

Keragaman Agroindustri Minuman Herbal Jaselang

Agroindustrial Diversity Of Jaselang Herbal Beverages

Gettik Andri Purwanti¹, Niniek Dyah Kusumawardani¹

¹Program Studi Agribisnis Institut Pertanian Malang, Jalan Soekarno-Hatta, Malang 65142

^aKorespondensi : Gettik Andri Purwanti, E-mail: gettikandri1976@gmail.com

Diterima: 01 – 05 – 2024, Disetujui: 01 – 07 – 2024

ABSTRACT

The Covid 19 pandemic period 2020-2022 caused demand for herbal drinks made from spices to increase quite significantly due to changes in consumers' lifestyles leading to healthy lifestyles. One of the herbal drink agro-industry players who responded to this opportunity is the Sri Tanjung Women's Farmers Group (KWT) with its Jaselang brand of herbal drink products. The research aims to determine: (1) The profile of KWT Sri Tanjung as a player in the Jaselang herbal drinks agroindustry and (2) the feasibility of KWT Sri Tanjung as a player in the Jaselang herbal drinks agroindustry from legal aspects, market and marketing aspects and technical and technological aspects. The research was carried out at KWT Sri Tanjung which is located in Sukosari Village, Kasembon District - Malang Regency from September to October 2023. The data collected consisted of primary data and secondary data. Primary data was obtained from KWT Sri Tanjung through interviews and observations also with consumers using questionnaire instruments. Sri Tanjung KWT managers and consumers as respondents were determined deliberately (Purposive Sampling). The data that has been obtained from the field is then described qualitatively regarding: legal aspects including the form of business entity and the legality of the products owned; market and marketing aspects include marketing strategy (segmentation, target and market position); marketing mix; and technical and technological aspects: including business location and technology in production. The research results show that KWT Sri Tanjung as a player in the Jaselang herbal drink agro-industry has feasibility from legal, market and marketing as well as technical and technological aspects.

Key words: Jaselang, diversity, herbal drinks

ABSTRAK

Masa Pandemi Covid 19 tahun 2020- 2022 menyebabkan permintaan terhadap minuman herbal berbahan baku rempah meningkat dengan cukup tinggi yang disebabkan adanya perubahan gaya hidup konsumen berperilaku pola hidup sehat. Salah satu pelaku agroindustri minuman herbal yang merespon peluang ini ialah Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Tanjung dengan produk minuman herbal merek Jaselang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui: (1) Profil KWT Sri Tanjung sebagai pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang dan (2) Kelayakan KWT Sri Tanjung sebagai pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran dan aspek teknik dan teknologi. Penelitian dilaksanakan di KWT Sri Tanjung yang berlokasi di Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon - Kabupaten Malang pada bulan September hingga Oktober 2023. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari KWT Sri Tanjung melalui wawancara dan observasi juga dengan konsumen dengan menggunakan instrumen kuesioner. Pengelola KWT Sri Tanjung dan konsumen sebagai responden ditentukan secara sengaja (Purposive Sampling). Data yang telah diperoleh dari lapangan, selanjutnya dideskripsikan secara kualitatif tentang: aspek hukum meliputi bentuk badan usaha dan legalitas produk yang dimiliki; aspek pasar dan pemasaran meliputi strategi pemasaran (segmentasi, target dan posisi pasar); bauran pemasaran; dan aspek teknik dan teknologi: meliputi lokasi usaha dan teknologi dalam memproduksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KWT Sri Tanjung sebagai pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang mempunyai kelayakan dari aspek hukum, pasar dan pemasaran dan teknik dan teknologi.

Kata kunci: Jaselang, keragaman, minuman herbal

PENDAHULUAN

Masa Pandemi Covid 19 di tahun 2020- 2022 menyebabkan permintaan terhadap minuman herbal berbahan baku rempah meningkat dengan cukup tinggi yang disebabkan adanya perubahan gaya hidup konsumen berperilaku pola hidup sehat.

Menurut Asosiasi Industri Minuman Ringan (Asrim) bahwa produk air mineral mempunyai kontribusi utama dalam pertumbuhan industri minuman ringan Indonesia pada tahun 2023. Penjualan industri minuman ringan meningkat sebesar 3,1% secara tahunan (year on year), namun demikian pertumbuhan industri menjadi -2,6% apabila penjualan air mineral dalam kemasan (AMDK) tidak disertakan dalam perhitungan. Hal ini disebabkan masyarakat banyak yang memerlukan air mineral kemasan karena dapat dikonsumsi secara langsung.

(<https://www.antaraneews.com/berita/4007394/asosiasi-pertumbuhan-industri-minuman-disokong-produk-air-kemasan>).

Salah satu pelaku agroindustri minuman herbal berbahan baku rempah yang merespon peluang ini ialah Kelompok Wanita Tani (KWT) Sri Tanjung dengan produk minuman herbal antara lain bermerek Jaselang. Merek tersebut berasal dari kata Jahe, Secang dan Alang - Alang yang digabungkan dan disingkat menjadi merek minuman rempah "Jaselang". Jahe sudah diyakini oleh masyarakat Indonesia sebagai bahan herbal yang dapat meningkatkan kebugaran dan menjaga kondisi tubuh untuk tahan dan tidak mudah terserang penyakit. Ada peluang besar untuk mengembangkan usaha minuman herbal berbahan rempah di Indonesia, mengingat adanya minat masyarakat terhadap minuman sehat dan tradisional. Namun, pelaku usaha juga menyadari bahwa ada tantangan yang harus dihadapi, seperti persaingan dengan produk sejenis, keterbatasan bahan baku, dan kurangnya pengetahuan konsumen tentang manfaat minuman herbal berbahan rempah siap seduh. Solusi yang ingin ditawarkan oleh agroindustri minuman herbal Jaselang adalah menyediakan produk minuman herbal berbahan rempah siap seduh yang berkualitas, sehat, dan cocok untuk masyarakat Indonesia. Produk Jaselang terbuat dari bahan-bahan alami, seperti jahe, secang dan alang-alang. Produk Jaselang memiliki manfaat kesehatan, seperti meningkatkan imunitas, menghangatkan tubuh, dan meredakan stress. Produk Jaselang juga dikemas dengan pilihan siap seduh berupa bubuk dan celup dengan desain kemasan menarik dan ramah lingkungan, sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang selanjutnya tertarik untuk membeli.

Agroindustri ini berada di Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang sejak tahun 2018 dan hingga saat ini produknya telah dipasarkan di seluruh Indonesia. Minuman herbal berbahan rempah merk Jaselang diracik sedemikian rupa sehingga aroma seduhan dapat membuat konsumen merasa segar dan nyaman. Minuman ini dibuat sebagai solusi dari mengatasi rasa dingin tubuh saat udara dingin di pegunungan dan juga sebagai minuman yang memiliki khasiat menghangatkan badan, menghilangkan rasa tidak nyaman, menyegarkan tubuh lelah serta memberikan efek bugar setelah mengkonsumsi dalam jangka waktu tertentu.

Sebagai suatu usaha yang berorientasi bisnis, tentunya harus memenuhi kriteria kelayakan suatu bisnis. Menurut Sucipto (2010) aspek yang perlu dikaji dalam menilai kelayakan suatu bisnis ialah aspek hukum; aspek pasar dan pemasaran; aspek teknik dan teknologi; aspek manajemen dan organisasi; aspek ekonomi, sosial dan budaya; aspek keuangan dan aspek AMDAL. Untuk itu, agar suatu bisnis tetap berlangsung secara berkelanjutan, maka perlu dilakukan kajian kelayakan usaha terhadap aktivitas bisnis tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Profil KWT Sri Tanjung sebagai pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang dan (2) Kelayakan KWT Sri Tanjung sebagai pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran dan aspek teknik dan teknologi.

MATERI DAN METODE

Penelitian dilaksanakan di KWT Sri Tanjung yang berlokasi di Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon - Kabupaten Malang pada bulan September hingga Oktober 2023.

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari KWT Sri Tanjung melalui wawancara dan observasi juga dengan konsumen dengan menggunakan instrumen kuesioner.

Pemilihan pengelola KWT Sri Tanjung sebagai sebagai responden ditentukan secara sengaja (Purposive Sampling), demikian juga pemilihan responden konsumen ditentukan secara sengaja (Purposive Sampling) terhadap 52 responden dengan kriteria konsumen yang telah mengenal minuman herbal berbahan rempah merek Jaselang.

Sucipto (2010) menyatakan bahwa kajian dalam aspek hukum meliputi legalitas bisnis yang dioperasikan dan kelengkapan ijin yang dimiliki. Kajian aspek pasar meliputi potensi pasar dan peluang pasar dari produk dan market share yang dapat diserap oleh pelaku usaha. Aspek pemasaran mengkaji penerapan strategi pemasaran dalam upaya mencapai sebagian pasar potensial. Sedangkan aspek teknik dan teknologi mengkaji pelaksanaan bisnis secara teknis.

Data yang telah diperoleh dari lapang, selanjutnya dideskripsikan secara kualitatif tentang: (1) Aspek hukum meliputi bentuk badan usaha dan legalitas produk yang dimiliki; (2) Aspek pasar dan pemasaran meliputi strategi pemasaran (segmenting, targeting dan positioning); bauran pemasaran dan (3) Aspek teknik dan teknologi: meliputi lokasi usaha dan teknologi dalam berproduksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil KWT Sri Tanjung sebagai Pelaku Agroindustri Minuman Herbal Jaselang

KWT Sri Tanjung yang didirikan pada tanggal 04 April 2016 merupakan kelompok yang beraktivitas di bidang budidaya pertanian dan pengolahan hasil pertanian dengan anggota 54 orang.

Susunan organisasi terdiri dari pembina; ketua; sekretaris; bendahara; Sie. Pelatihan; Sie Produksi; Sie Promosi/Pemasaran dan anggota.

Sebagian besar (61,11%) anggota KWT Sri Tanjung mengusahakan komoditi jagung, umbi, buah dan ternak di pekarangan. Adapun produk olahan yang dihasilkan berupa keripik Tortila Jagung, minuman kesehatan instan, kripik singkong, kripik papaya dan olahan buah.

Aktivitas produksi minuman herbal Jaselang diawali pada tahun 2018 oleh KWT Sri Tanjung. Lokasi produksi dan outlet penjualan minuman herbal Jaselang berada di Jl. Raya Kasembon – Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon - Kabupaten Malang.

Kajian KWT Sri Tanjung Sebagai Pelaku Agroindustri Minuman Herbal Jaselang

A. Aspek Hukum

KWT Sri Tanjung didirikan dengan Akta Pendirian : No. 08/4 April 2016, Notaris Temmy Murdiatmo, SH., M.KN dan Pengesahan : AHU-0047556.AH.01.07.Tahun 2016 dengan lokasi di Dusun Mangir RT04/RW05, Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon, Kabupaten Malang.

Sebagai pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang, KWT Sri Tanjung memiliki legalitas Nomor Induk Berusaha (NIB) berbasis resiko, Sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), Sertifikat Halal untuk menunjang usaha agar bisa naik kelas dan dapat diterima oleh seluruh kalangan. Legalitas ini penting dimiliki oleh pelaku usaha, disamping untuk memenuhi ketentuan juga akan menambah kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan dibeli.

B. Aspek Pasar dan Pemasaran

- Aspek Pasar

1. Strategi Pemasaran : Segmentation, Targeting, Positioning

Keragaman Agroindustri Minuman Herbal Jaselang

Strategi pemasaran merupakan serangkaian dari tujuan dan sasaran, kebijakan juga aturan yang mengarahkan aktivitas pemasaran suatu usaha dari waktu ke waktu pada setiap tahapan dan lokasi (Suliyanto, 2010).

Strategi pemasaran modern meliputi 3(tiga) tahap, yaitu segmentasi pasar (segmentation); penetapan pasar sasaran (targetting) dan penetapan posisi pasar (positioning) (Kotler, 1997). Dengan mengetahui segmen pasar, target produk dan posisi pasar, maka dapat ditetapkan strategi bauran pemasaran (marketing mixed) yang meliputi strategi produk, harga, penyaluran/distribusi dan promosi (Assauri, 1999).

Potensi pasar pada minuman herbal Jaselang dapat dilihat dengan adanya perkembangan trend dalam pola hidup sehat dan konsumsi minuman yang memiliki khasiat makin diminati. Konsumen menyadari akan dampak tambahan gula yang saat ini sering ditemui pada minuman dalam kemasan. Terlalu sering mengkonsumsi gula dapat meningkatkan resiko diabetes dan mengkonsumsi bahan rempah dapat menyegarkan tubuh.

Agroindustri minuman herbal yang dikelola KWT Sri Tanjung juga memproduksi produk lain selain Jaselang antara lain lemon kering, beras kencur, Djawana (Djamu Jawa Anti Corona), keripik jagung, kacang hijau crispy, cassava flour dan sabun eco enzim.

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar yang dituju adalah semua kalangan. Minuman herbal Jaselang dapat dikonsumsi untuk semua umur, karena mempunyai kandungan khasiat yang baik dan menyehatkan. Segmentasi pasar ditetapkan berdasar karakteristik demografi, yaitu umur. Segmen yang dipilih ialah konsumen dengan rentang umur 30-65 tahun, dengan dasar bahwa pada umur ini karena menunjukkan mulai rentan, badan sering merasa kurang fit, serta dari tekanan kegiatan fisik dan menjaga pola hidup sehat kurang diperhatikan.

Target Pasar

Target pasar ditujukan pada kalangan yang sudah berpenghasilan, memiliki pekerjaan tetap dengan jadwal aktivitas yang padat, memiliki kondisi ekonomi menengah ke bawah. Target produk Jaselang adalah pria dan wanita dengan kriteria remaja, dewasa, dan manula.

Posisi Pasar

Positioning merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar dapat menempati suatu posisi yang berarti dan berada dalam ingatan pelanggan sasaran (Kotler, 1997).

Posisi pasar untuk minuman herbal Jaselang ditetapkan menurut kesempatan penggunaan yaitu sebagai minuman herbal yang dapat langsung diseduh atau mudah untuk mengkonsumsinya. Posisi pasar ditujukan pada pembeli yang memiliki kesukaan atau preferensi pada minuman herbal, jamu yang alami dengan sedikit proses pengolahan pada produknya.

2. Persepsi Responden Konsumen Terhadap Minuman herbal Jaselang

- Profil Konsumen Minuman Herbal Jaselang

Responden meliputi konsumen tetap dan konsumen yang hanya pernah merasakan tester minuman herbal Jaselang tetapi belum menjadi konsumen tetap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen minuman herbal Jaselang merupakan masyarakat umum yang berdomisili di Malang Raya dan luar Malang Raya lingkup Jawa Timur, dengan persentase pembeli terbanyak adalah pegawai/karyawan (30%), dosen (10%) dan masyarakat umum (60%). KWT Sri Tanjung menggunakan target konsumen secara langsung, sebab produk yang dihasilkan berupa minuman siap seduh. Selain itu, diharapkan dengan adanya produk ini dapat membuka minat bagi masyarakat umum yang ingin berbisnis dapat memulai dengan membeli produk minuman herbal Jaselang ini sebagai bahan bakunya dalam olahan lainnya, maupun sebagai reseller. Responden konsumen mempunyai karakteristik umur berkisar antara 20-57 tahun. Sebagian besar responden konsumen berjenis kelamin pria, dengan kisaran umur 20 – 25 tahun, dengan pekerjaan bervariasi dari wirausaha, mahasiswa, dosen, karyawan dan ASN.

Persepsi responden konsumen terhadap minuman herbal Jaselang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Persepsi konsumen terhadap minuman herbal Jaselang

U r a i a n	Proporsi (%)
Pengenalan konsumen terhadap produk	
- Mengenal	96,2
- Tidak mengenal	3,8
Cara memperoleh produk	
- Membeli	86,5
- Mendapat dari konsumen sebagai oleh-oleh atau tester	13,5
Merasakan khasiat mengkonsumsi	
- Ya	92,3
- Tidak	7,7
Kesesuaian antara rasa dengan harapan terhadap produk	
- Ya	96,2
- Tidak	3,8
Kesesuaian antara harga dengan manfaat yang diharapkan	
- Ya	94,2
- Tidak	5,8
Alasan konsumen tertarik membeli produk lagi	
- Menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh	94,2
- Alasan lain	5,8
Kesediaan konsumen untuk memberitahukan kepada teman atau saudara	
- Ya	94,2
- Tidak	5,8
Saran konsumen untuk produk minuman herbal Jaselang	
- Tidak memberikan saran	98,5
- Memberikan saran	1,5

Sumber: Data Penelitian diolah (2023)

Sebagian besar responden (96,2%) telah mengenal minuman herbal Jaselang, karena merupakan konsumen tetap. Sedangkan 3,8 % merupakan konsumen yang tidak mengenal minuman herbal Jaselang karena belum menjadi konsumen tetap. Proporsi responden yang pernah membeli minuman herbal ini 86,5% dan yang 13,5% tidak pernah membeli produk, karena responden tersebut mendapatkan minuman herbal Jaselang sebagai pemberian dan oleh-oleh atau tester. Sebagian besar responden mempunyai alasan dalam membeli minuman herbal Jaselang untuk menjaga kesehatan dan mempertahankan kebugaran tubuh. Adanya khasiat yang dirasakan oleh responden konsumen setelah mengkonsumsi minuman herbal Jaselang dirasakan oleh sebagian besar responden (92,3%). Responden tersebut merupakan konsumen tetap yang telah lama mengkonsumsi minuman herbal Jaselang. Disamping itu, sebagian besar responden (96,2%) menyatakan telah merasa sesuai dan nyaman dengan rasa minuman herbal Jaselang.

Adanya kesesuaian antara harga yang dibayarkan untuk memperoleh minuman tersebut dengan manfaat yang diperoleh, dinyatakan oleh 94,2% responden. Manfaat yang diperoleh berupa manfaat yang dirasakan, kemudahan cara mengkonsumsi yang praktis serta kemudahan seduh untuk yang disajikan dalam bentuk celup. Perilaku konsumen pasca pembelian minuman herbal, dapat diketahui dari pendapat responden yang menyatakan bahwa 94,2% responden menyatakan tertarik untuk membeli kembali minuman herbal Jaselang dan bersedia untuk merekomendasikan kepada teman atau saudara untuk membelinya, dengan alasan untuk menjaga kesehatan dan mempertahankan kebugaran tubuh. Sebagian besar responden menyatakan puas dengan minuman herbal Jaselang, sehingga tidak memberikan saran. Namun demikian, ada saran juga dari responden yang dapat digunakan pelaku agroidustri ini untuk perbaikan pada waktu yang akan seperti lebih

Keragaman Agroindustri Minuman Herbal Jaselang

banyak melaksanakan promosi, memberikan testimoni dan promosi dari mulut ke mulut (promosi word of mouth).

B. Aspek Pemasaran

1. Faktor Persaingan

a. Analisis SWOT

Untuk mengetahui peluang, kelemahan, ancaman dan tantangan terhadap keberadaan minuman herbal Jaselang dapat dilihat pada Analisis SWOT berikut:

Tabel 2. Analisis SWOT minuman herbal Jaselang

Strength <ul style="list-style-type: none"> - Harga relatif terjangkau - Bahan alami tanpa pemanis - Penjualan melalui offline dan online 	Weakness <ul style="list-style-type: none"> - Belum banyak orang yang mengetahui minuman herbal Jaselang - Dana yang terbatas untuk pemasaran lebih massif
Opportunity <ul style="list-style-type: none"> - Pemanfaatan E-commerce untuk penjualan yang lebih massif - Trend hidup sehat pasca pandemi COVID-19 yang meningkat 	Threat <ul style="list-style-type: none"> - Pesaing dengan minuman herbal sejenis - Popularitas minuman energi atau bersoda yang masih lebih disukai daripada minuman herbal

Sumber: DataPenelitian diolah (2023)

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pelaku agroindustri minuman herbal Jaselang perlu membuat inovasi baru yang sudah dilakukan, berupa penyajian dalam bentuk celup dengan alasan tidak mudah mudah menggumpal, praktis pemakaian, dan tanpa adanya bahan pengawet.

Adanya produk ini diharapkan dapat dihasilkan produk minuman serbuk baru yang mempunyai banyak khasiat dan nantinya diharapkan dapat bersaing dengan produk minuman serbuk kesehatan lain, dan memudahkan dalam cara penggunaan karena hanya tinggal seduh, serta adanya kemudahan penggunaan lain dengan memilih kemasan celup sebagai inovasi terbaru.

2. Strategi Bauran Pemasaran 4 P

a. Produk (Product)

Manfaat yang akan diberikan oleh produk harus ditetapkan oleh perusahaan dan manfaat tersebut dikomunikasikan dan dipenuhi oleh atribut produk. Produk minuman herbal disajikan dalam kemasan pouch dengan ukuran panjang 15 cm dan lebar 9 cm. Untuk menjaga agar tidak terkontaminasi dari luar, kemasan di seal dengan impact sealer.

Pemilihan warna kemasan yaitu merah dan sedikit hijau memiliki filosofi berani serta terkesan alami. Pemberian nama merek produk dengan Jaselang agar mudah diingat, yang merupakan gabungan dari kata Jahe, Secang dan Alang-alang sebagai bahan bakunya. Informasi yang tertera dalam kemasan produk antara lain meliputi PIRT, Halal, identitas pembuat, cara menggunakannya, waktu kadaluwarsa, bahan baku, dan ukuran.

Untuk mengikuti trend perkembangan kebutuhan konsumen, dalam produk ini diberikan inovasi berupa penyajian dalam bentuk siap untuk diminum (ready to drink) dalam bentuk 'celup' dengan komposisi bahan baku yang tepat. Selama ini penjualan minuman herbal Jaselang dalam bentuk bubuk (serbuk).

b. Harga (Price)

Dalam strategi bauran pemasaran, harga merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. KWT Sri Tanjung sebagai produsen menetapkan harga jual setiap kemasan sebesar Rp 25.000,- per pouch dengan ukuran 250 gram.

c. Promosi (Promotion)

Promosi dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti Tiktok, instagram, promosi dari mulut ke mulut (word of mouth) dan keikutsertaan KWT Sri Tanjung dalam Bazar Jambore Hortikultura 2022.

d. Tempat atau Distribusi (Place)

Saluran distribusi penjualan dilakukan dengan cara mendistribusikan ke tempat bisnis lain seperti café dan angkringan, serta kepada konsumen langsung. Penjualan melalui offline dengan outlet (showroom) dan online dengan memanfaatkan e-commerce seperti shopee, Tiktok, Tokopedia, Lazada dan market place lainnya.

C. Aspek Teknik dan Teknologi

1. Lokasi

Lokasi produksi dan tempat outlet penjualan utama minuman herbal Jaselang berada di Jl. Dusun. Mangir RT04/RW05, Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon, Kabupaten . Raya Kasembon Desa Sukosari, Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi didasarkan pertimbangan bahwa anggota KWT menanam berbagai tanaman herbal ini di pekarangan. Untuk mengatasi panen yang berlimpah, maka tanaman herbal tersebut kemudian diproses lebih lanjut menjadi minuman herbal. Dengan demikian, lokasi bahan baku berdekatan dengan lokasi produksi. Pasokan bahan baku dapat diperoleh secara kontinyu dari anggota KWT.

2. Teknologi

Teknologi yang digunakan untuk pembuatan minuman herbal Jaselang tergolong tidak terlalu rumit, tetapi memerlukan kehati-hatian, menggunakan bahan baku herbal atau rempah.

Adapun bahan baku yang digunakan untuk menghasilkan minuman herbal Jaselang ialah jahe emprit, gula, air, bunga cengkeh, kapulaga, pala, serai, kayu manis, kayu secang dan kayu alang-alang dan kebutuhan alat sebagai berikut:

Tabel 3. Alat dan kebutuhan bahan baku minuman herbal Jaselang

Alat	Bahan Baku
Pisau	Jahe emprit
Kompor	Gula
Parut	Air
Wajan	Bunga Cengkeh
Penyaring	Kapulaga
Gelas ukur	Pala
Baskom	Serai
Sendok	Kayu Manis
Panci	Kayu Secang
Mangkuk	Kayu Alang-Alang
Teko	Botol plastik 250ml
Spatula	
Cobek	

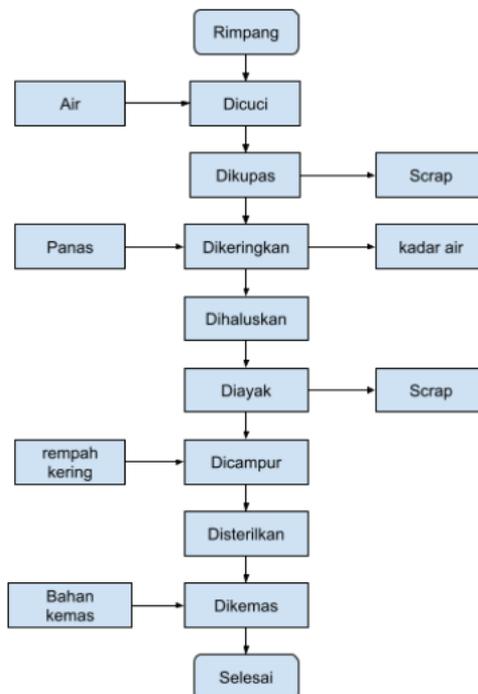
Sumber: KWT Sri Tanjung (2023)

Proses pembuatan minuman herbal Jaselang diawali dengan pengupasan jahe sampai bersih, kemudian dicuci bersama bahan lainnya seperti akar alang-alang, bunga cengkeh, kapulaga, serai, kayu manis, kayu secang dan juga pala dengan tahapan:

1. Jahe yang telah dicuci kemudian diparut
2. Jahe yang telah diparut selanjutnya ditambah air kemudian diperas dan diambil sarinya
3. Semua bahan tanpa gula yang telah dicuci selanjutnya direbus hingga mendidih
4. Setelah mendidih kemudian disaring, memasukkan gula dan ditunggu hingga mendidih lagi
5. Setelah mendidih, dilakukan penyaringan untuk kedua kalinya
6. Hasil penyaringan kemudian disangrai sampai mengkristal
7. Setelah mengkristal, selanjutnya didinginkan dan dikemas

Alur Proses Produksi

Proses pembuatan Jaselang dimulai dari pengeringan rimpang untuk diolah menjadi serbuk, dalam tahap ini bahan yang berasal dari rimpang khususnya jahe dibersihkan dari kotoran dan dikupas untuk nantinya dikeringkan dan dihaluskan. Untuk bahan rempah lainnya harus dikeringkan lagi, setelah kering bahan tersebut dihaluskan, kemudian dicampur dengan merata seperti tersaji dalam diagram alir berikut:



Gambar 1. Diagram alir proses pembuatan minuman herbal Jaselang (Sumber: KWT Sri Tanjung, 2023)

Alat dan sarana yang dimiliki oleh KWT Sri Tanjung dalam mendukung proses produksi dan pemasaran produk yang dihasilkan ialah :

Tabel 4. Alat dan sarana yang dimiliki KWT Sri Tanjung

Alat	Jumlah
Alat perajang	1 unit
Alat penepung	1 unit
Alat penghancur	1 unit
Alat penggoreng	2 buah
Kompor gas	2 buah
Tabung gas	2 buah
Ruang produksi	1 unit
Showroom	1 buah
Ruang pertemuan	1 unit

Sumber: Company Profile KWT Sri Tanjung (2019)

KESIMPULAN

Minuman herbal merek Jaselang diproduksi oleh pelaku agroindustri KWT Sri Tanjung tergolong layak untuk dilaksanakan berdasar kajian dari aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran dan aspek teknik dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C. Dan G.J Manuhara. 2005. Teknologi Pengolahan Jahe: Pengolahan Oleoresin Jahe (Materi Pelatihan Retooling). Disnakertrans. Karanganyar.
- Asosiasi Industri Minuman Ringan. Asosiasi: Pertumbuhan Industri Minuman Disokong Produk Air Kemasan. <https://www.antaraneews.com/berita/4007394/asosiasi-pertumbuhan-industri-minuman-disokong-produk-air-kemasan>.
- Assauri, Sofjan. 1999. Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi. Lembaga Penerbit. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Harmono dan Andoko. 2005. Budidaya dan Peluang Bisnis Jahe. Agromedia Pustaka. Jakarta
- Haryati. 2013. Rempah-rempah dan Bahan Penyegar. Pendidikan Teknologi Industri. Bandung.
- Kotler, Philip. 1997. Marketing, Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- KWT Sri Tanjung. 2019. Company Profile Sri Tanjung. Malang
- Qilbi, Arsy Syuyufil, Dio Faramah, Khairunnisa, Rafikri Haikal Haaq, Bambang Yudi Ariadi, Faulicia Taurudzi Nirwanarti. 2022. Studi Kelayakan Usaha Wedang Uwuh Mazedo Herbal Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang Jawa Timur. Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad. Volume 7 Nomor 2, Desember.
- Sucipto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis. Analisis Integratif dan Studi Kasus. UIN-Maliki Press. Malang.
- Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Yanto, Agus Fitri dan Endah Aisyiyah Ningrum . 2021. Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Yujamu Herbal Juice Di Kabupaten Purworejo. Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika Vol.9 No.2 2021.
- Yuniar, E., Karmilasari, Jauharul Maknunah, Dian Wahyuningsih, Gettik Andri Purwanti. 2023. Pemberdayaan Perempuan Melalui Pendampingan Pengembangan Produk Olahan Tepung dan Mie Mocaf (Studi Kasus : Kelompok Wanita Tani “Sri Tanjung”). Selaparang. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Volume 7, Nomor 4, Desember 2023.