinyamatan Kab. Jepara). Skripsi. Semarang: UIN Walisongo, 25.
- Ismartaya, dkk. (2021). “Optimalisasi UMKM Melalui Peningkatan Inovasi Dan Pemasaran Pada Masa Pandemi Di Desa Cibeureum Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor”. *Jurnal E-Amal*, Vol. 1, No 1, 34.
- Kusumo, Adristy Ratna, dkk. (2020). “Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi”. *Jurnal Layanan Masyarakat*, Vol. 4, No. 2, 468.
- Mayreistal, Dita, dkk. (2021). “Pendampingan Pemasaran dan Penjualan Produk Anyaman Rumbai UMKM Rumpun Mas Desa Sidang Emas. Kabupaten Banyuwangi”. *Jurnal Reswara*, Vol. 2, No. 2, 319-320.
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 006 Tahun 2012 Tentang Industri dan Obat Tradisional.
- Profil Kelurahan Kadipaten, Tahun 2019.
- Rohmawati, Ninna, dkk. (2019). “Es Krim Kelor: Produk Inovasi Sebagai Upaya Pencegahan Stunting dalam 1000 Hari Pertama Kehidupan (HPK)”, *Jurnal Randang Tana*. Vol. 2, No. 1, 11.
- Rusydiyah, Evi Fatimatur, dkk. (2017). *Pedoman KKN Literasi Dengan Pendekatan ABCD UIN Sunan Ampel Surabaya*, Surabaya: LPPM UIN Sunan Ampel.
- Ruwana, Iftitah, dkk. (2017). “Inovasi Jamu Celup Dalam Upaya Peningkatan Ekonomi Jamu Gendong, Seminar Nasional Inovasi Dan Aplikasi Teknologi di Industri”. ISSN 2085-4218. ITN Malang, 1.
- Sukmasetya, Pristi, dkk, (2020). “Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry”. *Jurnal Community Empowerment*, Vol. 5, No. 2, 29.
- Yuliana. (2020). “Corona Virus Diseases (Covid-19) Sebuah Tinjauan Literatur”. *Jurnal Wellnes And Healty Magazine*. Vol.2, No.1, 188.