

PENDEKATAN *DESIGN THINKING CONCEPT* PADA USAHA PENGOLAHAN JAHE SIAP MINUM DI KOMUNITAS WIRUSAHA DESA BANGSALSARI

Winda Amilia, Nadie Fatimatuazzahro, Miftahul Choiron
Universitas Jember

ABSTRAK

Desa Bangsalsari memiliki potensi sebagai penghasil tanaman obat keluarga seperti rimpang jahe, kunyit, kencur dan temulawak. Masyarakat desa Bangsalsari menanam rimpang-rimpang tersebut di pekarangan rumah dan di kebun bersama yang diinisiasi kelompok tani dan ibu-ibu PKK. Selama ini panen rimpang dirasa kurang memberikan hasil yang menjanjikan. Sebagai bentuk pengabdian masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) PPM, potensi hasil panen rimpang ini kemudian dimanfaatkan untuk pembuatan minuman herbal siap minum dengan merek Bang Jae. Produk ini dihasilkan bersama mitra komunitas wirausaha yang terdiri dari kelompok tani Mina Rambutan dan PKK Desa Bangsalsari. Produk Bang Jae didesain sebagai produk oleh-oleh yang dipasarkan di kota Jember sebagai bentuk respon dari peningkatan pariwisata di kota Jember. Namun, produk ini masih menghadapi banyak tantangan dan hambatan untuk berkembang. Proses identifikasi tantangan dan hambatan dilakukan dengan menggunakan design thinking concept.

Kata Kunci: jahe, minuman herbal, pengabdian masyarakat, design thinking concept

PENDAHULUAN

Desa Bangsalsari merupakan daerah yang memiliki potensi pertanian dan perikanan yang besar. Setiap rumah di desa Bangsalsari masih memiliki pekarangan yang cukup luas untuk dimanfaatkan sebagai sarana menambah penghasilan dan gizi keluarga. Beberapa rumah telah mengupayakan mengolah tanah pekarangan dengan menanam tanaman obat keluarga (TOGA) berupa jahe, kunyit, dan temulawak. Hasil yang diperoleh dari pengolahan lahan pekarangan ini belum maksimal karena jumlah panen yang diperoleh relatif sedikit untuk mendapatkan keuntungan usahatani yang memadai. Untuk itu, PKK desa Bangsalsari dan kelompok tani Mina Rambutan bersama-sama menggalakkan penanaman toga di pekarangan-pekarangan rumah dan kebun milik kelompok tani Mina Rambutan.

Pemanfaatan pekarangan atau lahan sisa di rumah dengan berbagai jenis tanaman obat selain mudah dilakukan, murah, tinggi manfaat, juga memiliki unsur aksesibilitas tinggi yang dapat dilakukan oleh masyarakat di semua kalangan. Hal ini sangat sesuai dengan tujuan promosi kesehatan masyarakat pada level keluarga sehingga diharapkan masyarakat tahu, mau dan pada akhirnya mampu untuk menjaga kesehatan dirinya secara mandiri sehingga derajat kesehatan keluarga akan tercapai (Latif, 2010). Oleh karena itu, gerakan yang dilakukan masyarakat desa bangsalsari untuk memanfaatkan lahan pekarangan sebagai kebun toga merupakan langkah yang sangat baik.

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap dampak yang ditimbulkan oleh penggunaan obat dalam jangka panjang menumbuhkan minat masyarakat untuk kembali menggunakan obat herbal. Peningkatan penggunaan obat herbal bukan hanya dilakukan oleh penderita (pasien) namun juga dilakukan oleh masyarakat umum. Pasar obat herbal selama ini adalah masyarakat berusia lanjut, namun seiring berkembangnya informasi maka konsumen muda

pun mulai tertarik dengan produk herbal. Namun, konsumen muda berpendapat bahwa produk herbal merupakan cara pencegahan terhadap suatu penyakit bukan sebagai pengobatan terhadap penyakit yang lebih kronis (Alkhateeb, Doucette, Ganter-Umie, 2006). Berkembangnya usia konsumen muda tersebut menuntut perubahan tampilan produk obat herbal yang lebih bergaya, praktis, dan higienis. Hal tersebut yang diterjemahkan oleh produsen jamu Sidomuncul melalui produk Tolak Angin yang saat ini menjadi *market leader* bagi produk sejenis. Perubahan image yang dilakukan pada produk Tolak Angin dilakukan melalui penggantian jenis produk dari produk seduh menjadi produk instan siap minum. Selain itu, kemasan yang digunakan untuk memasarkan produk dibuat sepraktis mungkin untuk mampu menjawab kebutuhan konsumen akan kemasan yang mudah dibawa dan mudah dibuka (Khasanah, 2013).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia sedang terus digalakkan mengingat bahwa UMKM tersebut memiliki beberapa peran yang strategis bagi perekonomian negara. UMKM terbukti memiliki daya tahan yang baik terhadap krisis ekonomi, utamanya adalah UMKM yang berbasis pertanian. UMKM telah menjadi salah satu penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa sejak adanya krisis ekonomi hampir 20 tahun yang lalu hingga saat ini (Karsidi, 2007). UMKM juga berperan dalam penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan inovasi, serta mampu menekan angka kemiskinan melalui peningkatan kesejahteraan (Tedjasuksmana, 2014). Oleh karena itu, upaya masyarakat desa Bangsalsari untuk membentuk komunitas wirausaha Bang Jae sebagai kegiatan pengembangan ekonomi lokal harus mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.

Peran penting UMKM yang besar telah mendorong pemerintah untuk membentuk Kementerian Koperasi dan UKM sebagai motor penggerak dan regulator. Hal ini dilakukan karena pemerintah melihat bahwa pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dapat dilakukan dengan mengembangkan perekonomian rakyat sebagai upaya prioritas untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Tedjasuksmana (2014) menyatakan bahwa pengembangan kewirausahaan dan penumbuhan unit usaha baru harus dilaksanakan secara optimal untuk menekan angka pengangguran dan meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya akan membantu mewujudkan masyarakat Indonesia yang sejahtera.

Produk Bang Jae pada perkembangannya mengalami kendala yang tumbuh dari komunitas wirausaha itu sendiri. Kendala terbesar yang dihadapi oleh komunitas wirausaha Bang Jae adalah pelaku usaha (tenaga kerja), *managerial skill*, pemasaran, dan kontinyuitas bahan baku. Paper ini fokus pada pemecahan permasalahan yang terkait dengan pelaku usaha (tenaga kerja), inovasi dilakukan untuk merubah *mind set* dan perilaku masyarakat pelaku usaha. Proses identifikasi masalah dilakukan dengan menggunakan konsep *user need diagram* dan *design thinking concept*, dimana keunggulan konsep ini adalah keterlibatan yang tinggi dari pelaku usaha pada penelusuran masalah dan solusinya. Selain itu, keunggulannya adalah solusi yang berfokus pada perubahan perilaku dan tidak bergantung pada sarana prasarana.

METODOLOGI

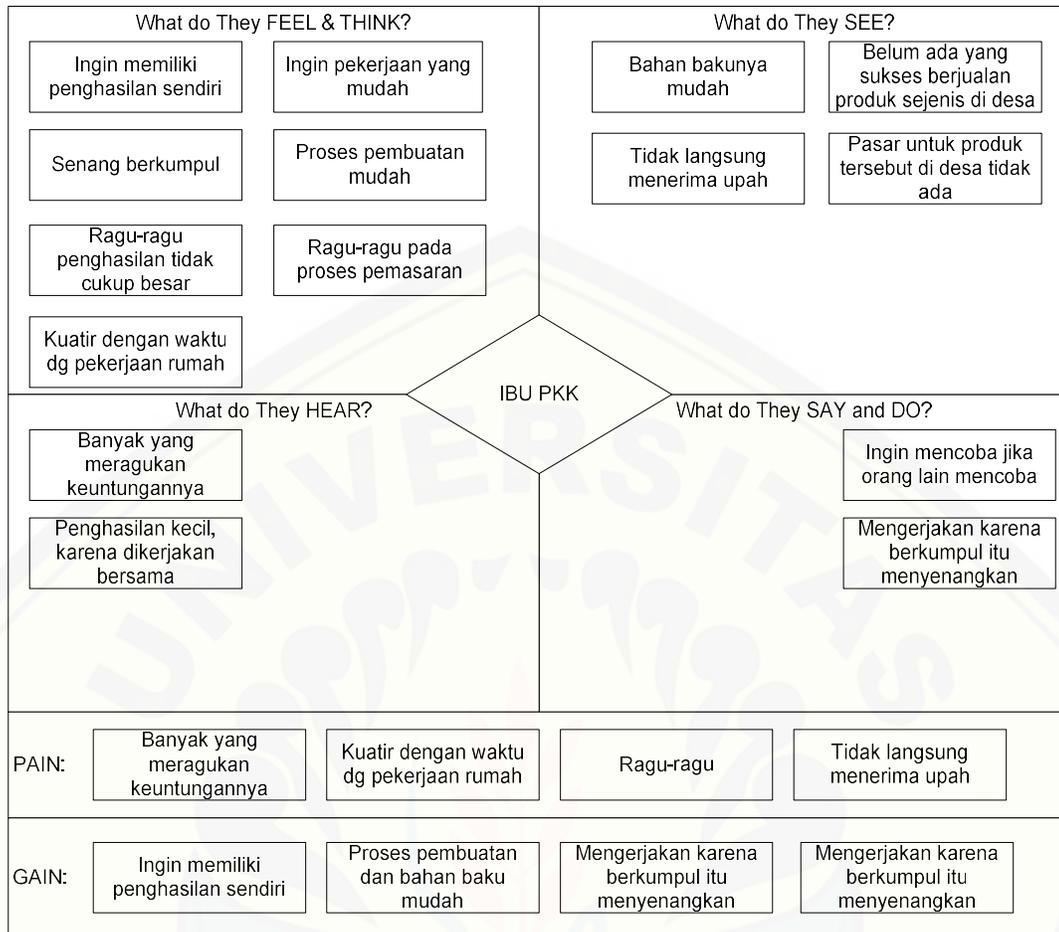
Keterlibatan pengguna kebijakan (pelaku usaha) sangat tinggi untuk menemukan sendiri faktor penghambat dan solusi yang diinginkan (*hidden pattern*) melalui *focus group discussion* bersama Ibu PKK. Identifikasi faktor penghambat dilakukan dengan menggunakan matriks *user needs*. Hasil yang diperoleh dari matriks tersebut selanjutnya digunakan untuk menyusun *costumer journey map (CJM)*. Strategi selanjutnya disusun bersama dengan tujuan mengubah mindset dan perilaku dengan penyediaan sarana yang seminimal mungkin.

PEMBAHASAN

Hasil panen toga berupa jahe memerlukan pengolahan lebih lanjut untuk dapat meningkatkan nilai jual produk. Oleh karena itu, komunitas wirausaha di desa Bangsalsari memiliki ide untuk mengolah jahe menjadi produk siap minum yang lebih stylish, praktis, higienis, dan modern. Sehingga komunitas wirausaha tersebut mengemukakan konsep produk minuman jahe siap minum yang disebut Bang Jae. Produk Bang Jae diolah dengan menambahkan sejumlah bahan herbal lain untuk memperkuat cita rasa produk, penampilan produk, dan nilai produk. Konsep produk yang didesain oleh komunitas wirausaha ini adalah produk yang memiliki nilai berbeda dan berbiaya rendah sehingga masih terjangkau oleh masyarakat. Polling, Mergenthaler, dan Lorleberg (2016) mengatakan bahwa model bisnis yang baik untuk dikembangkan di negara berkembang adalah bisnis berbiaya rendah, memiliki pembeda, dan mudah dilakukan diversifikasi.

Tidak dapat dipungkiri bahwa menumbuhkan usaha baru dan jiwa kewirausahaan di tengah-tengah masyarakat merupakan pekerjaan yang tidak mudah. Penumbuhan usaha baru akan terbentur pada sejumlah kondisi, terutama *mental block* yang berasal dari diri manusia. Desy dan Harjanti (2013) menemukan bahwa faktor yang menghambat pertumbuhan usaha pada sektor informal di Jawa Timur adalah 1). Hambatan infrastruktur, 2). Hambatan managerial, 3). Hambatan tenaga kerja dan teknologi, 4). Hambatan finansial, 5). Hambatan jaringan dan pemasaran, 6). Hambatan kompetisi, 7). Hambatan keadaan usaha.

Focus Group Discussion (FGD) yang dilakukan bersama dengan pelaku usaha Bang Jae menggunakan *user need diagram*, menunjukkan bahwa dalam upaya menumbuhkan usaha baru ini sejumlah faktor keragu-raguan muncul sebagai penghambat utama. Pada matriks *Feel and Think* masyarakat mengemukakan bahwa mereka menginginkan adanya penghasilan tambahan, menginginkan pekerjaan yang mudah, dan mengetahui bahwa mereka menyukai aktivitas yang dikerjakan bersama-sama. Namun demikian, sejumlah kekhawatiran turut mempengaruhi yaitu kekhawatiran terhadap waktu untuk mengerjakan pekerjaan rumah tangga akan tersita, masih meragukan apakah usaha yang dikerjakan secara bersama-sama tersebut akan mendatangkan keuntungan bagi individu. Pada matriks *See* di gambar 1 tersebut, pelaku usaha menyatakan bahwa dalam pandangan mereka produk ini mudah untuk dibuat karena bahan bakunya telah tersedia di pekarangan rumah. Namun sejumlah hal negatif juga mereka lihat, misalnya bahwa kegiatan berusaha seperti ini tidak menghasilkan pendapatan atau upah langsung atas hasil kerjanya. Keinginan ini menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan belum tumbuh pada pelaku usaha, karena masih menggunakan pola pikir seorang buruh yang akan langsung mendapatkan upah setelah bekerja. Mereka melihat bahwa di desanya belum ada orang yang meraih kesuksesan dengan memperdagangkan produk sejenis Bang Jae, sehingga mereka belum yakin dengan pasar.



Gambar 1. User Need Diagram hasil Focus Group Discussion

Produk Bang Jae didesain sebagai produk premium yang juga ditujukan untuk produk oleh-oleh khas kota Jember. Sehingga pemasaran yang dilakukan bukan di sekitar wilayah kecamatan Bangsalsari melainkan di kota Jember. Keberlanjutan proses pemasaran produk inilah yang masih diragukan oleh pelaku usaha, dan pada gambar 1 tersebut pada matriks *Hear* mereka mendengar bahwa banyak yang meragukan keberhasilan usaha ini karena proses pemasaran tersebut.

Pada gambar 2 berikut digambarkan hasil *customer journey map (CJM)* dari para pelaku usaha. Customer pada matriks ini mewakili pelaku usaha itu sendiri. Menurut Chasanidou, Gasparini, dan Lee (2015) CJM sejatinya digunakan untuk membuat *blueprint* pelayanan dari pembuat kebijakan kepada pengguna kebijakan. Matriks ini membantu proses identifikasi kemungkinan masalah dan terciptanya inovasi untuk peningkatan pelayanan. Para pelaku usaha di komunitas wirausaha Bang Jae menyusun CJM untuk menggambarkan secara mendalam perasaan positif dan negatif yang dirasakan sejak proses pengadaan bahan baku, proses produksi hingga pada proses pemasaran produk. Perasaan negatif yang dirasakan oleh pelaku usaha adalah ketidaknyamanan dari pemilik rumah karena rumahnya menjadi kotor akibat pekerjaan produksi. Perasaan negatif yang lainnya terkait dengan usaha tersebut

adalah perasaan was-was bahwa apa yang dikerjakan tidak mendapat keuntungan yang memadai karena ketidakmampuan menghitung untung dan rugi, kekhawatiran mengenai jalur pemasaran ke kota Jember, dan tidak terpenuhinya keinginan untuk mendapat upah kerja secara langsung. Sedangkan hal-hal positif dari kegiatan ini adalah masyarakat masih memegang teguh prinsip kebersamaan, sehingga pelaku usaha memandang pekerjaan yang dilakukan bersama-sama lebih menyenangkan. Bahan baku yang diperoleh dengan mudah dan proses produksi yang tidak rumit merupakan nilai positif unit usaha Bang Jae ini. Hal positif yang unik selain perasaan gembira karena bekerja bersama adalah perasaan bahagia dan bersemangat ketika pekerjaan dilakukan sambil mendengarkan musik dan bernyanyi



Perasaan-perasaan negatif tersebut yang harus dirubah pada proses pemecahan masalah untuk menghasilkan inovasi yang berfokus pada perubahan *mindset* dan perilaku, bukan pada penambahan atau penciptaan sarana dan prasarana. Adapun inovasi yang disusun bersama adalah sebagai berikut:

1. Kebersihan rumah yang digunakan untuk produksi menjadi tanggung jawab bersama, dengan memanfaatkan kegembiraan yang dirasakan saat bekerja bersama, maka aktivitas membersihkan sisa pekerjaan ini akan menjadi lebih menyenangkan.
2. Menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan melalui aktivitas di kelompok wirausaha dengan konsep 3A yaitu asih, asah, dan asuh antar sesama anggota.
3. Membentuk jejaring kerjasama pemasaran dengan kelompok wirausaha mahasiswa yang berperan sebagai tenaga pemasaran di kota Jember dan dengan kelompok tani Mina Rambutan sebagai kurir produk.
4. Membentuk tabungan bersama yang hasilnya dapat diambil setahun sekali atau dua kali sehingga diperoleh hasil yang lebih bernilai.
5. Melanjutkan program kerjasama dengan LPM Universitas Jember untuk membantu mengembangkan wirausaha Bang Jae

Dari proses *design thinking* tersebut dapat diketahui bahwa faktor yang paling menentukan kemajuan wirausaha Bang Jae selain pasar adalah faktor manusia atau pelaku usaha. Pada unit usaha pemula kendala yang sering dihadapi adalah belum terbentuknya jiwa kewirausahaan pada pelaku usaha. Fathoni (2015) mengatakan bahwa karakteristik pelaku usaha turut mempengaruhi kesuksesan sebuah usaha. Keberhasilan sebuah usaha tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat pendidikan pelaku usaha (Kristiningsih dan Trimarjono, 2014), sehingga wirausaha pemula harus meyakini bahwa kunci keberhasilan usahanya bukanlah pendidikan saja, namun lebih pada kemampuan dan kemauan menjalankan usaha tersebut.

KESIMPULAN

Kelompok wirausaha Bang Jae memiliki potensi untuk dikembangkan karena mudahnya proses produksi dan ketersediaan bahan yang melimpah. Faktor penghambat yang berasal dari dalam diri pelaku usaha dirubah dengan mengubah cara pandang (*mindset*) dan perilaku dalam menjalankan usaha Bang Jae dengan cara bekerja bersama-sama, menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan, membangun jejaring pemasaran, membentuk tabungan bersama, dan melanjutkan program kerjasama yang telah ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian KKN PPM ini terlaksana atas bantuan dana dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi tahun 2016. Kegiatan ini terselenggara atas kerjasama tim pelaksana dengan Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Jember serta partisipasi aktif mahasiswa, perangkat Desa Bangsalsari, kelompok tani Mina Rambutan dan seluruh masyarakat Desa Bangsalsari.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkhateeb, F.M., Doucette, W.R., Ganter-Umie, J.M. 2006. Influences on Consumer Spending for Herbal Products. *Journal Research in Social and Administrative Pharmacy*. 2(2006) : 254-265.
- Chasanidou, D., Gaspariniz, A.A., Lee, E. 2015. Design Thinking Methods and Tools for Innovation. Design Discourse 4th International Conference. 2-7 Agustus 2015. *Design, User Experience, and Usability*. Part 1. *Springer* : 12-23.
- Desy, C. dan Harjanti, D. 2013. Analisa Faktor-Faktor yang Menghambat Pertumbuhan Usah Pada Sektor Informal di Jawa Timur. *Journal Agora*. Vol. 1 (3).
- Fathoni, A. 2015. Analisa Faktor Karakteristik Entrepreneur, Karakteristik Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UMKM terhadap Perkembangan Usaha



- Dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pedagang Grosir dan Retail di Pasar Genuk – Semarang).
jurnal.unpand.ac.id/index.php/EBK/article/download/369/361. [Diakses pada 10 Oktober 2016].
- Khasanah, U., Anantanyu, S., Sutarto. 2013. Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jamu Tolak Angin di Surakarta.
<http://agribisnis.fp.uns.ac.id/wp-content/uploads/2013/01/jurnal-ukhwatul-khasanah.pdf>. [Diakses pada 11 Oktober 2016].
- Kristiningsih dan Trimarjono, A. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil menengah (Studi Kasus Pada UKM di Wilayah Surabaya). *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014*. <http://repository.wima.ac.id/989/1/ETR002%20-%20Kristiningsih%20%26%20Adrianto%20Trimarjono.pdf> [Diakses pada 10 Oktober 2016].
- Latif, V.N. 2010. Pemanfaatan Lahan Rumah Untuk Tanaman Obat Keluarga (TOGA) Sebagai Bentuk Upaya Promosi Kesehatan Masyarakat pada Level Keluarga. *Biokal Jurnal Ilmiah Pertanian*. Vol 13 (9). <http://journal.unikal.ac.id/index.php/pertanian/article/view/36> [Diakses pada 11 Oktober 2016].
- Polling, B., Mergenthaler, M., Lorleberg, W. 2016. Professional Urban Agriculture and Its Characteristic Business Models in Metropolis Ruhr, Germany. *Land Use Policy Journal*. 58 (2016): 366-379.
- Tedjasuksmana, B. 2014. Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. *The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014*. <http://repository.wima.ac.id/982/1/ETR005%20-%20Budianto%20Tedjasuksmana.pdf>. [Diakses pada 10 Oktober 2016].