

Pengembangan Produk UMKM Minuman Tradisional Sinom “Pawon Dias” di Desa Tempel Kecamatan Krian Sidoarjo

*Juliani Pudjowati, Susi Tri Wahyuni, Eryana Setyarti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

ABSTRAK

Minuman tradisional Sinom Pawon Dias merupakan produk berbasis rempah-rempah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai minuman kesehatan alami. Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis proses produksi dan strategi pemasaran yang diterapkan dalam pengembangan produk Sinom Pawon Dias. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus pada UMKM produsen Sinom Pawon Dias. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen terkait. Hasil menunjukkan bahwa proses produksi Sinom Pawon Dias masih mempertahankan metode tradisional dengan seleksi bahan baku berkualitas, proses perebusan yang tepat, serta pengemasan yang higienis untuk menjaga kualitas dan daya tahan produk. Strategi pemasaran yang digunakan meliputi pemasaran digital melalui media sosial, partisipasi dalam pameran produk lokal, serta kerjasama dengan reseller. Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan dalam distribusi dan persaingan pasar dengan produk serupa.

Kata Kunci: Sinom Pawon Dias, Minuman Tradisional, Proses Produksi, Strategi Pemasaran, UMKM.

Product Development of Sinom Traditional Drink UMKM “Pawon Dias” in Tempel Village, Krian Sidoarjo District

ABSTRACT

Sinom Pawon Dias traditional drink is a spice-based product that has great potential to be developed as a natural health drink. This service aims to analyze the production process and marketing strategies applied in the development of Sinom Pawon Dias products. The implementation method used is a case study approach in MSMEs producing Sinom Pawon Dias. Data were collected through direct observation, in-depth interviews, and analysis of related documents. The results show that the production process of Sinom Pawon Dias still maintains traditional methods with the selection of quality raw materials, proper boiling process, and hygienic packaging to maintain product quality and durability. The marketing strategies used include digital marketing through social media, participation in local product exhibitions, and cooperation with resellers. The main obstacles faced include limitations in distribution and market competition with similar products.

Keywords: Sinom Pawon Dias, Traditional Drinks, Production Process, Marketig Strategy, MSMEs.

*Penulis Koresponden

Email : juliani@ubhara.ac.id

Alamat : Jl. Ahmad Yani No.114, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60231



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Minuman tradisional merupakan salah satu warisan budaya yang memiliki nilai historis, ekonomis, dan Kesehatan yang tinggi. Indonesia, sebagai negara dengan kekayaan budaya yang melimpah, memiliki berbagai macam minuman tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi. Salah satu minuman tradisional yang cukup sehat adalah Sinom, minuman yang berbahan dasar kunyit, kunir, asem muda, asem jawa, gula merah, dan gula pasir, air. Sinom dikenal luas sebagai minuman herbal yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, seperti melancarkan pencernaan, meningkatkan daya tahan tubuh, serta menyegarkan badan (Rahayu, 2019; Wulandari, 2020).

Di tengah tren gaya hidup sehat dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi produk alami, permintaan terhadap produk minuman herbal semakin meningkat (Setiawan & Lestari, 2021). Hal ini memberikan peluang besar bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan produk berbahan dasar alami seperti Sinom Pawon Dias. Namun, untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif, diperlukan perhatian khusus pada dua aspek utama, yaitu proses produksi yang konsisten dan strategi pemasaran yang efektif (Hakim, 2018).

Sinom Pawon Dias merupakan salah satu produk unggulan dari usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang berfokus pada produksi minuman tradisional dengan bahan baku utama berupa kunyit, kunir, asem muda, asem jawa, gula merah, dan gula pasir. Produk ini diolah secara tradisional namun tetap memperhatikan standar kebersihan dan kualitas yang tinggi (Susanti, 2017). Proses produksi yang baik akan memastikan produk memiliki cita rasa yang konsisten serta manfaat kesehatan yang optimal, sementara strategi pemasaran yang tepat akan memastikan produk dapat dikenal dan diminati oleh konsumen dalam skala yang lebih luas (Prasetyo dkk., 2020).

Dalam kegiatan ini, fokus utama adalah memahami bagaimana proses produksi Sinom Pawon Dias dilakukan, mulai dari seleksi bahan baku, proses perebusan, pengemasan, hingga distribusi. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Sinom Pawon Dias dalam menghadapi persaingan pasar. Berbagai tantangan yang dihadapi dalam proses produksi dan pemasaran juga akan diidentifikasi, sehingga dapat ditemukan solusi yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional (Wibowo, 2019).

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan usaha Sinom Pawon Dias dan produk minuman tradisional secara umum. Dengan pendekatan yang sistematis dan komprehensif, penelitian ini akan mengeksplorasi berbagai aspek penting dalam produksi dan pemasaran, serta memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi pelaku usaha kecil menengah yang bergerak di bidang minuman tradisional.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Abdimas ini adalah Program pemberdayaan masyarakat melalui usaha UMKM Minuman Tradisional Sinom Pawon Dias ini dirancang sebagai upaya untuk memberikan nuansa kesetaraan, kemitraan, dan kebersamaan untuk perbaikan ekonomi masyarakat di wilayah Tempel Kecamatan Krian Sidoarjo untuk memperoleh penghasilan keluarga dengan memanfaatkan peluang usaha Produk Minuman Tradisional Sinom yang dibentuk oleh ibu rumah tangga di Desa Tempel Kecamatan Krian. Kegiatan ini dilakukan dengan pengetahuan, praktek langsung dan diskusi serta difusi teknologi yaitu 1) terlibat proses wawancara langsung dengan owner dan 2) pengolahan produk sehingga menghasilkan sebuah produk minuman tradisional sinom. Adapun tahap pendampingan pasca praktek lapangan dilakukan dengan melakukan kunjungan ke tempat produksi produk sinom pawon dias. Dan dilakukan wawancara, dialog, dan diskusi untuk mengumpulkan data dan menganalisis permasalahan yang terjadi selama ini.

Ada 2 kegiatan yaitu 1) Wawancara bersama owner tentang produk minuman tradisional sinom pawon dias 2) Bahan baku olahan produk minuman tradisional sinom pawon dias. Berikut adalah bahan baku dari produk minuman tradisional sinom pawon dias:

Bahan Baku yang digunakan:

- a. Kunir
- b. Kunyit
- c. Asem Muda
- d. Asem Jawa
- e. Gula Jawa
- f. Gula Pasir
- g. Air

Alat yang digunakan:

- a. Baskom
- b. Saringan
- c. Panci
- d. Kompor
- e. elpiji
- f. Sendok
- g. Parutan
- h. Pisau
- i. Corong
- j. Botol

Tahapan Proses Pembuatan :

a. Persiapan Bahan :

- a) 250 gram daun asam muda (asem muda)
- b) 150 gram kunyit (kunir), kupas dan iris tipis
- c) 100 gram asam jawa

- d) 200 gram gula pasir (sesuai selera)
 - e) 250 gram gula merah (opsional)
 - f) 2 liter air
- b. Pencucian Bahan :
- a) Cuci bersih daun asam muda dan kunyit untuk menghilangkan kotoran dan debu.
- c. Perebusan :
- a. Didihkan air dalam panci besar.
 - b. Setelah air mendidih, masukkan irisan kunyit dan daun asam muda ke dalam panci.
 - c. Tambahkan asam jawa yang sudah dipotong-potong.
 - d. Rebus campuran ini di atas api kecil hingga mendidih dan semua sari-sari dari bahan keluar, biasanya sekitar 15-20 menit.
- d. Penambahan Pemanis :
- a) Setelah aroma harum tercium dan warna air berubah menjadi kuning, masukkan gula merah dan gula pasir.
 - b) Aduk hingga semua gula larut sepenuhnya.
- e. Penyaringan :
- a) Angkat panci dari kompor dan biarkan campuran dingin.
 - b) Setelah dingin, saring campuran menggunakan kain bersih atau saringan halus untuk memisahkan ampas dari cairan.
- f. Penyimpanan :
- a) Tuangkan cairan sinom yang telah disaring ke dalam botol bersih.

Gambar 1. Foto Produk Sinom Pawon Dias



Sumber: Data Diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses produksi minuman tradisional Sinom Pawon

- a. Proses produksi minuman tradisional Sinom Pawon Dias merupakan rangkaian yang melibatkan berbagai tahapan yang harus dilakukan dengan cermat. Proses ini dimulai dengan pemilihan bahan baku utama, seperti kunir (*Curcuma longa*), kunyit (*Curcuma domestica*), asem muda (*Tamarindus indica*), asem jawa, gula merah, dan gula pasir. Bahan baku dipilih dengan memastikan kualitas terbaik agar cita rasa dan manfaat kesehatan tetap terjaga.
- b. Pemilihan dan Pengolahan Bahan Baku, Bahan baku yang digunakan berasal dari petani lokal di sekitar daerah produksi. Kunir dan kunyit dibersihkan dengan air mengalir untuk menghilangkan kotoran. Proses pemotongan dilakukan untuk mempermudah ekstraksi senyawa aktif. Asem muda dan asem jawa kemudian direbus untuk mendapatkan sari yang kaya rasa dan khasiat.
- c. Proses Perebusan dan Ekstraksi, Proses perebusan merupakan tahapan penting dalam produksi Sinom. Kunir, kunyit, dan asem direbus dalam air bersih dengan suhu tertentu selama kurang lebih satu jam. Perebusan dilakukan untuk memastikan sari dari bahan-bahan tersebut benar-benar terekstraksi dan terjaga kandungan nutrisinya.
- d. Penambahan Gula Merah dan Gula Pasir, Setelah proses perebusan selesai, gula merah dan gula pasir ditambahkan sesuai dengan takaran yang telah ditentukan. Penambahan gula bertujuan untuk memberikan rasa manis alami dan menyeimbangkan rasa asam dari asem.
- e. Penyaringan dan Pengemasan, Larutan hasil rebusan kemudian disaring untuk memisahkan ampas dari cairan. Proses penyaringan dilakukan menggunakan kain saring khusus. Setelah itu, cairan sinom dimasukkan ke dalam botol yang telah disterilisasi.
- f. Penyimpanan dan Distribusi, Produk yang telah dikemas disimpan dalam kondisi yang sesuai untuk mempertahankan kesegaran. Distribusi dilakukan melalui berbagai saluran pemasaran, termasuk toko tradisional, pasar lokal, dan platform digital.

Gambar 2. Pendampingan UMKM Sinom Pawon Dias



Sumber: Data Diolah

Strategi Pemasaran Minuman Sinom Pawon Dias

- a. Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing produk di pasar. Minuman Sinom Pawon Dias menggunakan kombinasi strategi tradisional dan digital untuk mencapai target pasar yang lebih luas.
- b. Pemasaran Tradisional, Pemasaran secara langsung dilakukan melalui warung tradisional, pasar, dan event lokal. Produk juga diperkenalkan melalui rekomendasi dari mulut ke mulut, yang masih sangat efektif di komunitas lokal.
- c. Pemasaran Digital, Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan marketplace online telah membantu dalam memperluas jangkauan pemasaran. Konten visual menarik, ulasan pelanggan, dan promosi rutin digunakan untuk menarik perhatian konsumen.
- d. Branding dan Kemasan Produk, Kemasan produk didesain menarik dengan informasi yang jelas mengenai komposisi, manfaat kesehatan, dan instruksi penyajian. Branding dilakukan untuk membangun kesadaran merek di kalangan konsumen.
- e. Kolaborasi dengan Influencer Lokal, Bekerja sama dengan influencer lokal membantu dalam meningkatkan kesadaran merek dan membangun kepercayaan pelanggan.
- f. Program Promosi dan Diskon, Strategi promosi, seperti diskon pembelian dalam jumlah besar, program loyalitas pelanggan, dan bundling produk, telah diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan.

Tantangan dalam Produksi dan Pemasaran Sinom Pawon Dias

Meskipun Sinom Pawon Dias memiliki potensi besar, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti ketersediaan bahan baku yang konsisten, persaingan dengan produk minuman modern, dan keterbatasan akses ke pasar global. Solusi dan Rekomendasi sebagai berikut:

- a. Pengembangan rantai pasokan yang lebih terstruktur.
- b. Inovasi produk, seperti variasi rasa atau bentuk kemasan.
- c. Pelatihan pemasaran digital bagi tim produksi.
- d. Ekspansi pasar ke tingkat nasional dan internasional.

SIMPULAN

Minuman tradisional Sinom Pawon Dias memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar lokal maupun internasional berkat kualitas bahan baku yang baik dan proses produksi yang terstandarisasi. Proses produksi yang dimulai dari pemilihan bahan baku, perebusan, penyaringan, hingga pengemasan menunjukkan perhatian tinggi terhadap kualitas produk. Strategi pemasaran yang menggabungkan metode tradisional dan digital telah membantu dalam meningkatkan daya tarik produk di kalangan konsumen. Tantangan dalam produksi dan pemasaran, seperti keterbatasan bahan baku dan persaingan dengan produk modern, dapat diatasi dengan strategi yang tepat, seperti inovasi produk dan optimalisasi pemasaran digital. Dengan kolaborasi yang baik antara produsen, distributor, dan pemangku kepentingan, Sinom Pawon Dias dapat menjadi salah satu produk unggulan di pasar minuman tradisional. Secara keseluruhan, minuman tradisional Sinom Pawon Dias bukan hanya sekadar produk lokal, melainkan juga warisan

budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen, sangat diperlukan untuk menjaga keberlanjutan produksi dan pemasaran. Dengan demikian, produk ini dapat terus berkembang, memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, serta meningkatkan apresiasi terhadap produk minuman tradisional khas Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, R. (2018). Kualitas Bahan Baku dalam Proses Produksi Minuman Tradisional. *Jurnal Teknologi Pangan*, 4(2), 34-47.
- Putri, L., & Arifin, R. (2021). Optimalisasi Teknologi dalam Produksi Minuman Tradisional. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 10(2), 89-104.
- Rahayu, S. (2019). Analisis Proses Produksi Minuman Tradisional Sinom di Jawa Timur. *Jurnal Industri Tradisional*, 5(2), 45-56.
- Setiawan, B., & Lestari, A. (2021). Dampak Inovasi Produk terhadap Peningkatan Penjualan Minuman Sinom. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 9(1), 78-89.
- Susanti, D. (2017). Pengaruh Teknik Perebusan terhadap Kandungan Nutrisi pada Minuman Sinom. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 3(4), 90-102.
- Wibowo, H. (2019). Peluang dan Tantangan UMKM Minuman Tradisional di Pasar Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(3), 123-136.
- Widodo, P. (2018). Efektivitas Promosi dalam Pemasaran Minuman Tradisional. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 4(2), 45-60.
- Wulandari, T. (2020). Strategi Pemasaran Produk Minuman Herbal Tradisional di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(3), 112-125.