

Manfaat Jahe

PENGOLAHAN HINGGA PEMASARANNYA

Wati Sukmawati, M.Pd.
Dr. Apt. Hadi Sunaryo, M.Si.
Daram Heriansyah, S.E., M.Si.



Biografi Penulis



Wati Sukmawati, M.Pd

Penulis menempuh Pendidikan SI di Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2004-2008 jurusan Pendidikan Kimia. Lalu di Tahun 2012 penulis kuliah kembali mengambil Master Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia di jurusan Pendidikan Kimia dan lulus tahun 2014. Saat ini terhitung mulai tahun 2019 penulis sedang menempuh program doc- toral di Universitas Pendidikan Indonesia prodi Pendidikan IPA. Penulis merupakan salah satu dosen di Prodi PGSD FKIP UHAMKA.



Dr. apt. Hadi Sunaryo, M.Si

Penulis menempuh Pendidikan jenjang SI Farmasi di Universitas Indonesia dan lulus tahun 1996 kemudian melanjutkan profesi apoteker di kampus yang sama dan lulus tahun 1998. Lalu di Tahun 2004 penulis menyelesaikankuliahnya di jenjang S2 di ITB prodi Farmasi peminatan farmakologi. Pada tahun 2014 penulis menyelesaikan studi S3 di IPB Bogor prodi ilmu faal dan khasiat obat (IFO) dan saat ini penulis tercatat sebagai dosen Farmasi di FFS UHAMKA.



Daran Heriansyah, S.E., M.Si

Penulis menempuh Pendidikan SI di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA Tahun 1998-2002 jurusan Akuntansi. Lalu di Tahun 2010 penulis kuliah kembali mengambil Master Sains di STIE Ahmad Dahlan dengan keilmuan Keuangan Syariah dan lulus tahun 2012. Saat ini penulis merupakan salah satu dosen di Prodi Ekonomi FEB UHAMKA.



Penerbit:
CV. EUREKA MEDIA AKSARA
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-5581-92-7



9 786235 581927

MANFAAT JAHE, PENGOLAHAN HINGGA PEMASARANNYA

Wati Sukmawati, M.Pd

Dr. Apt. Hadi Sunaryo, M.Si

Daram Heriansyah, S.E., M.Si



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

MANFAAT JAHE, PENGOLAHAN HINGGA PEMASARANNYA

Penulis : Wati Sukmawati, M.Pd
Dr. Apt. Hadi Sunaryo, M.Si
Daram Heriansyah, S.E., M.Si

Desain Sampul: Eri Setiawan

Tata Letak : Tri Susanti

ISBN : 978-623-5581-92-7

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, NOVEMBER 2021**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021

Redaksi:

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp.0858-5343-1992

Surel : eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2021

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya kami dapat melaksanakan kegiatan Hibah Pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) DIKTI dengan baik dan lancar serta dapat menyelesaikan penyusunan buku panduan yang berjudul Manfaat Jahe, Pengolahan Hingga Pemasarannya.

Penyusunan buku ini merupakan salah satu luaran wajib dari kegiatan PKM ini. Dalam Penulisan buku ini tidak lepas dari bantuan dan kerjasama berbagai pihak yang ikut mendukung dan mensukseskan kegiatan PKM yang telah direncanakan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
2. Prof. Dr. Nani Sholihati, M.Pd, selaku ketua LPPM Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA
3. Deputi Bidang Penguatan Riset Dan Pengembangan Kementerian Riset Dan Teknologi / Badan Riset Dan Inovasi Nasional
4. UMKM JM HAMKA

Dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Jakarta, November 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 MANFAAT JAHE.....	1
A. Sejarah Tanaman Jahe	1
B. Ciri Morfologis	2
C. Taksonomi Jahe.....	3
D. Jenis Jahe	4
E. Kandungan Kimia.....	5
F. Manfaat Tanaman.....	6
BAB 2 PENGOLAHAN JAHE.....	7
BAB 3 STRATEGI PEMASARAN DI MASA PANDEMI	11
A. Jangan Hanya Berjualan, Tunjukkan Dukungan Anda Strategi Marketing di Masa Pandemi Bisnis Anda.....	11
B. Gunakan Topik dan Kata Kunci untuk Penargetan yang Tepat	12
C. Strategi Pemasaran Produk di Masa Pandemi Melalui Aplikasi dan Konten Online	13
D. Pastikan Keamanan Produk Anda Diperlihatkan saat Promosi Penjual.....	18
E. Manfaatkan Berbagai Media	19
F. Targetkan Pelanggan Setia	21
G. Buat Strategi Pemasaran Produk yang Relevan	22
RIWAYAT PENULIS	24

BAB

1

MANFAAT TANAMAN JAHE

A. Sejarah Tanaman Jahe

Jahe diperkirakan berasal dari India. Namun ada pula yang mempercayai jahe berasal dari Republik Rakyat Tiongkok Selatan. Dari India, jahe dibawa sebagai rempah perdagangan hingga Asia Tenggara, Tiongkok, Jepang, hingga Timur Tengah. Kemudian pada zaman kolonialisme, jahe yang bisa memberikan rasa hangat dan pedas pada makanan segera menjadi komoditas yang populer di Eropa.

B. Ciri Morfologis

Batang jahe merupakan batang semu dengan tinggi 30 cm hingga 100 cm. Akarnya berbentuk rimpang dengan daging akar berwarna kuning hingga kemerahan dengan bau menyengat. Daun menyirip dengan panjang 15 hingga 23 mm dan panjang 8 hingga 15 mm. Tangkai daun berbulu halus. Bunga jahe tumbuh dari dalam tanah berbentuk bulat telur dengan panjang 3,5 hingga 5 cm dan lebar 1,5 hingga 1,75 cm.

C. Taksonomi Jahe

Takson Pada Tanamah Jahe	
Regnum	Plantae
Devisio	Spermatophyta
Subdevisio	Angiospermae
Classia	Dicotyledonae
Ordo	Zingiberales
Familia	Zingiberales
Genus	Zingiber
Species	<i>Zingiber officinales</i>

Jahe digolongkan ke dalam divisi Magnoliophyta (juga dikenal dengan istilah Angiospermae) yakni kelompok tumbuhan yang berkembangbiak secara generatif berupa bunga. Divisi Magnoliophyta dibagi lagi ke dalam dua kategori yakni Magnoliopsida dan Liliopsida. Jahe sendiri dimasukkan ke dalam kategori kedua yakni Liliopsida atau tanaman monokotil atau berbiji tunggal.

D. Jenis Jahe

Jahe dibedakan menjadi 3 jenis berdasarkan ukuran, bentuk & warna rimpangnya.

Umumnya dikenal 3 varietas jahe, yaitu:

1. Jahe putih / kuning besar atau disebut juga jahe gajah atau jahe badak: Rimpangnya lebih besar dan gemuk, ruas rimpangnya lebih menggembung dari kedua varietas lainnya. Jenis jahe ini bias dikonsumsi baik saat berumur muda maupun berumur tua, baik sebagai jahe segar maupun jahe olahan.
2. Jahe putih / kuning kecil atau disebut juga jahe sunti atau jahe empit: Ruasnya kecil, agak rata sampai agak sedikit menggembung. Jahe ini selalu dipanen setelah berumur tua. Kandungan minyak atsirinya lebih besar dari pada jahe gajah, sehingga rasanya lebih pedas, disamping seratnya tinggi. Jahe ini cocok untuk ramuan obat-obatan, atau untuk diekstrak oleoresin & minyak atsirinya.
3. Jahe merah : Rimpangnya berwarna merah dan lebih kecil dari pada jahe putih kecil. sama seperti jahe kecil, jahe merah selalu dipanen setelah tua, dan juga memiliki kandungan minyak atsiri yang sama dengan jahe kecil, sehingga cocok untuk ramuan obat-obatan.

E. Kandungan Kimia

Dibawah ini adalah tabel yang menunjukkan komposisi unsur-unsur didalam 100g jahe :

Kandungan	Jumlah
Protein	8.6%
Karbohidrat	66.5%
Lemak	6.4%
Serat	5.9%
Abu	5.7%
Kalsium	0.1%
Fosfor	0.15%
Zat besi	0.011%
Sodium	0.3%
Potasium	1.4%
Vitamin A	175 IU
Vitamin B1	0.05 mg
Vitamin B2	0.13 mg
Vitamin C	12 mg
Niasin	1.9%

F. Manfaat Tanaman

Manfaat secara farmakologi antara lain adalah:

1. Sebagai karminatif
2. Anti muntah
3. Pereda kejang
4. Anti pengerasan pembuluh darah
5. Peluruh keringat
6. Anti inflamasi
7. Anti mikroba dan parasit
8. Anti piretik
9. Anti rematik
10. Serta merangsang pengeluaran getah lambung dan getah empedu.

BAB

2

PENGOLAHAN JAHE

Tahapan Pengolahan Serbuk Jahe Instan

1. Alat dan Bahan

a. Bahan

Jahe Merah dan Jahe Mprit

Gula Pasir

b. Alat

Alat Pencuci Jahe

Alat Pamarut Jahe

Baskom

Alat Rekrystalisasi Jahe

Tahapan Pengolahan Serbuk Jahe

a. Mencuci Jahe



b. Memilih Jahe



b. Memarut jahe, lalu saring hingga semua sari jahe keluar dan terpisah dengan pati jahnya



c. Masukkan sari jahe kedalam wajan lalu panaskan hingga mendidih



d. Aduk terus sampai kristal jahe terbentuk



e. Pengemasan Serbuk Jahe



BAB

3

STRATEGI PEMASARAN DI MASA PANDEMI

A. Jangan Hanya Berjualan, Tunjukkan Dukungan Anda Strategi Marketing di Masa Pandemi Bisnis Anda

Sebagai seorang pebisnis perlu memiliki **Strategi Pemasaran Produk**. Namun pertanyaan paling mendasar di pikiran biasanya “ **Bagaimana saya menjual produk lebih banyak?** Tapi, alih alih memikirkan penjualan secara terus menerus, cobalah pikirkan hal seperti “**Bagaimana bisnis saya dapat mendukung pelanggan di tengah krisis Virus Corona?**”

Kenyataannya, jika Anda hanya berfokus pada keuntungan di tengah situasi saat ini belum tentu menghasilkan keuntungan pada bisnis Anda

Coba sekali-kali menawarkan layanan/produk Anda kepada Pelanggan yang membutuhkan Bantuan.

B. Gunakan Topik dan Kata Kunci untuk Penargetan yang Tepat

Strategi Pemasaran produk ditengah pandemi Virus Corona adalah berita besar. Wajar jika setiap orang membicarakannya bahkan pelanggan mulai mencari apa itu Virus Corona & membeli produk sesuai dengan kebutuhan mereka untuk beberapa minggu ke depan agar melindungi diri dari penularan. Ini menghadirkan peluang bagi beberapa sector bisnis seperti layanan kesehatan, produk medis, makanan & minuman serta kebutuhan lainnya Dengan menggunakan alat yang tepat , Anda dapat menganalisis data online untuk mengidentifikasi siapa yg membaca konten tentang Virus Corona dan jenis konten apa yang mereka baca.

Setelah itu, Anda dapat mengelompokkan topik/kata kunci yang mereka minati agar bisnis Anda dapat memberikan konten yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan mereka saat ini.

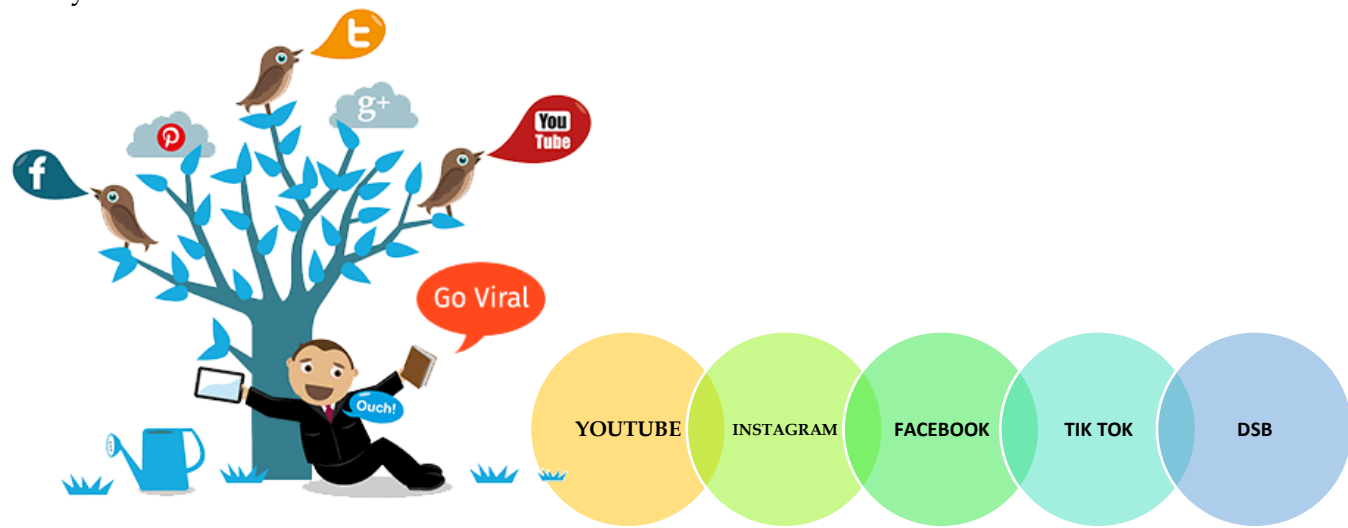
C. Strategi Pemasaran Produk di Masa Pandemi Melalui Aplikasi dan Konten Online

Maksimalkanlah fitur dari aplikasi Anda. Fitur yang dimaksimalkan dapat berupa fitur lama/fitur baru yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Anda juga bisa memasukkan konten yang telah Anda buat dengan mencari topik & kata kunci sebelumnya ke dalam aplikasi. Tapi konten yang Anda buat harus tetap relevan.

Contohnya, saat Anda berjalan di bisnis kesehatan/kebugaran, Anda dapat membuat fitur khusus pelaporan gejala Virus Covid-19/Anda dapat membuat konten tentang olahraga sederhana& membuat makanan sehat dalam membantu pelanggan memerangi virus Corona.



Untuk membuat Konten Online Anda bisa memanfaatkan beberapa Aplikasi, yaitu :



Di masa pandemic ini, tentu orang tua yang memiliki anak harus lebih bisa memanfaatkan waktu untuk anak dengan mengoptimalkan pendidikan anak di rumah, karena di masa pandemic ini aktivitas pendidikan di sekolah menjadi terhambat dan harus menjalani system pendidikan secara online.

Pendidikan, bukan hanya tanggung jawab sekolah, Ayah & Bunda juga memiliki peran sangat penting bagi perkembangan psikologis anak dirumah. Nah salah satu kasus ini bisa menjadi peluang untuk Pebisnis menjual produk yang bisa membantu Ayah & Bunda mengoptimalkan pendidikan anak dirumah.



Contoh kasus lain, dengan adanya masa pandemic ini tentu menjadi peluang bagi Pebisnis Jasa Pembersih menawarkan jasanya seperti cuci AC, disinfektan ruangan, dsb.



Salah satu strategi pemasaran yang lain, Anda bisa membuat Paket Harga untuk menarik pembeli

The image is a promotional flyer for 'simplycoolac'. It features a green and blue color scheme and includes several sections: 'NEW PRODUCTS FILTER ANTI VIRUS', 'CUCI LUAP AC', 'CUCI DISINFECTAN AC', 'CUCI ALL IN ONE AC', 'DISINFEKSI RUANG ULV FOGGING', and 'PAKET DECI'. At the bottom, there is a table titled 'OUR PRICE LIST' with columns for 'SERVICES' and 'PRICE'. The table lists the following services and prices:

SERVICES	PRICE
CUCI LUAP AC	Rp. 100.000,-
CUCI DISINFECTAN AC	Rp. 90.000,-
CUCI ALL IN ONE AC	Rp. 120.000,-
DISINFEKSI RUANG ULV FOGGING	Rp. 375.000,-
PAKET DECI (Cuci AC dan Fogging)	Rp. 250.000,-
FILTER ANTI VIRUS	Rp. 80.000,-

Below the table, there are QR codes for 'simplycool shop', 'simply cool AC', and 'simplycoolid'. To the right of the table, there is a section for 'SIMPLYCOOL JUGA MELAYANI' with a list of services: '1. Pembersihan AC', '2. Pembersihan AB', and '3. Instalasi AC'. At the bottom right, there is a section for 'MELAYANI AREAL' with a list of locations: 'JAYARA - BEKASI', 'DEPOK - KARAWANG', and 'TANGERANG - CIBANGS'.



Qurban, qurban apa yang bikin seneng?

D. Pastikan Keamanan Produk Anda Diperlihatkan saat Promosi Penjual

Berikut ini salah satu contoh

Pebisnis yang membuat konten lewat Aplikasi Tik Tok untuk meyakinkan Pembeli bahwa produk yang ia jual sudah dilakukan sterilisasi dengan disinfektan .

Anda perlu memberi perhatian lebih terhadap segala promosi/pun penjualan yang Anda tawarkan

Hindari segala kesan negative yang dapat merusak brand bisnis Anda

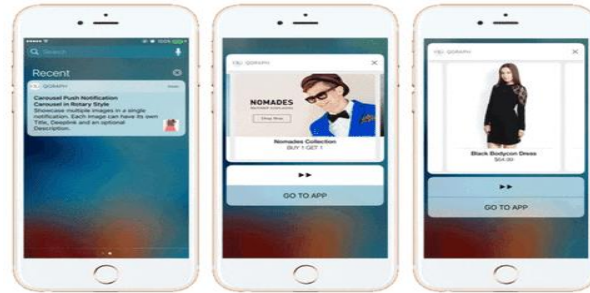
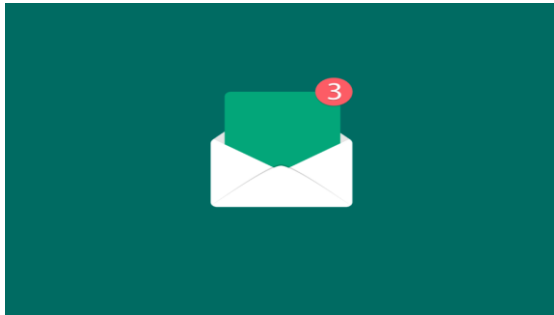
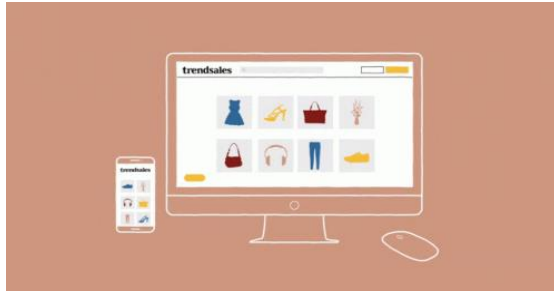
Anda dapat juga memberi video kepada pelanggan bagaimana keamanan & jaminan produk telah dilakukan

Hal ini akan membantu mereka semakin percaya bahwa Anda memang meminimalkan segala risiko penularan Virus Covid 19.

E. Manfaatkan Berbagai Media

Jika bisnis UKM/UMKM Anda saat ini memiliki permintaan tinggi untuk produk tertentu tapi bisnis sulit mendapat stok karena penutupan produksi sementara, keterlambatan logistic/masalah lainnya. Anda dapat menginformasikan hal2 tersebut ke pelanggan. Anda dapat menginformasikan & menjawab segala keluhan pelanggan di berbagai platform informasi.

Berbagai contoh Platform Informasi yang bisa Anda gunakan :



F. Targetkan Pelanggan Setia

Alih-alih Anda berupaya mendapat pelanggan baru, bisnis lebih baik semakin berfokus pada pelanggan yang pernah bertransaksi dengan bisnis Anda. Pelanggan setia Anda pasti sudah percaya pada produk yang Anda hasilkan dan mereka akan terus setia meskipun ada sedikit kendala.

Misal, persediaan stok yang cepat habis & keterlambatan pengiriman akan lebih dimengerti oleh pelanggan lama dalam menantikan produk UMKM Anda.

G. Buat Strategi Pemasaran Produk yang Relevan

Dengan mempertimbangkan krisis virus Corona, strategi pemasaran produk bisa juga dengan memasukkan kata kunci & visual yang relevan dengan keadaan sekarang dalam kampanye pemasaran Anda dapat menarik perhatian.



Buat juga materi pemasaran dengan pesan yang bermanfaat agar pelanggan merasa terpicu & membeli produk Anda. Tentukan strategi pemasaran mana yang cocok & dapat Anda lakukan di masa sekarang agar produk UKM tetap laku di pasaran

Sebelumnya Anda juga harus memperhatikan keuangan bisnis agar strategi yang dilakukan relevan dengan kondisi keuangan.

RIWAYAT PENULIS

Wati Sukmawati, M.Pd



Wati Sukmawati, M.Pd menempuh Pendidikan SI di Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2004-2008 jurusan Pendidikan Kimia. Lalu di Tahun 2012 penulis kuliah kembali mengambil Master Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia di jurusan Pendidikan Kimia dan lulus tahun 2014. Saat ini terhitung mulai tahun 2019 penulis sedang menempuh program doc- toral di Universitas Pendidikan Indonesia prodi Pendidikan IPA. Penulis merupakan salah satu dosen di Prodi PGSD FKIP UHAMKA.

Dr. apt. Hadi Sunaryo, M.Si



Dr. apt. Hadi Sunaryo, M.Si menempuh Pendidikan jenjang SI Farmasi di Universitas Indonesia dan lulus tahun 1996 kemudian melanjutkan profesi apoteker di kampus yang sama dan lulus tahun 1998. Lalu di Tahun 2004 penulis menyelesaikankuliahnya di jenjang S2 di ITB prodi Farmasi peminatan farmakologi. Pada tahun 2014 penulis menyelesaikan studi S3 di IPB Bogor prodi ilmu faal dan khasiat obat (IFO) dan saat ini penulis tercatat sebagai dosen Farmasi di FFS UHAMKA.



Daram Heriansyah, S.E., M.Si

Daram Heriansyah, S.E., M.Si menempuh Pendidikan SI di Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA Tahun 1998-2002 jurusan Akuntansi. Lalu di Tahun 2010 penulis kuliah kembali mengambil Master Sains di STIE Ahmad Dahlan dengan keilmuan Keuangan Syariah dan lulus tahun 2012. Saat ini penulis merupakan salah satu dosen di Prodi Ekonomi FEB UHAMKA.