

## Optimalisasi peran komunitas konservasi tanaman obat keluarga (TOGA) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat

Elmiawati Latifah<sup>1\*</sup>, Nindya Yunia Putri<sup>2</sup>, Cut Dewi Bunga<sup>3</sup>, Larisa Yusriyah<sup>4</sup>, Ainni Hikmatul Aliffah<sup>5</sup>, Imron Wahyu Hidayat<sup>6</sup>, Herma Fanani<sup>7</sup>, Naufal Afif<sup>8</sup>, Betari Maharani<sup>9</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: elmiawatilatifah@unimma.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: nindyayuniaputri@gmail.com

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: cutdewibunga2@gmail.com

<sup>4</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: larissayusriyah@gmail.com

<sup>5</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: ainnihikmatulaliffah@gmail.com

<sup>6</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: imronwh@ummgl.ac.id

<sup>7</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: herma.agusta@gmail.com

<sup>8</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: naufal.afif@unimma.ac.id

<sup>9</sup>Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia, email: betarimaharani@ummgl.ac.id

\*Koresponden penulis

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

**Diajukan:** 2023-11-02

**Diterima:** 2024-03-07

**Diterbitkan:** 2024-03-19

#### Keywords:

conservation; family medicinal plants; economic empowerment

#### Kata Kunci:

konservasi; tanaman obat keluarga; pemberdayaan ekonomi



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Elmiawati Latifah, Nindya Yunia Putri, Cut Dewi Bunga, Larisa Yusriyah, Ainni Hikmatul Aliffah, Imron Wahyu Hidayat, Herma Fanani, Naufal Afif, Betari Maharani

### ABSTRACT

Since ancient times, medicinal plants and traditional medicines have played an important role in maintaining health, maintaining stamina, and treating disease. The potential for the production of processed and herbal plants in Growong village is actually quite abundant, but it is still not managed well. This has resulted in the lack of functioning of the Women's Farmers' Group and the neglect of the facilities for the production of processed herbal medicine, and the potential possessed by the community has not been utilized optimally. The community service implementation method used in this program is the participatory rural appraisal technique and knowledge transfer method. Based on the results of observations and agreements with farmer groups and village officials, the assistance and outreach program implemented includes cultivation and benefits of family medicinal plants, pricing strategies for herbal products, determining expiry times, shelf life, information on labels and packaging of herbal products, digital marketing, and halal certification. The implementation of this socialization and mentoring program has been carried out well and smoothly and has provided benefits, especially in family medicinal plant cultivation competency and improving the quality and marketing of herbal products. It is necessary to make sustainable efforts in community service in Growong Village with good synergy between the community, educational institutions, and the local government by expanding networks that can support family medicinal plant empowerment and the development of productive economic businesses based on processed medicinal plant.

### ABSTRAK

Tumbuhan obat dan obat tradisional sejak zaman dahulu memainkan peranan penting dalam menjaga kesehatan, mempertahankan stamina dan mengobati penyakit. Potensi produksi olahan dan tanaman herbal di desa Growong sebenarnya cukup melimpah, namun masih belum dikelola dengan baik, hal ini menyebabkan kurang berfungsinya Kelompok Wanita Tani (KWT) dan terbengkalainya sarana produksi olahan jamu serta potensi yang dimiliki oleh masyarakat belum dimanfaatkan secara

*optimal. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang digunakan pada program ini adalah metode Teknik Participatory Rural Appraisal (PRA) dan transfer knowledge. Berdasarkan hasil observasi dan kesepakatan dengan kelompok tani dan perangkat desa, maka program pendampingan dan sosialisasi yang dilaksanakan meliputi budidaya dan manfaat TOGA, strategi harga produk herbal, penentuan masa kadaluwarsa, masa simpan, informasi label dan kemasan produk herbal, digital marketing serta sertifikasi halal. Pelaksanaan program sosialisasi dan pendampingan ini telah dilaksanakan dengan baik dan lancar serta memberikan manfaat khususnya dalam kompetensi budidaya TOGA dan peningkatan kualitas serta pemasaran produk herbal. Perlu dilakukan upaya keberlanjutan pada pengabdian masyarakat di Desa Growong dengan sinergi yang baik antara masyarakat, institusi pendidikan dan pemerintah setempat dengan memperluas jejaring yang dapat mendukung pemberdayaan TOGA dan pengembangan usaha ekonomi produktif berbasis olahan tumbuhan obat.*

**Cara mensitasi artikel:**

Latifah, E., Putri, N. Y., Bunga, C. D., Yusriyah, L., Aliffah, A. H., Hidayat, I. W., Fanani, H., Afif, N., & Maharani, B. (2024). Optimalisasi peran komunitas konservasi tanaman obat keluarga (TOGA) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 232–243. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.20853>

## PENDAHULUAN

Tumbuhan obat dan obat tradisional sejak zaman dahulu memainkan peranan penting dalam menjaga kesehatan, mempertahankan stamina dan mengobati penyakit. Oleh karena itu tumbuhan obat dan obat tradisional telah berakar kuat dalam kehidupan sebagian masyarakat hingga saat ini. Selama ini, beragam potensi tumbuhan liar baik dari hutan, pedesaan, maupun pemukiman masyarakat yang dapat dimanfaatkan sebagai obat, masih banyak yang terabaikan dan belum dieksploitasi atau dikembangkan untuk tujuan pengobatan dan menjadi produk ekonomi.

Desa Growong merupakan sebuah desa yang terletak di Kabupaten Magelang, Kecamatan Tempuran. Desa ini berada di Jawa Tengah yang terletak di ketinggian 925 di atas permukaan laut, dengan batas wilayah di utara desa Temanggal, di timur Jogomulyo, selatan Kilisari dan barat Purwosari. Desa Growong memiliki empat desa, desa tersebut adalah Desa Seneng, Desa Growong, Desa Moning, dan Desa Gondang. Luas wilayahnya adalah 207.3653 hektar dan lebih dari 50% terdiri dari tanaman tegalan dan yang lain mencakup hutan rakyat. Hutan rakyat yang ditumbuhi oleh tanaman kayu akan menciptakan iklim yang mikro spesifik yang menyebabkan tanaman herbal dapat tumbuh dengan optimal.

Penanaman tanaman obat di desa ini juga telah dilakukan dengan memanfaatkan lahan pekarangan sebagai tanaman obat keluarga, namun sejak pandemi COVID-19 melanda beberapa waktu yang lalu, banyak lahan TOGA masyarakat yang terbengkalai bersamaan dengan menurunnya motivasi masyarakat dalam membudidayakan TOGA karena kurang bisa menghasilkan potensi TOGA yang bernilai ekonomi tinggi. Hal ini relevan dengan studi literatur yang menyebutkan bahwa tingkat pendapatan keluarga berpengaruh nyata yang positif terhadap pemanfaatan lahan pekarangan yang berkelanjutan (Metalisa et al., 2014). Beberapa faktor yang memungkinkan terjadinya pengolahan tanaman obat yang kurang baik, antara lain disebabkan karena minimnya pengetahuan masyarakat, terbatasnya buku atau sumber literatur

yang dimiliki masyarakat, serta kurangnya sosialisasi dari pemerintah dan instansi terkait tentang pengolahan tanaman obat beserta manfaatnya (Puspitasari et al., 2021).

Berdasarkan *need assessment* yang telah dilakukan, potensi produksi olahan dan tanaman herbal di desa Growong cukup melimpah namun masih belum dikelola dengan baik, hal ini menyebabkan kurang berfungsinya Kelompok Wanita Tani (KWT) dan terbengkalainya sarana produksi olahan jamu serta potensi yang dimiliki oleh masyarakat belum dimanfaatkan secara optimal. Kendala utama yang dialami oleh KWT terletak pada terbatasnya saluran distribusi pemasaran, sehingga produksi olahan herbal tidak berjalan berkelanjutan namun hanya dilakukan jika terdapat permintaan konsumen. Permasalahan yang menyebabkan pemasaran produk herbal tidak berjalan dengan optimal ini juga disebabkan oleh akses transportasi yang kurang mendukung (Gambar 1), diversifikasi produk yang dihasilkan masih terbatas, serta kemasan produk kurang menarik dan tidak informatif.



Gambar 1. Jalan di Desa Growong yang sulit akses pemasaran

Strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan peluang pasar tanaman herbal adalah *Stable Growth Strategy*, dengan peningkatan akan minat budidaya komoditas tanaman obat, peningkatan pelatihan/penyuluhan terkait budidaya dan pengolahan produk tanaman obat, peningkatan inovasi pengolahan hasil tanaman obat untuk mencukupi pangsa pasar yang ada, perluasan jaringan pemasaran produk olahan tanaman obat dan meningkatkan kemitraan antara petani tanaman obat (Abdillah, 2020). Perlu dilakukan upaya diversifikasi terhadap minuman herbal untuk meningkatkan potensi nutrisi dan senyawa aktif yang terkandung dalam minuman herbal, selain itu, diversifikasi juga dapat meningkatkan nilai tambah produk, baik dari segi rasa maupun manfaat (Nurhayati et al., 2022). Terbatasnya diversifikasi produk herbal di Desa Growong tercantum pada Gambar 2.



Gambar 2. Keterbatasan inovasi produk herbal

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah tersebut, dirancanglah program “Optimalisasi Peran Komunitas Konservasi Tanaman Obat Keluarga (Toga) Dalam Pemberdayaan Masyarakat” yang bertujuan untuk meningkatkan pengelolaan tanaman obat dan mengoptimalkan potensi produk herbal yang bernilai ekonomi sehingga berdampak untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Growong.

## METODE

Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Desember tahun 2023. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang digunakan pada program ini adalah metode teknik *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dan *transfer knowledge*, dimana metode ini merupakan suatu pendekatan dalam proses pemberdayaan masyarakat yang menekankan partisipasi dan keterlibatan aktif masyarakat dalam kegiatannya (Lestari et al., 2022). Melalui metode PRA, masyarakat desa bukan lagi sebagai objek yang menerima program dari atas (*top-down*), melainkan menjadi subjek pembangunan yang merancang program pembangunan dari bawah (*bottom-up*) dengan terus aktif dalam proses perencanaan, penentuan skala prioritas program, penganggaran, pelaksanaan, dan pemanfaatan hasil pembangunan yang dikendalikan di tingkat desa.

Tujuan akhir PRA adalah untuk menjaring program pembangunan pedesaan yang tepat dan sesuai dengan syarat, diantaranya adalah memiliki banyak keuntungan bagi masyarakat setempat dan lingkungan sekitar, diterima oleh masyarakat setempat, menguntungkan secara ekonomi, dan berdampak positif pada lingkungan. PRA dapat membantu menganalisis dan membuat program secara sistematis (Muhsin et al., 2018).

Langkah-langkah kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi klasifikasi masalah dan kebutuhan pelatihan, perencanaan pelatihan dan pendampingan kegiatan, penyusunan prioritas program konservasi TOGA berbasis asuhan mandiri di Desa Growong bersama kelompok Tani dan perangkat desa, pelaksanaan pelatihan dan pendampingan kegiatan peningkatankualitas dan pemasaran produk herbal, evaluasi dan tindak lanjut. Instrumen evaluasi untuk menilai partisipasi dan pengetahuan dari kelompok konservasi TOGA menggunakan kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan kesepakatan dengan kelompok tani dan perangkat desa, maka kegiatan yang pertama dilakukan yaitu memberikan sosialisasi budidaya dan manfaat TOGA. Pada kegiatan ini dilakukan *transfer knowledge* terkait budidaya TOGA dan manfaatnya, dengan menekankan pada tanaman unggulan desa. Materi yang disampaikan terkait budidaya jahe dan kencur antara lain penyediaan benih, persemaian, pengolahan tanah, penanaman, pemupukan, penyiangan dan sanitasi, pengendalian organisme pengganggu tanaman, penanganan pasca panen dan pengolahan hasil. Sedangkan untuk budidaya tanaman jeruk purut materi yang disampaikan meliputi teknis persiapan dan tanam, pemeliharaan dan panen. Materi lainnya terkait manfaat TOGA dan cara pengolahannya untuk tindakan preventif, promotif maupun kuratif pada anak-anak, dewasa dan lansia. Pelatihan ini dilaksanakan di rumah produksi KWT dan diikuti oleh Komunitas Konservasi Toga.

Kurangnya penerimaan informasi terkait TOGA menjadi salah satu penyebab rendahnya pemahaman masyarakat untuk memanfaatkan pekarangan rumah sebagai media penanaman tanaman TOGA serta pemanfaatan TOGA sebagai terapi alternatif komplementer (Lestari et al., 2022). Sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi masyarakat dan komunitas konservasi TOGA untuk lebih giat dalam pemberdayaan tanaman obat. Dokumentasi sosialisasi budidaya dan manfaat TOGA tercantum pada Gambar 3.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi budidaya dan manfaat TOGA

Sebagai tindak lanjut sosialisasi ini, dilakukan kegiatan lanjutan berupa pendistribusian tanaman unggulan kepada warga setempat sebagai tahap inisiasi dalam peningkatan motivasi warga untuk kembali memberdayakan TOGA. Tanaman unggulan yang didistribusikan meliputi kencur, jahe dan jeruk purut, dimana pemilihan tanaman obat unggulan ini ditetapkan karena memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi, banyak manfaat dan relatif mudah dikembangkan. Kegiatan pendistribusian tanaman unggulan tercantum pada Gambar 4. Kegiatan ini diawali dengan pembuatan media tanam dengan masyarakat dan kelompok konservasi TOGA Sidodadi.



**Gambar 4.** Kegiatan pendistribusian tanaman unggulan

Pada kegiatan kedua dilakukan sosialisasi strategi harga jual produk herbyang meliputi materi pentingnya strategi harga, cara menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) dan penetapan harga. Apabila penetapan harga dilakukan dengan tepat, maka produk yang ditawarkan memiliki potensi untuk menarik minat konsumen, dimana harga yang tepat merupakan harga yang sesuai dengan kualitas produknya sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Penetapan harga yang tepat ditentukan dengan empat macam metode diantaranya, yaitu menetapkan harga berdasarkan permintaan, menetapkan harga berdasarkan biaya, menetapkan harga berdasarkan laba, dan menetapkan harga berdasarkan persaingan (Maulani et al., 2017). Selain promosi, harga adalah penentu keputusan pembelian. Harga akan menilai biaya berdasarkan keuntungan yang dirasakan dari konsumsi penawaran. Pelanggan memiliki kesempatan untuk memilih dari berbagai penawaran, sehingga harga akan menjadi indikator komparatif terhadap keputusan pembelian (Purnamasari & Murwatiningsih, 2015). Dokumentasi sosialisasi strategi harga produk herbal tercantum pada Gambar 5.



**Gambar 5.** Kegiatan sosialisasi harga produk herbal

Sosialisasi pada kegiatan ketiga adalah penentuan masa kadaluarsa, masa simpan dan informasi label serta kemasan produk herbal. Pada sosialisasi ini disampaikan materi yang disampaikan berkaitan dengan informasi label/kemasan pada produk Industri Rumah Tangga (IRT), jenis kemasan, penentuan masa simpan dan kadaluarsa serta regulasi yang berkaitan. Label

dan kemasan pada produk herbal di desa Growong telah tersedia, namun beberapa informasi tidak tersedia sesuai dengan regulasi antara lain informasi masa simpan, masa simpan dan komposisi produk yang belum lengkap. Penggunaan label dan kemasan baru yang lebih menarik dan informatif, akan berdampak pada mitra yang lebih percaya diri dalam memasarkan produk dan terbukti mampu meningkatkan pemasaran (Nurwidiana et al., 2019). Model kemasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Raharjo, 2022), sehingga redesain kemasan perlu dilakukan untuk kemasan produk yang kurang menarik dan informatif. Dokumentasi sosialisasi penentuan masa kadaluarsa, masa simpan, dan informasi label atau kemasan produk herbal tercantum pada Gambar 6.



**Gambar 6.** Kegiatan sosialisasi penentuan masa kadaluarsa, masasimpan, dan informasi label/kemasan produk herbal

Sebagai bentuk tindaklanjut dari kegiatan sosialisasi ini, tim pengabdian masyarakat dan Kelompok Konservasi TOGA telah melakukan redesain kemasan yang memenuhi informasi sesuai dengan regulasi dan inovasi produk herbal untuk menambah diversifikasi produk dan memperluas pasar, seperti tercantum pada Gambar 7. Informasi yang tercantum pada desain kemasan memenuhi informasi terkait nama produk, produsen, nomor registrasi, masa simpan, komposisi, berat bersih dan kode produksi.



**Gambar 7.** Redesain label dan diversifikasi produk herbal

Materi digitalisasi marketing yang disampaikan pada program ke-empat meliputi pengenalan digital marketing, penentuan prioritas dan kanal digital marketing. Di era digitalisasi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi sebuah unsur penting. Penggunaan teknologi informasi dapat memberikan manfaat yang besar khususnya bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini relevan dengan hasil studi literatur bahwa ada peningkatan kualitas ekonomi masyarakat setelah menggunakan cara digital dibandingkan metode konvensional. Keterbatasan masyarakat dalam penggunaan metode digitalisasi sebagai media pemasaran, disebabkan karena keterbatasan sumber daya manusia dan teknologi yang dimiliki. Dengan penggunaan digitalisasi marketing, akses terhadap pasar produk dapat diperluas tidak hanya secara lokal, tetapi juga secara nasional dan bahkan internasional, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi bisnis UMKM dengan meningkatnya pendapatan (Wibisono et al., 2023).

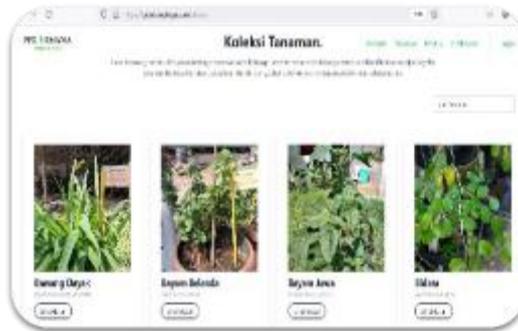
Digital marketing memiliki beberapa keuntungan, salah satunya adalah dapat meningkatkan tingkat keberhasilan bisnis kecil dan menengah dibandingkan dengan metode tradisional. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan internet dan teknologi sangat luas di masyarakat. Akibatnya, banyak bisnis memilih untuk memasarkan produk mereka secara digital. Perkembangan teknologi yang pesat menimbulkan peluang bagi ekonomi digital nasional dan tantangan bagi dunia bisnis. Implementasi setelah diselenggarakannya sosialisasi digital marketing yaitu dengan pengembangan website Tanaman Obat Keluarga sebagai salah satu wujud media digitalisasi marketing yang berisi katalog produk herbal (Gambar 9), serta penggunaan sosial media dan marketplace sebagai media pemasaran. Dokumentasi sosialisasi digitalisasi marketing tercantum pada Gambar 8.



**Gambar 8.** Kegiatan sosialisasi digital marketing

Sosialisasi kelima terkait sertifikasi halal, dimana materi yang disampaikan pada sosialisasi ini meliputi definisi produk halal, dokumen permohonan sertifikat halal dan prosedur sertifikasi halal. Berdasarkan review literatur, sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Berdasarkan perspektif pengetahuan dan informasi, masalah yang dihadapi dalam implementasi sertifikasi halal adalah kurangnya sosialisasi di wilayah pinggiran atau pedesaan, dan dari perspektif

kecukupan ekonomi, keuangan, dan aksesibilitas, masalah yang dihadapi adalah tingkat penghasilan yang rendah dan tidak pasti. Selain itu, keterbatasan teknologi informasi menghalangi proses pengurusan sertifikasi halal secara online, yang mengakibatkan kurangnya aksesibilitas sertifikasi halal. Sedangkan dari segi ketersediaan fasilitas produksi, pelaku usaha menghadapi masalah karena mereka tidak memiliki cukup fasilitas, sarana, dan prasarana untuk memenuhi syarat proses produksi halal. Selain itu, pelaku usaha tidak memiliki dokumen yang diperlukan untuk mengelola sertifikasi halal secara legal. Menurut perspektif pelaku usaha kecil, sertifikasi halal hanya berlaku untuk bisnis yang menghasilkan banyak uang, sehingga pelaku usaha menjadi pasif dan tidak terlibat dalam proses sertifikasi halal (Nukha et al., 2021).



Gambar 9. Pengembangan website TOGA sebagai media pemasaran

Secara keseluruhan, keberhasilan target jumlah peserta pelatihan dapat dikatakan sangat baik. Persentase kehadiran peserta rata-rata 90% dengan partisipasi peserta cukup baik, hal ini dibuktikan dengan keaktifan peserta selama mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat. Evaluasi pemahaman peserta dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang tercantum pada Tabel 1. Pelaksanaan program sosialisasi dan pendampingan ini telah dilaksanakan dengan baik dan lancar serta memberikan manfaat khususnya dalam kompetensi budidaya TOGA, peningkatan kualitas serta pemasaran produk herbal.

Tabel 1. Pemahaman peserta terhadap materi sosialisasi

No	Komponen Penilaian	Jumlah responden yang menjawab benar	Jumlah responden yang menjawab salah
1.	Budidaya TOGA	21	7
2.	Manfaat TOGA	28	0
3.	Pupuk organik	27	1
4.	Sertifikasi produk herbal	26	2
5.	Digital marketing	22	2
6.	Strategi harga	24	4

Berdasarkan Tabel 1, jumlah jawaban benar rata-rata sebesar 89% sehingga pemahaman peserta dikategorikan baik dalam memahami materi yang disampaikan dalam sosialisasi, dengan tingkat pemahaman terbesar

terkait manfaat TOGA. Pemahaman peserta yang paling rendah terdapat pada penilaian pemahaman budidaya TOGA, hal ini karena metode presentator terbatas pada teori tanpa strategi demonstrasi dan praktik. Faktor yang menyebabkan peningkatan pengetahuan selama penyuluhan antara lain adalah presentator menyampaikan informasi dengan baik, dan responden dapat membaca materi dalam booklet dan leaflet, yang dibuat dengan menarik dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami (Kusuma et al., 2020). Untuk mencapai pemberdayaan masyarakat dalam bidang kesehatan yang efektif harus memperhatikan hal-hal seperti kesadaran bersama, kepemimpinan yang baik, pelatihan, partisipasi, dan dukungan untuk perbaikan pendidikan dan kualitas hidup, baik formal maupun non-formal. Selain itu juga harus mempertimbangkan hal-hal yang datang dari luar, seperti stabilitas politik dan kebijakan pemerintah.

## SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Growong ini melibatkan masyarakat lokal yang memiliki tujuan untuk membudidayakan TOGA. Pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan ini telah dilaksanakan dengan baik dan lancar serta memberikan manfaat khususnya dalam peningkatan motivasi masyarakat, kompetensi budidaya TOGA, kualitas dan perluasan pemasaran produk herbal. Metode teknik *Participatory Rural Appraisal* (PRA) dan *transfer knowledge* efektif untuk diimplementasikan pada program pengabdian masyarakat ini, dengan persentase rata-rata pemahaman masyarakat sebesar 89% dan tingkat keaktifan sebesar 91%. *Output* yang dihasilkan setelah dilaksanakannya sosialisasi dan pendampingan masyarakat adalah terwujudnya saluran distribusi pemasaran produk herbal baik *offline* maupun *online*, terciptanya desain kemasan yang menarik dan informatif serta sertifikasi SPP-IRT untuk produk baru yang dihasilkan. Perlu dilakukan upaya keberlanjutan pada pengabdian masyarakat di Desa Growong dengan sinergi yang baik antara masyarakat, institusi pendidikan dan pemerintah setempat dengan memperluas jejaring yang dapat mendukung pemberdayaan TOGA dan pengembangan usaha ekonomi produktif berbasis olahan tumbuhan obat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih atas diberikannya hibah PPK Ormawa Tahun 2023 oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, Dan Teknologi dan kepada Kelompok Konservasi TOGA Dusun Gondang, Desa Growong atas partisipasi aktifnya dalam pengabdian masyarakat ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Abdillah, A. (2020). Strategi Pengembangan Peluang Pasar Tanaman Herbal di Kabupaten Pasuruan. *OPTIMA*, 3(2), 8-16. <https://doi.org/10.33366/optima.v3i2.175>
- Aushafina, N. H., & Wikartika, I. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing Desa Kebondalem melalui aplikasi google maps: Upaya meningkatkan



- pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(3), 477–483. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i3.366>
- Kusuma, I. Y., Octaviani, P., Muttaqin, C. D., Lestari, A. D., Rudiyaniti, F., & Sa'diah, H. (2020). Upaya Peningkatan Pemahaman Masyarakat Terhadap Beyond Use Date Didesa Kecepit, Kecamatan Punggelan, Kabupaten Banjarnegara. *Pelita Abdi Masyarakat*, 1(1), 22–29. <https://journal.pelitamedika.org/index.php/pam/article/view/9/9>
- Lestari, N. K. Y., Wati, N. M. N., Jayanti, D. M. A. D., Dewi, N. L. P. T., & Sudarma, I. N. (2022). Pemberdayaan PKK Dalam Pengenalan Toga Sebagai Upaya Peningkatan Imunitas di Era Pandemi Covid-19. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 117–122. <https://doi.org/10.36257/apts.v5i1.4180>
- Maulani, R., Dwiastuti, R., & Andriani, D. R. (2017). Analisis penetapan harga produk obat herbal olahan jamur dewa (*Agaricus blazei* Murril) pada CV. Asimas. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 1(2), 94–107. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2017.001.02.3>
- Metalisa, R., Saleh, A., & Tjitropranoto, P. (2014). Peran ketua kelompok wanita tani dalam pemanfaatan lahan pekarangan yang berkelanjutan. *Jurnal Penyuluhan*, 10(2). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v10i2.9924>
- Muhsin, A., Nafisah, L., & Siswanti, Y. (2018). *Participatory Rural Appraisal (PRA) for Corporate Social Responsibility (CSR)*. <http://eprints.upnyk.ac.id/id/eprint/26169>
- Nukha, Z. U., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HPAI Di Kecamatan Poncokusumo). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(1), 75–84. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/9981/7912>
- Nurhayati, A. P. D., Ersandy, A. R. D., Sa'adah, N. N., Setiawan, E., Ashuri, N. M., Indiani, A. M., Wahyudi, A., Rintaningrum, R., & Wayan, N. (2022). Diversifikasi Produk Herbal Serbuk Instan Jahe Merah dalam Upaya Peningkatan Produktivitas Masyarakat Desa Oro-Oro Ombo, Kota Batu. *Sewagati*, 6(4), 397–404. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i4.88>
- Nurwidiana, N., Fatmawati, W., & Masidah, E. (2019). Pendampingan Proses Produksi dan Kemasan Produk Industri Kecil Minuman Herbal. *Community Empowerment*, 4(2), 57–65. <https://doi.org/10.31603/ce.v4i2.3067>
- Purnamasari, S., & Murwatiningsih, M. (2015). Brand Image Sebagai Mediasi Pengaruh Promosi, Harga dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Nyonya Meneer di Semarang Timur. *Management Analysis Journal*, 4(3). <https://doi.org/10.15294/maj.v4i3.8878>
- Puspitasari, I., Nurfiana, G., Sari, F., & Indrayati, A. (2021). Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) sebagai Alternatif Pengobatan Mandiri Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 24(3), 456–465. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>

- Raharjo, S. (2022). Dampak Model Kemasan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 4(1), 51–61. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/602>
- Wibisono, S. H., Mukoffi, A., & Sulistiyowati, Y. (2023). Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Produk Teh Herbal Seledri. *Studium: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 23–28. <https://doi.org/10.53867/jpm.v3i1.87>