ADM: Jurnal Abdi Dosen dan Mahasiswa
Volume 3, Number 1, 2025 pp. 49-56
P-ISSN: 2986-9382 E-ISSN : 2986-9390
Open Access: https://dx.doi.org/ 10.61930/jurnaladm

Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Strategi Pengembangan Usaha Minuman Bandrek Sari Jahe "Cap Jamprit" di Kelurahan Teratai Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari

Sophia[1] Tukidi[2], Bangun Joko Laksono[3], Erni Sari Rezeki[4]

[1,4] Program Studi Agribisnis,Universitas Graha Karya Muara Bulian, Jambi, Indonesia
[2,3] Program Studi Agroteknologi,Universitas Graha Karya Muara Bulian, Jambi, Indonesia
Email : sophiastipgk@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:
Received April 16, 2025
Revised April 17, 2025
Accepted April 18, 2025

DOI.10.61930/jurnaladm/v3n1

Kata Kunci
Pemberdayaan Masyarakat, Bandrek Sari Jahe, Strategi Pengembangan Usaha, Analisis SWOT.

Keywords:
Community Empowerment, Ginger Juice Bandrek, Business Development Strategies, SWOT Analysis.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Copyright © 2025 by Sophia, et.al, Published by Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv

ABSTRAK

Kelurahan Teratai merupakan salah satu kelurahan yang terdapat di kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang hari yang memiliki mitra usaha yang bergerak di bidang UMKM dengan nama usaha "Mitra Sari" yang memasarkan produk olahan minuman bandrek sari jahe "cap jamprit". Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh penurunan minat masyarakat terhadap minuman tradisional, seperti bandrek. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menentukan strategi yang tepat dalam upaya mengembangkan usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit". Metode pengabdian yang digunakan adalah dengan sosialisasi, pendapingan dan menganalisis seara deskriptif kualitatif strategi pengebangan usaha dengan analisis SWOT. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha ini adalah strategi SO. Dengan memanfaatkan minat konsumen dan kemampuan inovasi produk baru seperti inovasi model kemasan dan memperbarui bentuk bandrek dari kristal menjadi cair seperti sirup dengan cita rasa yang lebih pedas dapat mengembangkan strategi SO yang efektif untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit". Karena strategi ini menentukan pentingnya memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan produk baru yang inovatif, dan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Pengabdian masyarakat ini juga mefokuskan pentingnya peran dinas pengembangan UMKM (DISDAGKOP dan UMKM) dalam mendukung pengembangan UMKM di kabupaten Batang Hari. DISDAGKOP dan UMKM memiliki peran penting dalam memberikan bimbingan, penyuluhan, pendidikan, dan pelatihan kepada pelaku UMKM. Secara keseluruhan, pengabdian masyarakat ini memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit" di kecamatan muara bulian Kabupaten Batang Hari.

ABSTRACT

Teratai Village is one of the villages in Muara Bulian District, Batang Hari Regency which has a business partner engaged in the UMKM sector with the business name "Mitra Sari" which markets processed ginger juice bandrek drinks "cap jamprit". This community service activity was motivated by the decline in public interest in traditional drinks, such as bandrek. This community service activity aims to determine the right strategy in an effort to develop the "cap jamprit" ginger juice bandrek drink business. The community service method used is through socialization, mentoring and analyzing descriptive qualitatively the business development strategy with SWOT analysis. The results of the community service show that the right strategy

to develop this business is the SO strategy. By utilizing consumer interest and the ability to innovate new products such as packaging model innovation and updating the shape of bandrek from crystal to liquid like syrup with a spicier taste, an effective SO strategy can be developed to achieve growth and success of the "cap jamprit" ginger juice bandrek drink business. Because this strategy determines the importance of understanding consumer needs, developing new innovative products, and taking advantage of existing market opportunities. This community service also focuses on the importance of the role of the UMKM development service (DISDAGKOP and UMKM) in supporting the development of UMKM in Batang Hari district. DISDAGKOP and UMKM have an important role in providing guidance, counseling, education, and training to UMKM actors. Overall, this community service provides recommendations for business development strategies that can be implemented by the "cap jamprit" ginger juice bandrek drink business in Muara Bulian District, Batang Hari Regency.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil jahe (Zingiber Officinale Rosc) terbesar didunia. Jumlah produksi jahe di Indonesia semakin meningkat dari tahun ketahun. Jumlah jahe yang melimpah justru menimbulkan masalah dalam penurunan nilai ekonomis jahe, selain itu teknologi pasca panen yang tidak tepat dapat menyebabkan jahe menjadi busuk.

Produk olahan minuman herbal yang terbuat dari jahe adalah bandrek. Bandrek merupakan minuman tradisional khas masyarakat sunda, Jawa Barat. Minuman ini berbahan baku jahe, namun bercita rasa yang jauh berbeda dengan wedang jahe pada umumnya. Bandrek di konsumsi untuk menaikkan kehangatan tubuh atau sekedar untuk minuman selingan. Bandrek yang awalnya hanya ada di Jawa Barat kini telah menyebar (Muchlis, 2013).

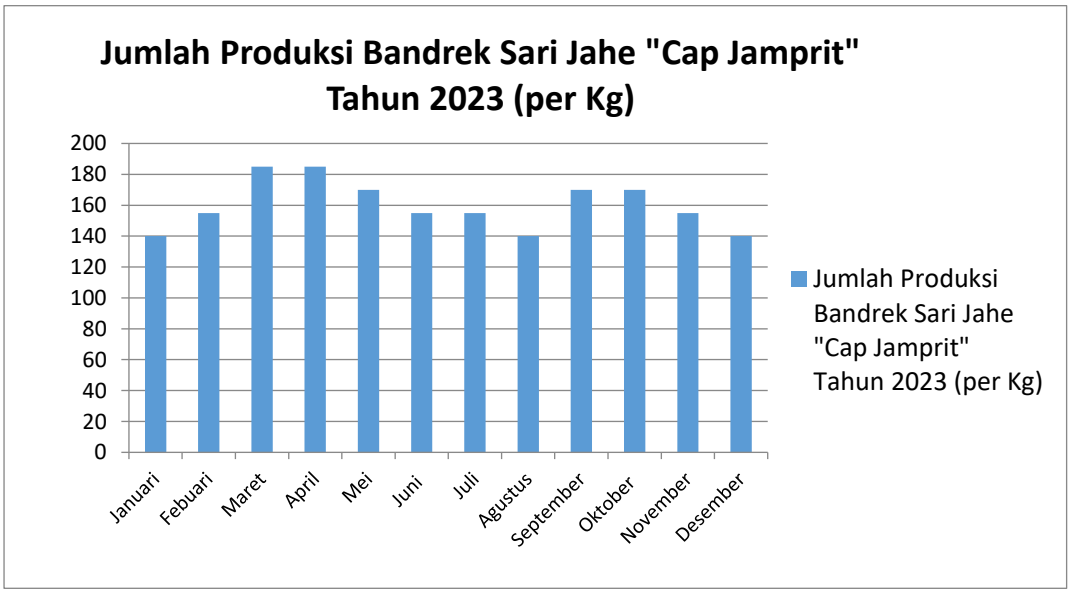
Minuman ini cocok untuk di hidangkan pada saat-saat yang dingin, seperti di kala hujan ataupun di malam hari. Bahan dasar utama pembuatan bandrek adalah jahe dan gula merah, akan tetapi di daerah-daerah tertentu dapat menambahkan rempah-rempah, agar hangatnya lebih terasa, seperti serai, merica, pandan, telur ayam kampung, dan sebagainya. Khasiat utama minuman bandrek dapat meringankan penyakit seperti sakit tenggorokan, dan pegal linu (Koswara, 2005).

Kelurahan Teratai, kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang hari memiliki mitra usaha yang bergerak di bidang UMKM dengan nama usaha "Mitra Sari" yang memasarkan produk olahan minuman bandrek sari jahe "cap jamprit". Ada beberapa masalah mendasar yang di hadapi oleh usaha bandrek sari jahe "cap jamprit" ini yaitu, masalah internal seperti kurangnya tenaga pemasaran untuk memasarkan produk ke swalayan, supermarket, dan toko skala oleh-oleh. Usaha minuman bandrek ini juga memiliki masalah eksternal seperti turunnya minat konsumen terhadap minuman tradisional karena perkembangan zaman sehingga banyaknya olahan minuman modern.

Seiring dengan perkembangan zaman minat masyarakat terhadap bandrek terus mengalami penurunan karena pada saat ini sudah banyak olahan minuman modern seperti thai tea, boba milk tea dan minuman lainnya sehingga olahan minuman tradisional sudah jarang untuk di konsumsi. Padahal sebenarnya olahan minuman tradisional jauh lebih enak, dan lebih menyehatkan dibandingkan dengan oalahan minuman modern.

Usaha Mitra Sari sudah berupaya menginovasi Bandrek Sari Jahe "Cap Jamprit" yang mereka olah dengan meengubah kemasan biasa menjadi kemasan yang lebih menarik, kemasan yang memiliki khas tradisional. Tetapi setelah di inovasi konsumen

masih kurang terkesan dengan produk tersebut.Produksi minuman Bandrek Sari Jahe "Cap Jamprit" skala kurung waktu 1 tahun (tahun 2023) disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Jumlah Produk Bandrek Sari Jahe "Cap Jamprit" Januari 2023 sampai Desember 2023

Berdasarkan Gambar 1 diatas, dapat diketahui bahwasanya terjadi fluktuasi penjualan Bandrek Sari Jahe "Cap Jamprit". Maka dibutuhkan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha. Startegi tersebut misalnya ciptakan inovasi secara bersekala dan memanfaatkan media sosial dengan tepat.

Metode Pengabdian

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha, kegiatan sosialisasi upaya peningkatan penjualan produk dan strategi pengembangan usaha dengan inovasi yang mengikuti perkembangan zaman. Kegiatan ini dilakukan secara mendalam dengan melakukan penelitian terhadap usaha minuman bandrek tersebut dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT. data yang dikumpulkan meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, mitra usaha, dan DISDAGKOP & UMKM. Data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dan dokumen terkait.

Hasil Dan Pembahasan

1. Sosialisasi dan Pendampingan

Telah dilakukan sosialisai terkait strategi pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT di kelurahan teratai, kecamatan muara bulian, kabupaten batang hari pada usaha minuman bandrek mitra sari. Kegiatan tersebut menghasilkan peningkatan pengetahuan dan antusiasme pemilik usaha untuk melakukan secara mandiri atau kolektif dalam praktik strategi pengembangan usaha yang disarankan. Kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian asyarakat ini mendapat apresiasi tinggi dan tanggapan positif dari pemilik usaha karena kegiatan ini dapat menghasilkan berbagai inovasi yang

kreatif serta jika dilakukan dalam skala besar diharapkan dapat berpengaruh pada peningkatan pendapatan pemilik usaha.

Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi pengabdian serta hasil wawancara dan pengisian kuesiner dengan pemilik usaha yaitu Bapak Sunarno dan Ibu Sri Suwarni diketahui kendala yang dihadapi dalam mengembangkan usaha bandrek sari jahe "cap jamprit" di Kabupaten Batang Hari pada umumnya dapat disebabkan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Dimana yang bersifat eksternal yaitu meliputi minat masyarakat yang mengalami penurunan akibat adanya perkembangan zaman sehingga banyaknya olahan minuman modern. Hal ini tentunya sangat memprihatinkan mengingat minuman tradisional ini kurang diminati masyarakat banyak dibandingkan dengan minuman modern yang ada saat ini, apalagi oleh anak mudah yang disebut generasi penerus. Sedangkan masalah internal yaitu kurangnya tenaga pemasaran untuk memasarkan produk keluar kota seperti memasarkan keswalayan, mall, dan toko skala oleh-oleh. Karena jika permintaan pasar naik tetapi tenaga pemasaran kurang menyebabkan permintaan pasar tidak terpenuhi.

Gambar 2. Kegiatan sosialisasi pengabdian masyarakat

2. Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah suatu cara atau proses yang menggerakkan pikiran, tenaga, dan tubuh untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi dari kegiatan ekonomi, serta meningkatkan lapangan pekerjaan saat ini dan yang akan datang.

Menurut Freddy Rangkuti (2017), analisis SWOT diartikan sebagai analisa yang di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*opportunities*), namu secara bersamaan dan meminimlkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Berdasarkan Hasil analisis usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit" menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kombinasi kedua faktor tersebut di tunjukkan dalam diagram hasil analisis SWOT sebagai berikut:

a. Startegi SO (*Strenght-Opportunity*).

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Stenght*) dan faktor eksternal (*Opportunity*):

1. Dengan packaging yang menarik dan unik serta luas jaringan mitra usaha untuk meningkatkan distribusi produk. Dengan hal ini perusahaan dapat menonjolkan keunikan produk dipasarkan dan memperluas cangkupan distribusi untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
2. Dengan menfokuskan mempertahankan kepuasan pelanggan yang telah menjadi langganan, serta mengoptimalkan daya simpan produk agar dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat dan meningkatkan reputasi produk yang berkualitas dan dapat bertahan dalam waktu yang lama.
3. Konsumen yang sudah mengenal produk bandrek serta kualitas dan pengemasan produk menarik hal ini bisa menjadi salah satu kekuatan untuk menarik minat konsumen.
4. Dengan konsumen yang sudah mengenal produk hal ini bisa menjadi salah satu kekuatan untuk memperluas jangkauan pemasaran.

b. Strategi ST (*Strenght-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strenght*) dan faktor eksternal (*Threat*):

1. Mempertahankan harga yang murah agar dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membeli bandrek sari jahe "cap jamprit" di usaha mitra sari ini.
2. Mempertahankan bahan baku yang berkualitas meskipun harga bahan baku sedang naik/mahal Usaha Mitra sari harus sebisa mungkin menghadapi tantangan seperti ini.
3. Tetap mempertahankan menggunakan packaging yang unik meskipun harga Packaging mahal.

c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*):

1. Mengupayakan untuk meningkatkan strategi promosi sehingga dapat meningkatkan permintaan terhadap bandrek sari jahe "cap jamprit', dengan demikian keadaan ekonomi keluarga juga dapat meningkat
2. Mencoba untuk merencanakan memasarkan produknya kemana saja dan tidak hanya memasarkan produk kemintra usaha saja sehingga dapat meningkatkan permintaan terhadap bandrek sari jahe"capjamprit"
3. Memulai untuk membuat strategi pemasaran yang jelas agar usaha mitra sari bisa memasarkan produknya kepasar oleh-oleh

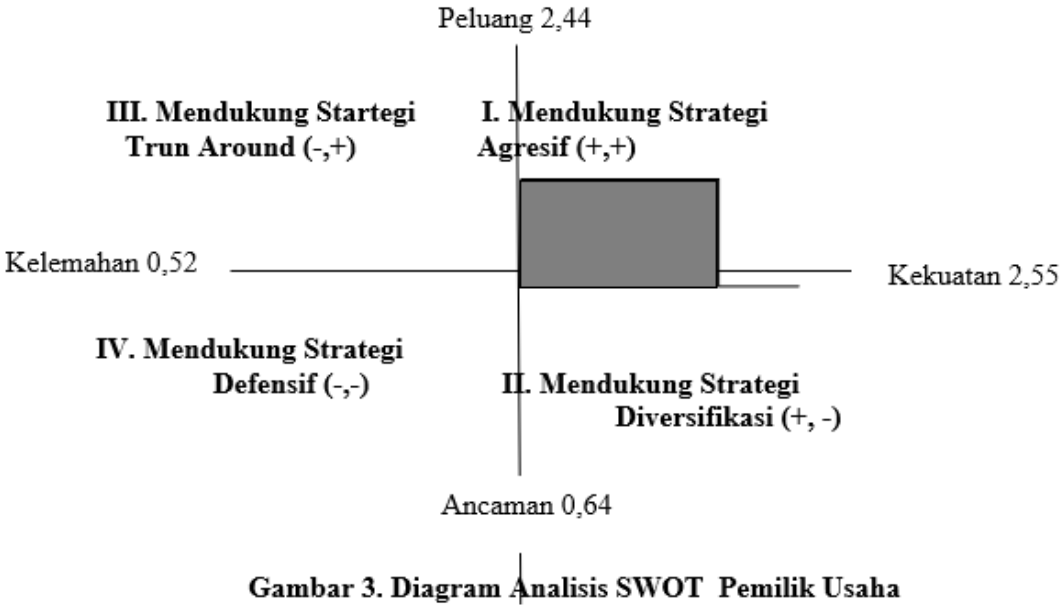
d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan Faktor eksternal (*Threat*):

1. Meningkatkan strategi promosi yang selama ini masih sederhana dibuat lebih menarik agar tingkat daya beli masyarakat terhadap bandrek sari jahe "cap jamprit" meningkat.
2. Mencoba untuk menyusun rencana pemasaran produk bandrek sari jahe "cap jamprit" kemana saja sehingga Usaha Mitra Sari Bisa untuk menaikkan lagi daya

beli masyarakat terhadap minuman tradisional ini. Sehingga bisa mengatasi masalah naik nya harga bahan baku.

3. Menentukan strategi pemasaran yang jelas agar tepat sasaran. Dengan pemasaran yang tepat bisa mengatasi mahalnya harga packaging.



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT Pemilik Usaha

Keterangan:

Kuadran I : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Berdasarkan hasil penilaian SWOT strategi pengembangan usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit" didapati bahwa faktor internal lebih besar nilainya dibandingkan dengan faktor eksternal. Artinya, faktor-faktor internal strategi pengembangan usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit" mampu mengungguli faktor eksternal strategi pengembangan usaha Mitra Sari sehingga apabila terjadi permasalahan yang serius dan peningkatan faktor masih bisa diandalkan dalam strategi pengembangan usaha Mitra Sari.

Dari hasil tersebut pula didapati bahwa x bernilai positif yakni 2,03 dan nilai Y juga bernilai positif yakni 1,8. Dari hasil ini didapati bahwa hasil perhitungan SWOT secara kuantitatif menunjukkan pada posisi kuadran I seperti yang sudah di jelaskan di atas, kuadran I menandakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu Risda Pratiwi pada tahun 2018.

Menurut dinas perdagangan dan koprasi UMKM (DISDAGKOP & UMKM) strategi pengembangan UMKM merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pembinaan dan pemberian bantuan penguatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan usaha agar menjadi industri yang tangguh dan mandiri. Bentuk strategi yang menjadi acuan dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Batang Hari meliputi Bimbingan dan penyuluhan, serta Pendidikan dan pelatihan terhadap para pelaku usaha UMKM di kabupaten batang hari.

Simpulan

Dari hasil sosialisasi dan penelitian diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang tepat dalam pengembangan usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit" di Kelurahan Teratai, Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang Hari yaitu Strategi SO. Dengan memanfatkan minat konsumen dan kemampuan inovasi produk baru seperti inovasi model kemasan dan memperbaruhi bentuk bandrek dari kristal menjadi cair seperti sirup dengan cita rasa yang lebih pedas dapat mengembangkan strategi SO yang efektif untuk mencapai pertumbuhan dan keberhasilan usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit". Karena strategi ini menekankan pentingnya memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan produk baru yang inovatif, dan memanfaatkan peluang pasar yang ada.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Graha Karya Muara Bulian, Kepala LPPM, Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Graha Karya Muara Bulian, Ibu dan Bapak pemilik usaha minuman bandrek sari jahe "cap jamprit", Civitas Akademik Universitas Graha Karya Muara Bulian, seluruh anggota tim pengabdian dan para mahasiswa Program Studi Agribisnis.

Daftar Pustaka

BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH/BPS Statistik Indonesia, *Agricultural Statistik For Horticulture* SPH-TBF

David, F. (2011). *Manajemen Startegi*. Konsep Edisi 13. Jakarta : Selema Empat

David, Fred R. (2005). *Manajemen*. Jakarta : Selempang Empat

David, Fred. (2010). *Strategic Management. Manajemen Strategi Edisi Kedua belas.* Buku Satu. Jakarta : Salemba Empat

Freddy Rangkuti, (2001). *Analisis SWOT Teknik Pembenaan Kasus Bisnis*, (Jakarta : Gramedika Pustaka Utama, 2001). H.6-7

Muchlis. M. 2013 *Minuman Bandrek*. Jakarta : sehatnews. Com

Koswara, S. 2005. *Jahe dan Hasil Olahannya*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan

Rangkuti. (2006). *Teknik Pengukuran dan Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan.* Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama

Rangkuti, Ferddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Ferddy. (2017). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Risda Pratiwi. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya di Desa Kebun Landak Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat).* (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negri Sumatra Utara Medan.