



**MEMANFAATKAN REMPAH UNTUK MENCEGAH HIPERTENSI DI RT 04 RW 05  
KELURAHAN CIGANJUR, KECAMATAN JAGAKARSA**

***USING HERBS TO PREVENT HYPERTENSION IN RT 04 RW 05 CIGANJUR VILLAGE,  
JAGAKARSA DISTRICT***

**Ika Maruya Kusuma<sup>1</sup>, Putu Rika Veryanti<sup>2</sup>, Vilya Syafriana<sup>3</sup>, Munawarohthus Sholikhah<sup>4</sup>  
Fathin Hamida<sup>5</sup>, Tiah Rachmatiah<sup>6</sup>, Teodhora<sup>7</sup>, Ainun Wulandari<sup>8</sup>, Amelia  
Febriani<sup>9</sup>, Subaryanti<sup>10</sup>, Jessica Khairunnisa<sup>11</sup>, Siti Fadila Azahra<sup>12</sup>, Ratna Nilam  
Cahya<sup>13</sup>, Dini Juliana<sup>14</sup>, Mulandita<sup>15</sup>**

<sup>1,3,4,5,6,7,9,10...15</sup> Program Studi Farmasi, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

<sup>2,8</sup> Program Studi Profesi Apoteker, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

\*Email@korespondensi imaruya@istn.ac.id

**Article History:**

Received: November 06th, 2023

Revised: December 04th, 2023

Published: December 8th, 2023

**Abstract:** *The community service activity held on June 18, 2023 at RT 04/ RW 05 Ciganjur, Jagakarsa, South Jakarta, aims to raise public awareness about the benefits of spices as a prevention of hypertension. Activities are carried out by examination and questionnaire completion. The results of the questionnaire show that public knowledge about the use of medicinal plants as antihypertensives is in the good category (92%). Vegetables and spices that are commonly consumed, such as chili, garlic, and peas, are easy to obtain and often used in everyday cuisine. The most common way of processing is by boiling. All the participants stated that the dissemination activity was very beneficial. This community service has improved public understanding of the use of spices as an alternative to hypertension prevention.*

**Keywords:** *Community Service, Hypertension, Traditional Medicine*

**Abstrak**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 18 Juni 2023 di RT 04/ RW 05 Ciganjur, Jagakarsa, Jakarta Selatan, bertujuan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai manfaat rempah-rempah sebagai pencegahan hipertensi. Kegiatan dilakukan dengan penyuluhan dan pengisian kuesioner. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai penggunaan tanaman obat sebagai antihipertensi berada dalam kategori baik (92%). Sayur dan rempah yang sering dikonsumsi, seperti timun, bawang putih, dan sereh, mudah didapatkan dan sering digunakan dalam masakan sehari-hari. Cara pengolahan yang paling umum adalah dengan merebus. Seluruh peserta menyatakan bahwa kegiatan penyuluhan sangat bermanfaat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pemanfaatan rempah-rempah sebagai alternatif pencegahan hipertensi.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat, Hipertensi, Obat tradisional

**PENDAHULUAN**

Hipertensi merupakan salah satu penyakit degeneratif yang sering terjadi di masyarakat atau sering dikenal masyarakat luas sebagai penyakit kardiovaskular. Hipertensi merupakan salah

satu faktor risiko utama gangguan jantung. Selain mengakibatkan gagal jantung, hipertensi dapat berakibat terjadinya gagal ginjal maupun penyakit serebrovaskular. Penyakit hipertensi biasa dikenal dengan sebutan *the silent disease* karena penderita tidak menyadari bahwa dirinya menderita hipertensi sebelum melakukan pemeriksaan tekanan darah ke fasilitas pelayanan kesehatan. Kasus yang banyak terjadi di masyarakat terdeteksinya hipertensi diketahui saat pemeriksaan fisik akibat gangguan penyakit lain. Tanpa disadari penderita hipertensi mengalami komplikasi pada organ-organ vital seperti jantung, otak ataupun ginjal. Gejala-gejala akibat hipertensi, seperti pusing, gangguan penglihatan, dan sakit kepala, seringkali terjadi pada saat hipertensi sudah pada tekanan darah mencapai angka tertentu yang bermakna (sistolik  $\geq 140$  mmHg dan atau tekanan darah diastolik  $\geq 90$  mmHg).

Menurut WHO (2018), prevalensi hipertensi di dunia sebesar 26,4% atau 972 juta orang terkena penyakit hipertensi, angka ini mengalami peningkatan di tahun 2021 menjadi 29,2%. WHO (2018) memperkirakan terdapat 9,4 juta orang meninggal setiap tahunnya akibat dari komplikasi hipertensi (Casmuti & Fibriana, 2023). Kelurahan Ciganjur Kecamatan Jagakarsa memiliki jumlah penduduk 515.325 jiwa dengan 143 RT dan 13 RW. Beberapa RT yang terletak di Kelurahan Ciganjur Kecamatan Jagakarsa di tahun 2019 diketahui memiliki tekanan darah diatas normal sebesar 56%. Saat ini ketersediaan obat konvensional di Indonesia terbatas, sehingga berbagai pertimbangan menjadikan masyarakat memilih untuk *Back To Nature* yaitu karena obat herbal memiliki berbagai kelebihan misalnya dalam proses penggunaannya yang dapat langsung digunakan ke sumber penyakit, hal ini dikarenakan obat herbal bersifat rekonstruktif yakni memperbaiki organ dan membangun kembali organ, jaringan atau sel yang rusak. Bahan tanaman yang banyak digunakan sebagai obat tradisional yaitu rempah-rempah seperti kunyit, sereh, daun salam, kencur dan lain sebagainya. Seperti Serai selain mempunyai kandungan minyak atsiriid anflavonoid juga mempunyai kandungan kalsium dan magnesium yang sangat berguna untuk membantu penurunan tekanan darah dengan cara melebarkan arteri (Luthfiyya, 2015). Selain itu mengkonsumsi sayuran seperti mentimun, daun beluntas, dan lain sebagainya juga dapat menjadi alternatif pengobatan hipertensi. Rempah-rempah sudah umum dikonsumsi masyarakat dengan jumlah tertentu sebagai bumbu masak. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat kali ini, tim pengabdian masyarakat ISTN memperkenalkan macam rempah yang dapat dikonsumsi untuk mencegah hipertensi.

## **METODE**

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) dilaksanakan di RT 04/ RW 05 di Ciganjur Kecamatan Jagakarsa, Jakarta Selatan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Memanfaatkan Rempah untuk Mencegah Hipertensi Di RT 04/ RW 05 Kelurahan Ciganjur, Kecamatan Jagakarsa”. Dari pelaksanaan program ini adalah diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan rempah untuk mengatasi hipertensi. Rangkaian kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Didahului dengan perizin untuk diadakan kegiatan penyuluhan dari bulan Mei 2023.
2. Mengatur jadwal untuk dapat melaksanakan penyuluhan pada tanggal 18 Juni 2023.
3. Pembuatan materi, kuesioner dan spanduk program pengabdian Masyarakat Fakultas Farmasi, ISTN.

## HASIL



**Gambar 1. Sesi Tanya Jawab selama Kegiatan Penyuluhan**



**Gambar 2. Foto Bersama setelah Kegiatan Penyuluhan**

## PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 18 Juni 2023 dengan penyuluhan dan pengisian kuesioner. Penyuluhan mengenai manfaat rempah untuk mencegah hipertensi bertujuan memberikan informasi kepada masyarakat mengenai khasiat dari tanaman rempah. Kegiatan penyuluhan diikuti oleh 25 peserta yang terdaftar, peserta terdiri dari 30 peserta berjenis kelamin wanita yang merupakan ibu rumah tangga (IRT). Peserta sangat antusias dengan materi yang disampaikan oleh pemateri. Hal ini terbukti dari 30 peserta yang terdaftar mengikuti penyuluhan dari awal hingga akhir acara. Bentuk apresiasi dari panitia pengabdian masyarakat ISTN kepada masyarakat yang mengikuti acara dari awal hingga akhir dan mengisi kuesioner yaitu dengan memberikan souvenir kepada peserta.

Kuesioner diisi oleh 25 peserta yang hadir dalam penyuluhan. Peserta ikut berpartisipasi

dengan baik selama kegiatan berlangsung sampai dengan kegiatan berakhir. Dari hasil kuesioner dan wawancara diketahui sebanyak 25 orang mengisi kuesioner. Pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan tanaman obat sebagai antihipertensi telah diketahui masyarakat RT 04/ RW 05 Ciganjur Jagakarsa dalam kategori baik, dengan pemahaman masyarakat 92%. Jenis sayur dan rempah yang dapat digunakan sebagai antihipertensi diketahui dari hasil kuesioner diantaranya seledri, bawang putih, timun, kunyit, daun salam dan sereh.

Macam sayur dan rempah yang sering dikonsumsi masyarakat RT 04/ RW 05 Ciganjur, Jagakarsa untuk mencegah hipertensi yang mudah didapat yaitu sereh sebesar 4%, timun sebesar 64%, bawang putih sebesar 20%, dan belimbing sebesar 12%. Sayur dan rempah tersebut mudah didapat dan sering dikonsumsi Masyarakat dalam makanan sehari-hari ataupun digunakan dalam bumbu masak. Sayur memiliki banyak kandungan mineral, salah satunya kalium. Efek asupan kalium pada tekanan darah yaitu mengurangi resistensi pada sistem pembuluh darah dengan langsung membantu pelebaran pembuluh arteri, meningkatkan kehilangan air dan natrium dari tubuh, penekanan sekresi renin dan angiotensin, dan menstimulasi aktivitas pompa natrium-kalium (Hermawan & Novariana, 2018).

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui mengenai pengolahan rempah yang sering dilakukan masyarakat RT 04/ RW 05 sebagai antihipertensi yaitu sebesar 80% dengan cara direbus, 16% dengan cara diseduh dan 4% bukan keduanya. Berdasarkan hasil kuesioner kegiatan penyuluhan memanfaatkan rempah sebagai obat antihipertensi ini dirasakan sangat bermanfaat yaitu sebesar 100% oleh masyarakat di RT 04/ RW 05 Ciganjur, Jagakarsa Jakarta Selatan. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dikatakan berhasil karena pemahaman Masyarakat di RT 04/ RW 05 Ciganjur terhadap penggunaan tanaman obat sebagai antihipertensi masuk kedalam kategori baik yaitu 92% (>85%) dan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan Tim ISTN sangat bermanfaat bagi Masyarakat (100%).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan di RT 04/ RW 05 Kelurahan Ciganjur, Kecamatan Jagakarsa, dapat disimpulkan bahwa masyarakat di wilayah tersebut memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai pemanfaatan tanaman obat, khususnya untuk mencegah hipertensi. Tingkat pengetahuan masyarakat mencapai 92%, menunjukkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya menjaga kesehatan dengan memanfaatkan sumber daya alam yang ada di sekitar mereka. Sayuran dan rempah seperti timun, sereh, bawang putih, dan belimbing menjadi pilihan populer bagi masyarakat untuk membantu mencegah hipertensi. Kemudahan akses dan ketersediaan bahan-bahan tersebut di lingkungan sekitar menjadi faktor yang mendukung pemilihan jenis tanaman obat tersebut. Masyarakat umumnya mengolah tanaman obat dengan cara direbus atau diseduh untuk mendapatkan manfaatnya. Metode pengolahan yang sederhana ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang pemanfaatan tanaman obat telah terinternalisasi dengan baik dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

## **PENGAKUAN**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan oleh LPPM Institut Sains dan Teknologi Nasional dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat

## DAFTAR REFERENSI

- Anggraini, D.A. (2009). Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Kejadian Hipertensi pada Pasien yang Berobat di Poliklinik Dewasa Puskesmas Bangkinang Periode Januari Sampai Juni 2008.
- Casmuti, C., & Fibriana, A. I. (2023). Kejadian Hipertensi di Wilayah Kerja Puskesmas Kedungmundu Kota Semarang. *HIGEIA (Journal of Public Health Research and Development)*, 7(1), 123–134. <https://doi.org/10.15294/higeia.v7i1.64213>
- Dipiro, Joseph T, (2005), *Pharmacotherapy*, 6th edition, McGRAW-HILL, New York. P 185-214.
- Fitri, D.R. (2020). Diagnose Enforcement and Treatment of High Blood Pressure. *J MAJORITY*. 4 (3): 47-51.
- Hermawan, N. S. A., & Novariana, N. (2018). Terapi Herbal Sari Mentimun untuk Menurunkan Tekanan Darah pada Penderita Hipertensi. *Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.30604/jika.v3i1.69>
- Luthfiyya, N. (2015). *HUBUNGAN ANTARA KONSUMSI SAYUR, BUAH, DAN TEKANAN DARAH PADA PASIEN RAWAT JALAN USIA 30 – 55 TAHUN DI UPT PUSKESMAS PASIRKALIKI KOTA BANDUNG*.
- Saranani, S., Himaniarwati., Wa Ode. Y., Muhammad. I, Aulia, A. (2021). Studi Etnomedisin Tanaman Berkhasiat Obat Hipertensi di Kecamatan Poleang Tenggara Kabupaten Bombana Sulawesi Tenggara. *Jurnal Mandala Pharmacon Indonesia*. 7 (1): 60-82.

## **MENYIKAPI PREFERENSI MASYARAKAT PONDOK BENDA PAMULANG DALAM PEMILIHAN OBAT FLU BERDASARKAN IKLAN DENGAN BIJAK**

### ***ADDRESSING THE PREFERENCES OF THE PONDOK BENDA PAMULANG COMMUNITY IN CHOOSING FLU MEDICINE BASED ON ADVERTISING WISELY***

**Ainun Wulandari<sup>1</sup>, Amelia Febriani<sup>2</sup>, Teodhora<sup>2\*</sup>, Vilya Syafriana<sup>2</sup>, Ika Maruya Kusuma<sup>2</sup>,  
Hervianti Nurfitri Nugrahani<sup>2</sup>, Fathin Hamida<sup>2</sup>, Putu Rika Veryanti<sup>1</sup>, Saiful Bahri<sup>2</sup>,  
Refdanita<sup>1</sup>, Lili Musnelina<sup>1</sup>, Pratiwi Ally Florentina<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Profesi Apoteker, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Farmasi, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

\*Email korespondensi: [c.teodhora@istn.ac.id](mailto:c.teodhora@istn.ac.id)

#### ***Abstract***

*Flu is an upper respiratory tract infection that is often treated with various flu medications on the market and promoted through various media, especially television. This research aims to understand people's preferences for flu medicine in Pondok Benda Pamulang, South Tangerang. Through group discussions and delivery of educational materials, this study found that price, quality, and brand trust factors influenced the choice of flu medication. The results show an increase in public knowledge about flu and its treatment. The attractiveness of flu medicine advertisements is important in influencing consumer behavior. The right use of endorsers and advertising frequency can increase the effectiveness of advertising in mass media. This study provides insight into the importance of education in forming wise health decisions and provides a better understanding of people's preferences for cold medicines.*

**Keywords:** *Flu, Preferences, Influence of Advertising, Education*

#### **Abstrak**

Flu adalah infeksi saluran pernapasan atas yang sering diobati dengan obat flu yang beragam di pasaran dan dipromosikan melalui berbagai media, terutama televisi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami preferensi masyarakat terhadap obat flu di Pondok Benda Pamulang, Tangerang Selatan. Melalui diskusi kelompok dan penyampaian materi edukasi, studi ini menemukan bahwa faktor harga, kualitas, dan kepercayaan merek memengaruhi pilihan obat flu. Hasilnya menunjukkan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang flu dan obatnya. Daya tarik iklan obat flu menjadi penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Penggunaan endorser dan frekuensi iklan yang tepat dapat meningkatkan efektivitas iklan di media massa. Studi ini memberikan wawasan tentang pentingnya edukasi dalam membentuk keputusan kesehatan yang bijak dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi masyarakat terhadap obat flu.

**Kata kunci:** Flu, Preferensi, Pengaruh Iklan, Edukasi



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2024 Author

Diterima: 8 April 2024; Disetujui: 27 April 2024; Terbit: 27 April 2024

## PENDAHULUAN

Flu adalah infeksi saluran pernapasan atas yang disebabkan oleh virus influenza. Seseorang dengan sistem kekebalan tubuh yang kuat biasanya akan sembuh dengan sendirinya tanpa perlu obat. Istilah "flu" sering digunakan secara umum untuk menggambarkan kondisi dengan gejala gangguan pada selaput lendir hidung, seperti hidung tersumbat, bersin-bersin, atau pilek, seringkali disertai dengan batuk. Dampak dari penyakit ini dapat dirasakan sebagai gangguan yang menghalangi aktivitas sehari-hari (Direktorat Bina Farmasi Komunitas dan Klinik, 2006). Ketersediaan berbagai jenis obat flu yang berlimpah di pasaran mendorong sejumlah produsen farmasi untuk memasarkan produk mereka melalui iklan di televisi, yang disertai dengan beragam informasi dan penyajian yang menarik (Asmajasari, 1997).

Swamedikasi merupakan praktek umum dimana beberapa individu mengatasi masalah kesehatan dengan menggunakan obat-obatan tanpa resep (Pratiwi et al., 2014). Penyakit ringan yang sering dialami oleh penduduk Indonesia terkenal dengan istilah flu, penyakit yang disebabkan oleh *virus Human rhinovirus* (HRV) Influenza umumnya menimbulkan gejala yang ringan sampai sedang. Menurut pernyataan (WHO, 2014) diperkirakan antara 290.000 hingga 650.000 orang meninggal akibat influenza musiman setiap tahun di seluruh dunia. Influenza merupakan penyakit menular yang menjadi prioritas dalam upaya pencegahan dan pengendalian penyakit, bertujuan untuk menghindari kejadian Kedaruratan Kesehatan Masyarakat (KKM) serta mengontrol penyebaran penyakit menular yang baru muncul (KEMENKES, 2018).

Lebih dari 60% konsumen biasanya melakukan pencarian, setelah melihat iklan berturut-turut. Periklanan menjadi media promosi yang sangat penting terutama bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa untuk masyarakat umum, sehingga perusahaan harus memperhatikan daya tarik iklan yang digunakan sebagai media periklanan produk, karena iklan akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian (Jacob et al., 2018)

Dosen Farmasi di Institut Sains dan Teknologi Nasional melakukan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bagian dari

komitmennya dalam menjembatani pengetahuan akademis dengan kebutuhan riil masyarakat. Salah satu aspek penting dalam hal ini adalah merespons preferensi masyarakat terhadap pemilihan obat flu dengan bijaksana, terutama di wilayah Pondok Benda Pamulang, Tangerang Selatan. Faktor-faktor seperti harga yang terjangkau, aksesibilitas, efektivitas, dan kepercayaan budaya memainkan peran kunci dalam membentuk preferensi tersebut. Selain itu, pengaruh iklan dan strategi pemasaran juga memiliki dampak signifikan terhadap pilihan konsumen.

Oleh karena itu, kegiatan ini melibatkan dosen farmasi dan melibatkan mahasiswa untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dapat memberikan manfaat langsung bagi warga. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi masyarakat Pondok Benda Pamulang dalam pemilihan obat flu, sehingga upaya pengabdian ini dapat secara efektif merespons kebutuhan dan harapan masyarakat setempat.

## METODE

Kegiatan ini dilakukan pada 10 Maret 2024 dari pukul 09.00-16.00 WIB, di Tangerang Selatan, Pamulang, RW 11 Kelurahan Pondok Benda. Adapun metode kegiatan adalah fokus pada pembagian kelompok-kelompok dengan mengadakan diskusi kelompok bersama 30 warga setempat untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi preferensi warga dalam memilih obat flu. Selain itu diberikan juga materi edukasi berupa leaflet agar harapannya lebih mudah dipahami oleh warga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang diperoleh berdasarkan data kuisioner yang dibagikan, terdapat variasi demografi warga. Dapat di lihat pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1.** Karakteristik Demografi Warga

Karakteristik	Jumlah (N=30)	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	15	50
Perempuan	15	50
<b>Usia</b>		
18-25 tahun	5	16,67

26-35 tahun	7	23,33
36-45 tahun	8	26,67
46-55 tahun	6	20
<b>Pendidikan</b>		
SD Sederajat	3	10
SMP Sederajat	4	13,33
SMA Sederajat	6	20
Diploma I/II/III	7	23,33
S1/S2/S3	10	33,33
<b>Pekerjaan</b>		
PNS	6	20
Pegawai Swasta	7	23,33
Ibu Rumah Tangga	5	16,67
Mahasiswa	6	20
Tidak bekerja	6	20
<b>Berapa Kali Melihat Iklan Obat Flu</b>		
1-2 kali	8	26,67
3-4 kali	7	23,33
5-6 kali	6	20
7-8 kali	9	30

Dalam diskusi kelompok, ditemukan informasi bahwa harga, kualitas, dan

kepercayaan terhadap merek merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih obat flu. Harga obat flu terbukti menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar warga. Banyak yang berpendapat bahwa keterbatasan ekonomi seringkali membatasi pilihan obat, sehingga beberapa warga lebih condong memilih obat flu yang harganya terjangkau.

Selain harga, kualitas obat flu juga menjadi faktor penting bagi beberapa warga. Mereka menginginkan obat yang efektif dalam mengatasi gejala flu sehingga cenderung memilih obat yang dianggap memiliki kualitas baik dan memberikan hasil yang memuaskan. Selain itu, kepercayaan terhadap merek obat juga memengaruhi keputusan warga. Merek-merek yang telah terbukti efektif dan memiliki reputasi baik dalam memberikan hasil yang memuaskan akan lebih dipilih daripada merek yang kurang dikenal atau dipercayai.

Melalui kegiatan edukasi bersama warga, telah tercapai beberapa hal penting. Salah satunya adalah peningkatan pengetahuan mengenai gejala, cara pencegahan, dan cara penularan flu secara umum.

**Tabel 2.** Hasil Data Kuisisioner Warga Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Pernyataan Kuisisioner	Sebelum (%)		Sesudah (%)	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Informasi mengenai isi kandungan obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	75	25	90	10
Informasi mengenai khasiat obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	80	20	95	5
Informasi mengenai aturan pemakaian obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	60	40	80	20
Informasi mengenai kontraindikasi obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	65	35	75	25
Informasi mengenai iklan obat flu di media massa menyebutkan merek/nama produk obat flu yang diiklankan.	85	15	92	8
Informasi mengenai tulisan “Baca Aturan Pakai Bila Sakit Berlanjut Hubungi Dokter” ditayangkan pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	55	45	65	35
Tayangan yang anda dapatkan dari iklan obat flu di media massa seperti khasiat obat (misal obat flu dapat menyembuhkan sakit flu)	75	25	85	15
Tayangan yang anda dapatkan dari iklan obat flu di media massa seperti efek samping obat flu (misal Mulut kering, Kantuk, Jantung bedebar)	60	40	70	30
Tayangan yang anda dapatkan dari iklan obat flu di media massa seperti peringatan perhatian “Baca Aturan Pakai, Jika Sakit Berlanjut Hubungi Dokter”	50	50	65	35

Materi edukasi yang disampaikan dalam bentuk leaflet mendapat respons positif dari warga. Materi dibuat menjadi sederhana agar mudah dipahami dengan kebutuhan warga.



Gambar 1. Leaflet Mengenai Flu

Beberapa aspek yang membuat materi ini efektif dan diterima dengan baik oleh masyarakat adalah bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sehingga informasi dapat disampaikan dengan jelas dan tanpa kebingungan. Selain itu, penggunaan gambar atau ilustrasi membantu dalam memperjelas pesan yang disampaikan.

Ketertarikan terhadap iklan sangatlah penting karena hal ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dengan pemirsa. Menurut (Sufa, 2012) Keberhasilan suatu iklan sering diukur dari daya tariknya atau "power of impression" yang dimilikinya, yaitu seberapa kuat iklan tersebut mampu memukau atau menarik perhatian pemirsa. Daya tarik pesan merupakan inti dari keseluruhan pesan yang disampaikan dalam iklan, memperhatikan struktur pesan, gaya pesan, serta pendekatan pesan yang terdapat di dalamnya. Untuk menarik perhatian pemirsa, iklan dapat memanfaatkan endorser seperti selebritis, atlet terkenal, atau tokoh yang memiliki pengaruh yang kuat (Fitri, 2014). Semakin kuatnya persepsi terhadap iklan obat dapat mempengaruhi perilaku swamedikasi, yang pada gilirannya dapat menunjukkan peningkatan indikasi penyimpangan (Mardiati et al., 2021), Pardede (2015), pola observasi terhadap iklan obat sakit kepala di televisi selama tiga hari terakhir menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi pilihan orang adalah 3-4 kali, dengan persentase mencapai 32,7%. Ketika suatu iklan memiliki daya tarik yang kuat, peluang bahwa informasi dalam iklan

tersebut akan diperhatikan juga akan meningkat. Frekuensi tinggi dan penayangan pada waktu yang tepat dapat memastikan bahwa iklan tersebut mencapai audiens yang ditargetkan dengan efektif (Fitri, 2014).

## KESIMPULAN

Mayoritas masyarakat Pondok Benda Pamulang memiliki preferensi terhadap beberapa merek obat flu tertentu, yang dipengaruhi oleh iklan, rekomendasi dari orang terdekat, dan pengalaman sebelumnya. Edukasi berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilih obat flu dengan bijak, meningkatkan pengetahuan tentang gejala flu, penggunaan obat yang tepat, dan risiko penggunaan obat yang tidak benar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan oleh LPPM Institut Sains dan Teknologi Nasional dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Pondok Benda Pamulang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmajasari, M. (1997). Studi periklanan dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Cetakan Pertama, Malang: UMM Press, hal, 11-15.*
- [Depkes] Departemen Kesehatan, Direktorat Bina Farmasi Komunitas dan Klinik. (2007). *Ditjen Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan. Departemen Kesehatan Republik Indonesia.* Jakarta: Departemen Kesehatan RI
- Fitri, A. G., & Diah, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan TV dan Endorser terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intevening. *Jurnal Strategi Pemasaran Petra, 2(1), 1-14.*
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(2).*

Kemenkes, R. I. (2018). Profil Kesehatan Indonesia, Kemenkes RI.

Mardiati, N., Islamiyah, R., & Fitriah, R. (2021). Pengaruh iklan obat flu di televisi terhadap perilaku swamedikasi. *Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia*, 3(1), 35-44.

Pardede, R., Indryani. (2015). Hubungan tingkat pengetahuan dan sikap mengenai iklan obat sakit kepala di televisi terhadap tindakan penggunaan obat sakit kepala di kalangan ibu rumah tangga di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta pada tahun 2014. Skripsi thesis, *Sanata Dharma University*.

Pratiwi, P. N., Pristianty, L., Noorizka, G., & Impian, A. (2014). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Swamedikasi Obat Anti-Inflamasi Non-Steroid Oral pada Etnis Thionghoa di Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 1(2), 36-40.

Sufa, F., & Munas, B. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 226-233.

WHO, (World Health Organization). (2014). World Health Organization departemen of Noncommunicable Disease Surveillance. A Second Chance in the Second Decade. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/112750>

## **MENYIKAPI PREFERENSI MASYARAKAT PONDOK BENDA PAMULANG DALAM PEMILIHAN OBAT FLU BERDASARKAN IKLAN DENGAN BIJAK**

### ***ADDRESSING THE PREFERENCES OF THE PONDOK BENDA PAMULANG COMMUNITY IN CHOOSING FLU MEDICINE BASED ON ADVERTISING WISELY***

**Ainun Wulandari<sup>1</sup>, Amelia Febriani<sup>2</sup>, Teodhora<sup>2\*</sup>, Vilya Syafriana<sup>2</sup>, Ika Maruya Kusuma<sup>2</sup>,  
Hervianti Nurfitri Nugrahani<sup>2</sup>, Fathin Hamida<sup>2</sup>, Putu Rika Veryanti<sup>1</sup>, Saiful Bahri<sup>2</sup>,  
Refdanita<sup>1</sup>, Lili Musnelina<sup>1</sup>, Pratiwi Ally Florentina<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Profesi Apoteker, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Farmasi, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

\*Email korespondensi: [c.teodhora@istn.ac.id](mailto:c.teodhora@istn.ac.id)

#### ***Abstract***

*Flu is an upper respiratory tract infection that is often treated with various flu medications on the market and promoted through various media, especially television. This research aims to understand people's preferences for flu medicine in Pondok Benda Pamulang, South Tangerang. Through group discussions and delivery of educational materials, this study found that price, quality, and brand trust factors influenced the choice of flu medication. The results show an increase in public knowledge about flu and its treatment. The attractiveness of flu medicine advertisements is important in influencing consumer behavior. The right use of endorsers and advertising frequency can increase the effectiveness of advertising in mass media. This study provides insight into the importance of education in forming wise health decisions and provides a better understanding of people's preferences for cold medicines.*

**Keywords:** *Flu, Preferences, Influence of Advertising, Education*

#### **Abstrak**

Flu adalah infeksi saluran pernapasan atas yang sering diobati dengan obat flu yang beragam di pasaran dan dipromosikan melalui berbagai media, terutama televisi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami preferensi masyarakat terhadap obat flu di Pondok Benda Pamulang, Tangerang Selatan. Melalui diskusi kelompok dan penyampaian materi edukasi, studi ini menemukan bahwa faktor harga, kualitas, dan kepercayaan merek memengaruhi pilihan obat flu. Hasilnya menunjukkan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang flu dan obatnya. Daya tarik iklan obat flu menjadi penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Penggunaan endorser dan frekuensi iklan yang tepat dapat meningkatkan efektivitas iklan di media massa. Studi ini memberikan wawasan tentang pentingnya edukasi dalam membentuk keputusan kesehatan yang bijak dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi masyarakat terhadap obat flu.

**Kata kunci:** Flu, Preferensi, Pengaruh Iklan, Edukasi



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2024 Author

Diterima: 8 April 2024; Disetujui: 27 April 2024; Terbit: 27 April 2024

## PENDAHULUAN

Flu adalah infeksi saluran pernapasan atas yang disebabkan oleh virus influenza. Seseorang dengan sistem kekebalan tubuh yang kuat biasanya akan sembuh dengan sendirinya tanpa perlu obat. Istilah "flu" sering digunakan secara umum untuk menggambarkan kondisi dengan gejala gangguan pada selaput lendir hidung, seperti hidung tersumbat, bersin-bersin, atau pilek, seringkali disertai dengan batuk. Dampak dari penyakit ini dapat dirasakan sebagai gangguan yang menghalangi aktivitas sehari-hari (Direktorat Bina Farmasi Komunitas dan Klinik, 2006). Ketersediaan berbagai jenis obat flu yang berlimpah di pasaran mendorong sejumlah produsen farmasi untuk memasarkan produk mereka melalui iklan di televisi, yang disertai dengan beragam informasi dan penyajian yang menarik (Asmajasari, 1997).

Swamedikasi merupakan praktek umum dimana beberapa individu mengatasi masalah kesehatan dengan menggunakan obat-obatan tanpa resep (Pratiwi et al., 2014). Penyakit ringan yang sering dialami oleh penduduk Indonesia terkenal dengan istilah flu, penyakit yang disebabkan oleh *virus Human rhinovirus* (HRV) Influenza umumnya menimbulkan gejala yang ringan sampai sedang. Menurut pernyataan (WHO, 2014) diperkirakan antara 290.000 hingga 650.000 orang meninggal akibat influenza musiman setiap tahun di seluruh dunia. Influenza merupakan penyakit menular yang menjadi prioritas dalam upaya pencegahan dan pengendalian penyakit, bertujuan untuk menghindari kejadian Kedaruratan Kesehatan Masyarakat (KKM) serta mengontrol penyebaran penyakit menular yang baru muncul (KEMENKES, 2018).

Lebih dari 60% konsumen biasanya melakukan pencarian, setelah melihat iklan berturut-turut. Periklanan menjadi media promosi yang sangat penting terutama bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa untuk masyarakat umum, sehingga perusahaan harus memperhatikan daya tarik iklan yang digunakan sebagai media periklanan produk, karena iklan akan mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian (Jacob et al., 2018)

Dosen Farmasi di Institut Sains dan Teknologi Nasional melakukan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bagian dari

komitmennya dalam menjembatani pengetahuan akademis dengan kebutuhan riil masyarakat. Salah satu aspek penting dalam hal ini adalah merespons preferensi masyarakat terhadap pemilihan obat flu dengan bijaksana, terutama di wilayah Pondok Benda Pamulang, Tangerang Selatan. Faktor-faktor seperti harga yang terjangkau, aksesibilitas, efektivitas, dan kepercayaan budaya memainkan peran kunci dalam membentuk preferensi tersebut. Selain itu, pengaruh iklan dan strategi pemasaran juga memiliki dampak signifikan terhadap pilihan konsumen.

Oleh karena itu, kegiatan ini melibatkan dosen farmasi dan melibatkan mahasiswa untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dapat memberikan manfaat langsung bagi warga. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi masyarakat Pondok Benda Pamulang dalam pemilihan obat flu, sehingga upaya pengabdian ini dapat secara efektif merespons kebutuhan dan harapan masyarakat setempat.

## METODE

Kegiatan ini dilakukan pada 10 Maret 2024 dari pukul 09.00-16.00 WIB, di Tangerang Selatan, Pamulang, RW 11 Kelurahan Pondok Benda. Adapun metode kegiatan adalah fokus pada pembagian kelompok-kelompok dengan mengadakan diskusi kelompok bersama 30 warga setempat untuk dapat mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi preferensi warga dalam memilih obat flu. Selain itu diberikan juga materi edukasi berupa leaflet agar harapannya lebih mudah dipahami oleh warga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil yang diperoleh berdasarkan data kuisioner yang dibagikan, terdapat variasi demografi warga. Dapat di lihat pada Tabel 1 di bawah ini.

**Tabel 1.** Karakteristik Demografi Warga

Karakteristik	Jumlah (N=30)	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	15	50
Perempuan	15	50
<b>Usia</b>		
18-25 tahun	5	16,67

26-35 tahun	7	23,33
36-45 tahun	8	26,67
46-55 tahun	6	20
<b>Pendidikan</b>		
SD Sederajat	3	10
SMP Sederajat	4	13,33
SMA Sederajat	6	20
Diploma I/II/III	7	23,33
S1/S2/S3	10	33,33
<b>Pekerjaan</b>		
PNS	6	20
Pegawai Swasta	7	23,33
Ibu Rumah Tangga	5	16,67
Mahasiswa	6	20
Tidak bekerja	6	20
<b>Berapa Kali Melihat Iklan Obat Flu</b>		
1-2 kali	8	26,67
3-4 kali	7	23,33
5-6 kali	6	20
7-8 kali	9	30

Dalam diskusi kelompok, ditemukan informasi bahwa harga, kualitas, dan

kepercayaan terhadap merek merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih obat flu. Harga obat flu terbukti menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar warga. Banyak yang berpendapat bahwa keterbatasan ekonomi seringkali membatasi pilihan obat, sehingga beberapa warga lebih condong memilih obat flu yang harganya terjangkau.

Selain harga, kualitas obat flu juga menjadi faktor penting bagi beberapa warga. Mereka menginginkan obat yang efektif dalam mengatasi gejala flu sehingga cenderung memilih obat yang dianggap memiliki kualitas baik dan memberikan hasil yang memuaskan. Selain itu, kepercayaan terhadap merek obat juga memengaruhi keputusan warga. Merek-merek yang telah terbukti efektif dan memiliki reputasi baik dalam memberikan hasil yang memuaskan akan lebih dipilih daripada merek yang kurang dikenal atau dipercayai.

Melalui kegiatan edukasi bersama warga, telah tercapai beberapa hal penting. Salah satunya adalah peningkatan pengetahuan mengenai gejala, cara pencegahan, dan cara penularan flu secara umum.

**Tabel 2.** Hasil Data Kuisisioner Warga Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Pernyataan Kuisisioner	Sebelum (%)		Sesudah (%)	
	Benar	Salah	Benar	Salah
Informasi mengenai isi kandungan obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	75	25	90	10
Informasi mengenai khasiat obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	80	20	95	5
Informasi mengenai aturan pemakaian obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	60	40	80	20
Informasi mengenai kontraindikasi obat flu ada pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	65	35	75	25
Informasi mengenai iklan obat flu di media massa menyebutkan merek/nama produk obat flu yang diiklankan.	85	15	92	8
Informasi mengenai tulisan “Baca Aturan Pakai Bila Sakit Berlanjut Hubungi Dokter” ditayangkan pada iklan obat flu di media massa (internet, televisi, radio, koran, dan majalah)	55	45	65	35
Tayangan yang anda dapatkan dari iklan obat flu di media massa seperti khasiat obat (misal obat flu dapat menyembuhkan sakit flu)	75	25	85	15
Tayangan yang anda dapatkan dari iklan obat flu di media massa seperti efek samping obat flu (misal Mulut kering, Kantuk, Jantung bedebar)	60	40	70	30
Tayangan yang anda dapatkan dari iklan obat flu di media massa seperti peringatan perhatian “Baca Aturan Pakai, Jika Sakit Berlanjut Hubungi Dokter”	50	50	65	35

Materi edukasi yang disampaikan dalam bentuk leaflet mendapat respons positif dari warga. Materi dibuat menjadi sederhana agar mudah dipahami dengan kebutuhan warga.



Gambar 1. Leaflet Mengenai Flu

Beberapa aspek yang membuat materi ini efektif dan diterima dengan baik oleh masyarakat adalah bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sehingga informasi dapat disampaikan dengan jelas dan tanpa kebingungan. Selain itu, penggunaan gambar atau ilustrasi membantu dalam memperjelas pesan yang disampaikan.

Ketertarikan terhadap iklan sangatlah penting karena hal ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dengan pemirsa. Menurut (Sufa, 2012) Keberhasilan suatu iklan sering diukur dari daya tariknya atau "power of impression" yang dimilikinya, yaitu seberapa kuat iklan tersebut mampu memukau atau menarik perhatian pemirsa. Daya tarik pesan merupakan inti dari keseluruhan pesan yang disampaikan dalam iklan, memperhatikan struktur pesan, gaya pesan, serta pendekatan pesan yang terdapat di dalamnya. Untuk menarik perhatian pemirsa, iklan dapat memanfaatkan endorser seperti selebritis, atlet terkenal, atau tokoh yang memiliki pengaruh yang kuat (Fitri, 2014). Semakin kuatnya persepsi terhadap iklan obat dapat mempengaruhi perilaku swamedikasi, yang pada gilirannya dapat menunjukkan peningkatan indikasi penyimpangan (Mardiati et al., 2021), Pardede (2015), pola observasi terhadap iklan obat sakit kepala di televisi selama tiga hari terakhir menunjukkan bahwa frekuensi tertinggi pilihan orang adalah 3-4 kali, dengan persentase mencapai 32,7%. Ketika suatu iklan memiliki daya tarik yang kuat, peluang bahwa informasi dalam iklan

tersebut akan diperhatikan juga akan meningkat. Frekuensi tinggi dan penayangan pada waktu yang tepat dapat memastikan bahwa iklan tersebut mencapai audiens yang ditargetkan dengan efektif (Fitri, 2014).

## KESIMPULAN

Mayoritas masyarakat Pondok Benda Pamulang memiliki preferensi terhadap beberapa merek obat flu tertentu, yang dipengaruhi oleh iklan, rekomendasi dari orang terdekat, dan pengalaman sebelumnya. edukasi berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memilih obat flu dengan bijak, meningkatkan pengetahuan tentang gejala flu, penggunaan obat yang tepat, dan risiko penggunaan obat yang tidak benar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan oleh LPPM Institut Sains dan Teknologi Nasional dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Pondok Benda Pamulang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asmajasari, M. (1997). Studi periklanan dalam perspektif komunikasi pemasaran. *Cetakan Pertama, Malang: UMM Press, hal, 11-15.*
- [Depkes] Departemen Kesehatan, Direktorat Bina Farmasi Komunitas dan Klinik. (2007). *Ditjen Bina Kefarmasian dan Alat Kesehatan. Departemen Kesehatan Republik Indonesia.* Jakarta: Departemen Kesehatan RI
- Fitri, A. G., & Diah, D. (2014). Analisis Pengaruh Iklan TV dan Endorser terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intevening. *Jurnal Strategi Pemasaran Petra, 2(1), 1-14.*
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(2).*

- Kemenkes, R. I. (2018). Profil Kesehatan Indonesia, Kemenkes RI.
- Mardiati, N., Islamiyah, R., & Fitriah, R. (2021). Pengaruh iklan obat flu di televisi terhadap perilaku swamedikasi. *Jurnal Riset Kefarmasian Indonesia*, 3(1), 35-44.
- Pardede, R., Indryani. (2015). Hubungan tingkat pengetahuan dan sikap mengenai iklan obat sakit kepala di televisi terhadap tindakan penggunaan obat sakit kepala di kalangan ibu rumah tangga di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta pada tahun 2014. Skripsi thesis, *Sanata Dharma University*.
- Pratiwi, P. N., Pristianty, L., Noorizka, G., & Impian, A. (2014). Pengaruh Pengetahuan Terhadap Perilaku Swamedikasi Obat Anti-Inflamasi Non-Steroid Oral pada Etnis Thionghoa di Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 1(2), 36-40.
- Sufa, F., & Munas, B. (2012). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Televisi Mie Sedap (Survei Pemirsa Iklan Mie Sedap Pada Mahasiswa Kost di sekitar Kampus Undip, Tembalang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 226-233.
- WHO, (World Health Organization). (2014). World Health Organization departemen of Noncommunicable Disease Surveillance. A Second Chance in the Second Decade. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/112750>

# Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Pembuatan Sabun Sereh Organik dalam Program PKM *Smart Living* di SMPN 03 Mande, Cianjur, Jawa Barat

Ika Maruya Kusuma\*<sup>1</sup>, Amelia Febriani<sup>2</sup>, Wawan Kuswaya<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Farmasi, Fakultas Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Institut Sains dan Teknologi Nasional, Indonesia

\*e-mail: [imaruya@istn.ac.id](mailto:imaruya@istn.ac.id)<sup>1</sup>, [ameliafebriani@istn.ac.id](mailto:ameliafebriani@istn.ac.id)<sup>2</sup>, [wawankuswaya@istn.ac.id](mailto:wawankuswaya@istn.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

Menjaga kebersihan agar terhindar dari penyakit infeksi sangatlah penting, karena penyakit infeksi dapat menyebabkan serapan gizi tidak maksimal yang berakibat stunting. Pemerintah Kabupaten Cianjur bekerjasama dalam Smart Village pada kegiatan PKM dengan mitra siswa-siswi SMPN 03 Mande, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan membuat sabun yang dapat digunakan untuk mencegah infeksi penyebab stunting. Metode kegiatan terdiri dari penyuluhan, diskusi dan pelatihan pembuatan sabun sereh organik, serta evaluasi sabun secara organoleptik dan kuesioner. Kegiatan PKM menghasilkan sabun sereh organik yang baik secara organoleptik, terjadi peningkatan pengetahuan peserta terhadap fungsi, proses pembuatan dan pengetahuan terhadap komposisi bahan sabun. Dampak kepada peserta adalah pemahaman tentang pentingnya kebersihan dalam pencegahan infeksi.

**Kata Kunci:** Keterampilan, Peningkatan, Pengetahuan, Sabun Sereh Organik

## Abstract

Maintaining cleanliness to avoid infectious diseases is very important, as communicable diseases can lead to suboptimal nutrient absorption, resulting in stunting. The Cianjur Regency Government collaborates with the Smart Village program in a Community Service Program (PKM) activity with the students of SMPN 03 Mande, aimed at increasing knowledge and skills in making soap that can be used to prevent infections that cause stunting. The activity methods include counselling, discussions, training on making organic lemongrass soap, and evaluation of the soap through organoleptic tests and questionnaires. The PKM activity resulted in good-quality organic lemongrass soap based on organoleptic assessment, and there was an increase in participants' knowledge about the function, the process of making soap, and the composition of soap ingredients. The impact on participants was an enhanced understanding of the importance of cleanliness in preventing infections.

**Keywords:** Improvement, Knowledge, Organic Lemongrass Soap, Skills

## 1. PENDAHULUAN

*Stunting* adalah faktor yang dapat menyebabkan kematian hampir dua juta anak setiap tahun, serta berkontribusi sebesar 12% kehilangan usia harapan hidup dengan cacat yang diderita. *Stunting* keadaan kondisi gagal tumbuh yang terjadi pada anak balita (bayi di bawah lima tahun), disebabkan karena kekurangan gizi kronis sehingga anak memiliki tinggi badan dibawah normal untuk usianya. Banyak faktor yang menjadi penyebab *stunting* yaitu rendahnya asupan makanan bergizi, adanya penyakit infeksi, rendahnya akses terhadap pelayanan kesehatan, rendahnya asupan vitamin dan mineral, buruknya sumber pangan dan protein hewani serta lingkungan dengan status sosial ekonomi yang rendah (Indriani et al., 2024). Faktor sanitasi lingkungan yang buruk juga dapat berpengaruh misalnya seperti kurangnya akses air bersih, penggunaan fasilitas jamban yang tidak memadai dan perilaku higiene mencuci tangan yang buruk menjadi penyebab peningkatan penyakit infeksi seperti diare, *Environmental Enteric Dysfunction* (EED), dan cacingan (Hartati & Zulminiati, 2020). Perilaku cuci tangan menggunakan sabun merupakan salah satu cara untuk mencegah timbulnya penularan berbagai penyakit seperti diare. Tangan dapat menjadi salah satu perantara pembawa kuman penyakit. Untuk memutus mata rantai infeksi diare salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mencuci tangan menggunakan sabun (Radhika, 2020). Pelatihan pembuatan sabun padat tidak hanya

sebagai alat mencegah infeksi, ternyata di Desa Jatisari, Malang, pelatihan pembuatan sabun berhasil meningkatkan potensi ekonomi lokal dan memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan sosial (Susanto et al., 2024).

Prevalensi *stunting* menurut WHO berada pada standar 20%, akan tetapi pada tahun 2024 Presiden RI Joko Widodo mengharapkan penurunan angka *stunting* menjadi 14 % (Nurdiansyah et al., 2024). Desa Jamali merupakan salah satu desa di Cianjur yang memiliki jumlah penduduk sekitar 12.437 orang ditahun 2022. Dalam menunjang target pemerintah Kabupaten Cianjur menuju “Zero Stunting”, pemerintah Kabupaten Cianjur bekerjasama dengan Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah 3 (LLDIKTI 3) melalui *Smart Village*-Pilar *Smart Living* untuk mewujudkan “Zero Stunting” dengan beberapa kegiatan terkait pencegahan *stunting*.

Program *Smart Village*-Pilar *Smart Living* yang dilaksanakan di Desa Jamali Cianjur Jawa Barat dengan mitra sasaran siswa siswi SMPN 03 Mande yang berlokasi di Desa jamali salah satunya yaitu pelatihan pembuatan sabun sereh organik. Kegiatan pelatihan pembuatan sabun dipilih berdasarkan latar belakang faktor penyebab *stunting* yaitu adanya penyakit infeksi akibat kurangnya menjaga kebersihan, sehingga serapan gizi tidak maksimal. Selain itu faktor kebersihan lingkungan yang masih kurang. Hal ini terlihat dari belum adanya Tempat Pembuangan Sampah (TPS) yang membuat banyaknya sampah berserakan di got atau selokan di jalan desa. Dari latar belakang diatas maka kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Pilar *Smart Living* dengan sasaran siswa-siswi SMPN 03 Mande. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada siswa-siswi SMPN 03 Mande dalam pembuatan sabun sereh organik sebagai langkah pencegahan infeksi yang mendukung upaya pencegahan *stunting*. Siswa-siswi tidak hanya memiliki keterampilan membuat sabun yang digunakan sendiri sebagai pembersih untuk mencegah infeksi kuman, tetapi kedepannya juga melatih berwirausaha dengan menjual sabun yang dihasilkan.

## 2. METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan selama 3 bulan yaitu Oktober-Desember 2024. Diawali pada Bulan Oktober 2024 survey kegiatan, Bulan November koordinasi kegiatan dengan mitra dan pada 9 Desember 2024 adalah pelaksanaan PKM yang dimulai dari pukul 08.00-13.00 WIB di SMPN 03 Mande, Cianjur, Jawa Barat. Kegiatan diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari pengurus OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) SMPN 03 Mande. Pengurus OSIS dipilih sebagai peserta pelatihan karena OSIS adalah organisasi yang beranggotakan siswa-siswi yang menjalankan kegiatan berbasis pendidikan. Selain itu berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2008, peran OSIS salah satunya adalah sebagai penggerak atau motivator, yang dapat merangsang lahirnya keinginan dan semangat para siswa untuk berbuat dan melakukan kegiatan bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Kegiatan pengabdian di SMPN 03 Mande terdiri dari penyuluhan, diskusi dan pelatihan pembuatan sabun sereh organik, serta evaluasi hasil kegiatan. Sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan peserta dibagi menjadi 5 kelompok yang masing-masing terdiri dari 6 orang, yang didampingi oleh instruktur. Instruktur berasal dari mahasiswa Fakultas Farmasi, Institut Sanis dan Teknologi Nasional (ISTN) yang sudah terlatih. Selanjutnya peserta diminta untuk mengisi kuesioner (*pre-test*) sebelum penyuluhan dilaksanakan. *Test* berfungsi sebagai alat pengukur perkembangan kemajuan belajar siswa yang terdiri dari *pre-test* dan *post-test*, selain itu beberapa jenis tes lainnya. *Pre-test* digunakan pada saat akan berlangsungnya penyampaian materi dengan tujuan untuk mengetahui sejauh manakah materi yang akan diajarkan sudah dapat dikuasai oleh siswa (Magdalena et al., 2021). Materi tes yang diberikan harus berkenaan dengan materi yang akan diajarkan. Materi penyuluhan yang disampaikan terdiri dari fungsi sabun, proses pembuatan sabun, dan komposisi bahan sabun. Diskusi dilakukan secara aktif oleh peserta dan narasumber, terutama saat membahas komposisi bahan sabun. Pada kegiatan pelatihan pembuatan sabun, alat dan bahan yang akan digunakan terlebih dahulu telah disediakan oleh Tim Pengabdian Masyarakat ISTN. Metode pembuatan sabun organik yang dipakai dalam pelatihan ini adalah *cold process method*. Formula sabun organik dibuat berdasarkan penelitian Febriani et al., (2021) yang

telah dimodifikasi. Komposisi sabun terdiri dari *soft oil* dan *hard oil*. Kategori *soft oil* dan *hard oil* ditentukan dari karakter minyak pada suhu ruang. *Hard oil* adalah minyak yang mudah menjadi padat pada suhu ruang dan *soft oil* memiliki karakter sebaliknya. Formula sabun organik terdiri dari minyak kelapa, minyak biji bunga matahari, minyak zaitun, minyak sawit, sodium laktat, NaOH, aquades, pewarna dan pewangi minyak sereh. Komposisi dan jumlah yang digunakan untuk membuat sabun organik adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Formula Sabun Organik

No	Bahan	Fungsi	Jumlah
1	Minyak Kelapa	Menghasilkan busa	150 g
2	Minyak Kelapa Sawit	Mempengaruhi kekerasan sabun	150 g
3	Minyak Zaitun	Menimbulkan efek kelembutan	150 g
4	Minyak Biji Bunga Matahari	Menjaga kelembapan	50 g
5	NaOH	Alkali untuk sabun batang	72 g
6	Minyak Sereh	Anti septik/ Anti bakteri	5 g
7	Sodium Laktat	Pengeras	7,5 g
8	Pewarna Mika	Pewarna	Secukupnya
9	Air	Pelarut	168 g

Proses pembuatan sabun organik padat dilakukan dengan mencampurkan NaOH dengan aquades (campuran 1), tunggu hingga suhunya menjadi 30-35 °C. Selanjutnya fase minyak dibuat dengan cara mencampur minyak kelapa, minyak biji bunga matahari, minyak zaitun dan minyak sawit kedalam wadah lalu diaduk rata dengan menggunakan *hand blender* hingga tercampur rata dan homogen (campuran 2). Pewarna dilarutkan dengan minyak (campuran 3), setelah itu dilakukan pencampuran antara campuran 1 dengan sodium laktat, setelah tercampur lalu diaduk dan dimasukkan kedalam campuran 2 kemudian diaduk kembali sampai homogen dengan menggunakan *hand blender* (campuran 4). Selanjutnya tambahkan campuran 3 dan *essential oil* (minyak sereh) ke campuran 4. Lalu campuran siap dicetak. Setelah kegiatan berakhir peserta diminta untuk mengisi kembali kuesioner (*post-test*). *Post test* bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman siswa tentang materi dan pokok penting materi yang disampaikan. Sabun yang dihasilkan siap dinilai secara organoleptik berdasarkan bentuk, warna dan bau. Sabun yang dibuat baru dapat digunakan setelah 2-4 minggu setelah proses *curing*. Proses *curing* diperlukan agar sabun yang dihasilkan lebih keras, lebih lembut dan memiliki masa penyimpanan yang lebih lama (Febriani et al., 2020). *Curing* juga berfungsi untuk menguapkan air sehingga pH sabun menjadi lebih stabil dan sabun yang digunakan aman bagi kulit. Pada pH sediaan tidak boleh terlalu asam karena dapat menyebabkan iritasi dan jika pH sediaan yang terlalu basa juga dapat membuat kulit menjadi kering (Zaky et al., 2015).



**Kuesioner Kegiatan PkM  
SMPN 3 MANDE DS. JAMALI CIANJUR 2024**

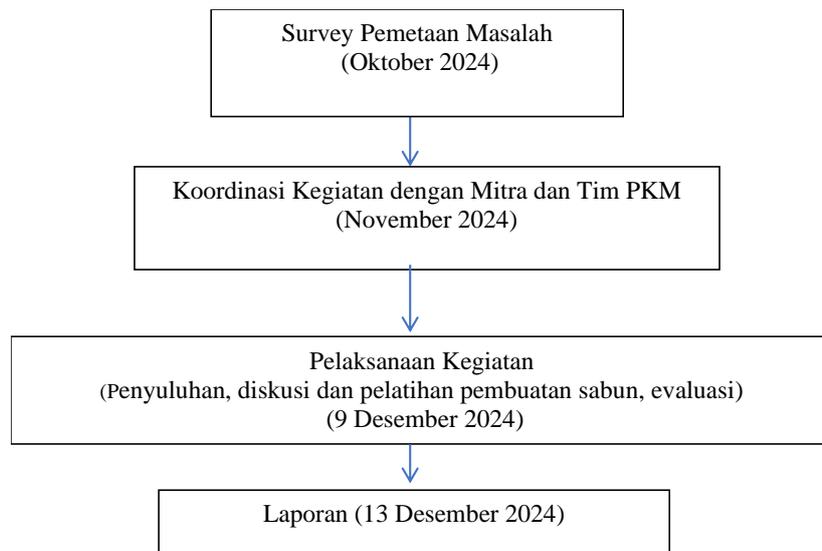
1. Sabun merupakan campuran dari asam lemak dan alkali yang melalui proses saponifikasi, dan berfungsi sebagai pembersih.  
A. Benar                      B. Salah
2. Trace adalah merupakan fase waktu tunggu setelah sabun menjadi padat, memakan waktu kurang lebih 2 – 4 minggu.  
A. Benar                      B. Salah
3. Minyak zaitun, dan minyak biji bunga matahari, merupakan kelompok minyak yang disebut hard oil, sebagai formula dasar sabun.  
A. Benar                      B. Salah

Gambar 1. Kuesioner Kegiatan PKM SMPN 03 MANDE

Ketercapaian kegiatan dievaluasi melalui kuesioner, dengan cara membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test*. Pertanyaan kuesioner disajikan dalam bentuk pertanyaan tertutup, dimana peserta menjawab dengan pilihan jawaban benar atau salah dari masing-masing pernyataan soal. Pertanyaan yang disampaikan yaitu terkait fungsi sabun, proses pembuatan sabun dan komposisi

bahan sabun. Pertanyaan terkait pengertian dan fungsi sabun. Sabun yang merupakan campuran dari asam lemak dan alkali melalui proses saponifikasi yang berfungsi sebagai pembersih. Melalui pertanyaan ini pemahaman peserta tentang pentingnya menjaga kebersihan melalui pemakaian sabun sebagai pembersih dapat diukur dari jawaban hasil *pre-test* dan *post-test*. Begitupun pada pertanyaan proses pembuatan sabun dan bahan sabun.

Hasil data dianalisis dengan perhitungan skor 1 untuk jawaban benar, dan 0 untuk jawaban salah. Selanjutnya data dirata-rata untuk mendapatkan nilai dalam persen (%). Keberhasilan kegiatan dapat diketahui melalui hasil *pre-test* dan *post-test*, jika terjadi peningkatan nilai yang dihasilkan pada *post-test*, selain itu tingkat pengetahuan yang diperoleh masuk kedalam kategori Baik jika memiliki nilainya  $\geq 75\%$  dan tingkat pengetahuan masuk kedalam kategori Cukup dengan nilai 56–74% maka kegiatan dikatakan berhasil. Skala penilaian dikatakan Baik jika memiliki nilainya  $\geq 75\%$ , kategori Cukup jika nilainya 56–74% dan tingkat pengetahuan masuk kedalam kategori Kurang jika nilainya  $< 55\%$  (Arikunto, S. 2013).



Gambar 2. Alur Kegiatan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada SMPN 03 Mande Ds. Jamali, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat diikuti oleh 30 peserta pengurus OSIS. Peserta terdiri dari 5 kelompok, yang masing-masing beranggotakan 6 peserta. Kegiatan PKM dilaksanakan dalam tiga bagian yaitu penyuluhan dan diskusi, pelatihan pembuatan sabun dan evaluasi kegiatan. Penyampaian materi penyuluhan dilengkapi dengan media penyuluhan seperti spanduk, infokus, power point serta peralatan yang mendukung dalam penyampaian materi dan pelatihan. Dalam pelatihan pembuatan sabun alat dan bahan yang diperlukan telah disediakan oleh Tim PKM ISTN. Evaluasi kegiatan dilakukan diawal (*pre-test*) dan akhir (*post-test*) kegiatan.

#### 3.1. Penyuluhan dan Diskusi

Penyuluhan dan diskusi dilakukan sebagai pengantar kegiatan sebelum pelatihan. Penyuluhan yang disampaikan terdiri dari fungsi sabun, proses pembuatan sabun, dan komposisi bahan sabun. Lalu dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab yang aktif diikuti oleh peserta, seperti yang terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyuluhan dan Diskusi di SMPN 03 Mande

Penjelasan materi terkait fungsi sabun bertujuan untuk memberi pemahaman kepada peserta bahwa sabun berfungsi sebagai pembersih. Hubungannya dengan *stunting* yaitu dengan hidup bersih seperti mencuci tangan dengan sabun dapat mencegah infeksi yang merupakan faktor penyebab *stunting* dari serapan gizi yang tidak maksimal. Hal ini juga didukung oleh penelitian Christijani & Nurhidayati, (2022), bahwa penyakit infeksi yang berulang dapat mengganggu pada menurunnya berat badan atau akan tampak pada rendahnya nilai indikator berat badan menurut umur, juga indikator tinggi badan menurut umur.

Dalam materi proses pembuatan bahan sabun dijelaskan bahwa proses yang digunakan adalah *cold process method* yang membedakan dengan metode *hot process* adalah terletak pada suhu yang digunakan ketika proses pembuatan sabun (Asnani et al., 2019), sedangkan pada metode *melt & pour* menggunakan sabun yang hampir jadi. Untuk penjelasan komposisi bahan sabun, siswa diperkenalkan bahan dasar sabun yang terdiri dari minyak atau asam lemak, alkali dan air (Panaungi A, 2022). Natrium hidroksida (NaOH) merupakan alkali yang umum digunakan dalam pembuatan sabun keras (sabun padat), sedangkan kalium hidroksida (KOH) adalah alkali yang sering digunakan dalam sabun lunak (sabun cair). Sebagai bahan tambahan aroma ditambahkan minyak sereh. Minyak sereh tidak hanya sebagai pemberi aroma tetapi juga memiliki aktivitas sebagai antibakteri (Herawati et al., 2020).

### 3.2. Pelatihan Pembuatan Sabun Sereh Organik

Kegiatan PKM selanjutnya yaitu pelatihan pembuatan sabun sereh organik. Siswa dibagi mejadi 5 kelompok yang didampingi oleh 1 orang instruktur. Instruktur pendamping adalah mahasiswa Fakultas Farmasi ISTN yang sebelumnya dilatih dalam pembuatan sabun. Setiap kelompok disiapkan bahan dan alat yang digunakan dan diberikan pengarahan tentang jumlah bahan dan alat yang digunakan, serta sifat bahan dan cara mencampur bahan. Setelah campuran bahan sabun terbentuk selanjutnya dilakukan pencetakan dan *Curing* selama 2-4 minggu. *Curing* berfungsi untuk menguapkan air sehingga pH sabun menjadi lebih stabil dan sabun yang digunakan aman bagi kulit. Dari pelatihan pembuatan sabun secara berkelompok, setiap orang dalam kelompok diminta untuk membuat sabun dengan kreasinya sendiri, seperti yang terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pembuatan Sabun Sereh Organik

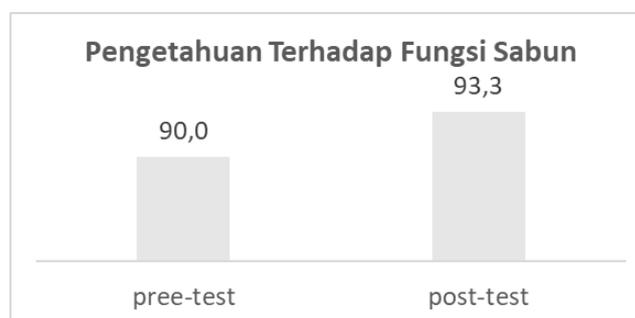
### 3.3. Evaluasi Kegiatan

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner diawal (*pree-test*) dan akhir kegiatan (*post-test*), selain itu evaluasi juga dilakukan dari hasil sabun yang dibuat secara organoleptik yaitu bentuk, warna, dan bau. Pengujian terhadap organoleptik sabun dengan menggunakan indera manusia untuk mengidentifikasi kondisi yang tampak seperti warna, aroma, dan bentuk sabun yang sudah dibuat (Panaungi A, 2022). Dari proses pembuatan sabun organik dihasilkan sabun yang baik dan dikatakan berhasil. Hal ini tampak pada semua sabun yang dibuat memiliki warna sabun yang sesuai dengan warna yang dicampurkan (tampak jelas), berbau sereh dan bentuk yang dibuat sesuai dengan cetaknya serta tampilannya menarik, seperti yang terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Sabun Sereh Organik

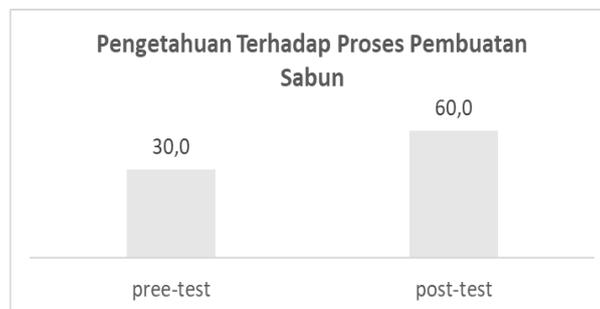
Perbandingan hasil kuesioner sebelum dan sesudah penyuluhan untuk pengetahuan peserta terhadap fungsi sabun terjadi peningkatan sebesar 3,3% yang semula (*pree-test*) 90% menjadi 93,3% (*post-test*) (Gambar 6). Dari hasil ini diketahui tingkat pengetahuan peserta tentang fungsi sabun sudah baik, dilihat dari hasil *pree-test* maupun *post-test*. Tingkat pengetahuan masuk kedalam kategori Baik jika memiliki nilainya  $\geq 75\%$ . Tingkat pengetahuan masuk kedalam kategori Cukup jika nilainya 56–74% dan tingkat pengetahuan masuk kedalam kategori Kurang jika nilainya  $< 55\%$  (Arikunto, S. 2013). Peningkatan pengetahuan peserta yang sudah baik, terhadap fungsi sabun dapat mencegah timbulnya penyakit infeksi yang menjadi salah satu faktor risiko *stunting*. Hal ini seperti yang terjadi di Desa Tajungan, Bangkalan bahwa mencuci tangan yang benar dengan menggunakan sabun dapat mencegah timbulnya penyakit infeksi sejak dini yang menjadi faktor resiko *stunting* (Rahmatika et al, 2022).



Gambar 6. Tingkat Pengetahuan Peserta Terhadap Fungsi sabun

Pengetahuan siswa terhadap proses pembuatan sabun mengalami peningkatan 30% yang semula (*pree-test*) 30% menjadi 60% (*post-test*) yang dapat dilihat pada Gambar 7. Kategori tingkat pengetahuan peserta masuk kedalam Kategori Cukup yaitu 56–74%. Pengetahuan terhadap proses pembuatan sabun di SMPN 03 Mande lebih rendah dari pada pengetahuan proses

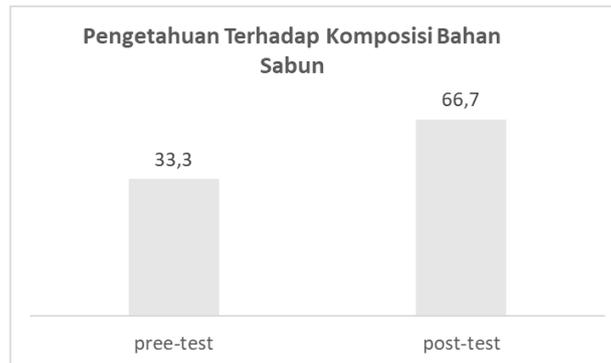
pembuatan sabun di MAN Purbalingga yaitu sebesar 70,8% (Asnani et al., 2019). Pada proses pembuatan sabun, banyak istilah-istilah yang mungkin siswa-siswi SMPN belum pernah diajarkan disekolah seperti istilah basa atau alkali, NaOH sebagai alkali, dan proses saponifikasi serta *curing*. Istilah tersebut baru diajarkan dijenjang Sekolah Menengah Atas (SMA). Sehingga setelah dijelaskan oleh pemateri dalam kegiatan penyuluhan peserta memahami dan terjadi peningkatan pengetahuan peserta. Dalam proses pembuatan sabun, peserta diperkenalkan beberapa istilah seperti proses *curing* dimana sabun didiamkan selama 2-4 minggu sebelum digunakan yang bertujuan agar pH sabun menjadi lebih stabil dan sabun yang digunakan aman bagi kulit. Sabun yang dihasilkan dilakukan proses *curing* karena mencegah penggunaan NaOH yang kemungkinan berlebih akan menyebabkan molekul minyak habis bereaksi sehingga produk sabun yang dihasilkan dapat menyebabkan kulit menjadi gatal dan panas. Metode dapat dilakukan untuk mencegah timbulnya kulit gatal atau panas akibat penggunaan NaOH yang berlebih antara lain dengan penggunaan asam klorida encer; pengocokan formula sabun lebih lama agar menyempurnakan reaksi saponifikasi; dan menyesuaikan penggunaan NaOH agar bereaksi tepat dengan minyak yang digunakan (Asnani et al., 2019). Dampak yang diperoleh yaitu peserta memiliki pengetahuan cara membuat sabun dan efek dari sabun pada kulit. Berdasarkan persyaratan SNI, nilai pH pada sabun padat yaitu 9-11. pH yang menjadi parameter kimia penting dalam pembuatan sabun karena memastikan bahwa sabun tidak mengiritasi ataupun membuat kulit menjadi kering saat digunakan (Panaungi A, 2022).



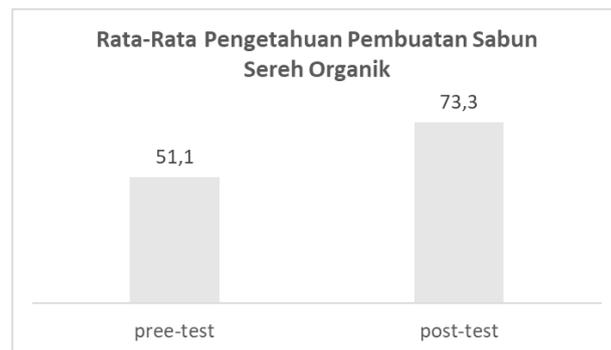
Gambar 7. Tingkat Pengetahuan Terhadap Proses Pembuatan Sabun

Peningkatan pengetahuan peserta juga terjadi terhadap komposisi bahan sabun sebesar 33,4% yang semula 33,3% (*pre-test*) menjadi 66,7% (*post-test*) masuk kedalam Kategori Cukup seperti yang terlihat pada Gambar 8. Kategori tingkat pengetahuan peserta masuk kedalam Kategori Cukup karena masih kedalam nilai 56-74%. Hasil ini sedikit lebih rendah jika dibandingkan dengan peningkatan pemahaman peserta terkait bahan sabun yang dilakukan di Desa Padang Rejo, Pringsewu yaitu sebesar 39,69% (Yanti et al., 2023). Hasil ini mengindikasikan bahwa kegiatan pelatihan menambah pengetahuan peserta tentang bahan yang digunakan dalam pembuatan sabun.

Dari hasil kuesioner diatas rata-rata pengetahuan peserta terhadap pembuatan sabun sereh organik meningkat yang semula 51,1% menjadi 73,3% atau sebesar 22,2% yang tampak terlihat pada Gambar 9. Nilai rata-rata diatas masuk kedalam Kategori Cukup yaitu 56-74%. Hasil rata-rata pengetahuan peserta terhadap pembuatan sabun sereh organik di SMPN 03 Mande lebih tinggi jika dibandingkan dengan peningkatan pemahaman terkait pembuatan sabun yang dilakukan di SMK Amanah Husada yaitu sebesar 26% (Nurcahyo et al., 2022). Faktor yang mempengaruhi keberhasilan kegiatan PKM ini adalah antusias peserta yang tampak pada timbal balik peserta baik bertanya, mengulang dan apresiasi akan menjadi indikasi keberhasilan kegiatan. Selain itu motivasi peserta untuk meningkatkan kompetensinya baik secara individu maupun secara berkelompok di sekolah.



Gambar 8. Tingkat Pengetahuan Terhadap Komposisi Bahan Sabun



Gambar 9. Rata-Rata Pengetahuan Peserta Terhadap Pembuatan Sabun Sereh Organik

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan pelatihan pembuatan sabun sereh organik pada siswa-siswi SMPN 03 Mande Desa Jamali Cianjur Jawa Barat dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa-siswi dalam membuat sabun sereh organik rata-rata masuk kedalam Kategori Cukup. Semua peserta membuat sabun sereh organik berhasil dengan baik secara organoleptik. Kegiatan pengabdian berikutnya dapat melibatkan siswa-siswi di Sekolah Menengah Atas (SMA) Desa Jamali sehingga pemahaman pengetahuan yang diperoleh dari pembuatan sabun dapat diimplementasikan dan sejalan dengan matapelajaran yang dipelajari. Selain itu perlu pengembangan modul untuk mendukung kegiatan pelatihan. Dari kegiatan ini dampak kepada peserta adalah adanya pemahaman tentang pentingnya kebersihan dalam pencegahan infeksi.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Institut Sains dan Teknologi Nasional (LP2M ISTN) melalui program hibah internal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat tahun pelaksanaan 2024 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana. Ucapan terima kasih kami sampaikan sebesar-besarnya kepada LLDIKTI 3, SMPN 03 Mande, Pemerintah Desa Jamali Mande Kabupaten Cianjur Jawa Barat, Universitas Gunadarma, Stikes St. Carolus, ITL Trisakti dan Stikes Mayapada serta semua pihak yang telah memberi dukungan dan kerjasamanya pada kegiatan pengabdian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Asnani, A., Delsy, E. V. Y., & Diastuti, H. (2019). *Transfer Teknologi Produksi Natural Soap-Base*

- untuk Kreasi Sabun Suvenir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 4(2), 129. <https://doi.org/10.22146/jpkm.33581>
- Christijani, R., & Nurhidayati, N. (2022). Hubungan Risiko Status Kesehatan Dengan Kejadian Stunting Pada Anak 24-36 Bulan. *The Journal of Nutrition and Food Research*, 45(2), 83–90.
- Febriani, A., Kusuma, I. M., & Hariyani, M. (2021). Formulasi Sabun Mandi Padat Ekstrak Etanol Daun Afrika (*Vernonia amygdalina* Delile) dan Uji Antibakteri Terhadap *Staphylococcus aureus*. *Jurnal Ilmu Kefarmasian*, 14(1), 26–28.
- Febriani, A., Syafriana, V., Afriyanto, H., & Djuhariah, Y. S. (2020). The utilization of oil palm leaves (*Elaeis guineensis* Jacq.) waste as an antibacterial solid bar soap. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 572(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/572/1/012038>
- Hartati, S., & Zulminiati, Z. (2020). Fakta-Fakta Penerapan Penilaian Otentik di Taman Kanak-Kanak Negeri 2 Padang. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 1035–1044. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i2.521>
- Herawati, H., Anwar, A., & Setyowati, D. L. (2020). Hubungan Sarana Sanitasi, Perilaku Penghuni, dan Kebiasaan Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) oleh Ibu dengan Kejadian Pendek (Stunting) pada Batita Usia 6-24 Bulan di Wilayah Kerja Puskesmas Harapan Baru, Samarinda. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, 19(1), 7. <https://doi.org/10.14710/jkli.19.1.7-15>
- Indriani, I., Mujahadatuljannah, M., & Rabiattunnisa, R. (2024). Faktor yang Mempengaruhi Kejadian Stunting pada Bayi dan Balita. *Jurnal Surya Medika*, 9(3), 131–136. <https://doi.org/10.33084/jsm.v9i3.6493>
- Magdalena, I., Nurul Annisa, M., Ragin, G., & Ishaq, A. R. (2021). Analisis Penggunaan Teknik Pre-Test Dan Post-Test Pada Mata Pelajaran Matematika Dalam Keberhasilan Evaluasi Pembelajaran Di Sdn Bojong 04. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 150–165. <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/nusantara>
- Nurdiansyah, I., Abdul, R. A., Ema, R., & Zulkifli, A. (2024). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Stunting Anak Usia 6-23 Bulan di Tarogong Kaler. *Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 15(1), 30-39.
- Nurchahyo, H., Santoso, J., Riyanta, A. B., & Pratiwi, R. E. (2022). Pemberdayaan Potensi Siswa Dan Guru Smk Amanah Husada Pematang Melalui Pelatihan Pembuatan Sabun Cair. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 308–314. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1785>
- Panaungi, A. (2022). Pembuatan Sabun Padat Dari Minyak Kelapa Dengan Penambahan Ekstrak Buah Pare (*Momordica Charantia* L) Sebagai Antioksidan Menggunakan Metode Cold Process. *Borneo Journal of Pharmascientech*, 6(1), 38–48. <https://doi.org/10.51817/bjp.v6i1.443>
- Radhika, A. (2020). Hubungan Tindakan Cuci Tangan Pakai Sabun Dengan Kejadian Diare Pada Balita Di Rw Xi Kelurahan Sidotopo, Kecamatan Semampir, Kota Surabaya. *Medical Technology and Public Health Journal*, 4(1), 16–24. <https://doi.org/10.33086/mtphj.v4i1.773>
- Susanto, H., Dinasyah, S., & Fuzani, R. (2024). Pelatihan Pembuatan Sabun Padat Ramah Lingkungan dari Daun Kelor: Meningkatkan Ekonomi dan Produktivitas Wirausaha di Desa Jatisari, Pakisaji Malang. 5(3), 1307–1311.
- Wulan Cahya Rahmatika, Yudho Bawono, R. R. (2022). Cuci Tangan Pakai Sabun Sebagai Upaya Pencegahan Stunting Di Desa Tanjung Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 74–83.
- Yanti, D. D., Ghifari, M. A., Mahendra, I. P., Ayuwulanda, A., Putranto, R. P., Kurniawan, R., Ashari, A., Tarigan, S., Mizuki, C. A., Daefisal, O. L., Lingga, N., Malai, R., & Nadzma, S. (2023). Pelatihan Pembuatan Sabun dari Minyak Goreng Bekas di Desa Padang Rejo, Pringsewu. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(6), 878–886. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i6.272>
- Zaky, M., Susanti, T. R., & Kuncoro, B. (2015). Pengembangan Formulasi dan Uji Evaluasi Fisik

Sediaan Pewarna Rambut Ekstrak Biji Pinang (*Areca catechu* L.) Sebagai Pewarna Alami.  
*Jurnal Farmagazine*, II(1), 35-43.  
<https://www.stfm.ac.id/ejournals/index.php/JurnalFarmagazine/article/view/12>



## Upaya Melestrikan Jamu Melalui Kegiatan AKRAB (Aksi Rabu Bersama) Pada Warga Kampus Institut Sains dan Teknologi Nasional

Ika Maruya Kusuma<sup>1\*</sup>, Amelia Febriani<sup>1</sup>, Muzallifah<sup>1</sup>, Firdamayanti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Institut Sains dan Teknologi Nasional (Farmasi, Institut Sains dan Teknologi Nasional), Jl. Moh Kahfi II Jagakarsa, Jakarta Selatan, Indonesia, 12640

\*Email koresponden: [imaruya@istn.ac.id](mailto:imaruya@istn.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 09 Aug 2024

Accepted: 20 Oct 2024

Published: 31 Dec 2024

#### Kata kunci:

Beras Kencur;  
Jamu;  
Kunyit Asem;  
Warga Kampus.

#### Keywords:

Beras Kencur;  
Campus Residents;  
Jamu;  
Tamarind Turmeric.

### ABSTRAK

**Background:** Di era saat ini banyak informasi dengan mudah diakses secara bebas, sering kali menjadi permasalahan serius yang dapat menyebabkan bias mengenai pengobatan tradisional seperti jamu. Warga kampus merupakan kelompok intelektual yang memiliki status ekonomi menengah keatas dan mampu mengakses fasilitas kesehatan serta lebih memilih pergi ke klinik atau rumah sakit daripada mengkonsumsi jamu. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) bertujuan mengukur pengetahuan warga kampus Institut Sains dan Teknologi Nasional (ISTN) tentang jamu dan cara melestarikan jamu. **Metode:** Mitra PkM adalah warga kampus ISTN, peserta berjumlah 24 orang. Kegiatan PkM meliputi persiapan, penyuluhan jamu, olahraga, minum jamu dan evaluasi kegiatan. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan kuesioner. **Hasil:** Hasil kegiatan diketahui kesukaan terhadap jamu 22 orang (91,67%) suka minum jamu dan 2 orang (8,33%) tidak suka minum jamu. Pengetahuan jamu diketahui 22 orang (91,67%) menjawab benar dan 2 orang (8,33%) menjawab salah, terkait pengertian rimpang dalam olahan jamu, 24 orang peserta (100%) menjawab benar, tentang rempah dalam jamu beras kencur sebanyak 4 orang (16,67%) menjawab benar dan 20 orang (83,33%) jawaban salah. **Kesimpulan:** Pengetahuan warga kampus ISTN tentang jamu rata-rata sebesar 61,96% masuk kedalam kategori cukup dan minum jamu merupakan salah satu kegiatan melestarikan jamu.

### ABSTRACT

**Background:** In the current era, a lot of information is easily accessed freely, often a serious problem that can cause bias regarding traditional medicine such as jamu. The purpose of the Community Service (PkM) activity is to measure participants' knowledge about jamu and preserve jamu. **Methods:** PKM partners are residents of the National Institute of Science and Technology (ISTN) campus, totaling 24 participants. PKM activities include preparation, jamu counseling, exercise, drinking jamu, and activity evaluation. Evaluation of activities is done with a questionnaire. **Results:** The results of the activity showed that favorability towards jamu 22 people (91.67%) like to drink jamu, and 2 people (8.33%) do not like to drink jamu. Questions related to the definition of jamu were found to be answered correctly by 22 people (91.67%), and the remaining 2 people (8.33%) answered incorrectly. In the question related to the definition of rhizomes in processed jamu, 24 participants (100%) answered correctly. Then, for the questionnaire question about spices used in processed jamu beras kencur, 4 people (16.67%) answered correctly and 20 people (83.33%) answered incorrectly. **Conclusions:** In conclusion, ISTN campus residents are known to have an average knowledge of jamu of 61.96% in the sufficient category, and drinking jamu is one of the activities to preserve jamu.



## PENDAHULUAN

Jamu merupakan kearifan lokal yang terus berkembang di masyarakat. Jamu masih dipercaya masyarakat memiliki manfaat dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit tanpa menimbulkan efek samping. Pemanfaatan jamu diketahui terbagi menjadi dua, yaitu jamu yang digunakan untuk terapi dan jamu untuk menjaga kesehatan. Olahan jamu saat ini bisa didapatkan pada pedagang jamu gendong yang umumnya pemanfaatannya untuk menjaga kesehatan. Bahan dasar yang digunakan dalam pembuatan jamu terdiri dari tanaman herbal yang mudah didapat. Jenis jamu yang dijual pedagang jamu gendong memiliki makna tiap jenisnya, yaitu seperti kunyit asam, beras kencur, cabe puyang, pahitan, kunci suruh, kudu laos, uyup-uyup, dan sinom. Makna tersebut dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari yang dimulai dari rasa manis-asam, kemudian sedikit pedas-hangat, pedas-pahit, rasa tawar, dan diakhiri dengan rasa manis kembali dengan tujuan agar manfaat yang dirasakan berkhasiat bagi tubuh (Bährle-Rapp, 2007).

Di era saat ini dimana banyaknya informasi dengan mudah diakses secara bebas, sering kali menjadi permasalahan serius yang dapat menyebabkan bias mengenai pengobatan tradisional khususnya penggunaan obat tradisional seperti jamu. Permintaan jamu meningkat hingga 300-400% per hari pada tahun 2020 saat terjadi pandemik covid-19 (Kusuma et al., 2023). Hal ini menunjukkan minat masyarakat untuk jamu saat ini besar dan informasi penggunaan tanaman herbal dalam jamu yang bias dapat mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pengobatan. Sehingga, pemahaman mengenai eksistensi minuman jamu dengan bahan dan pengolahan serta fungsi yang tepat, penting diketahui oleh masyarakat khususnya warga kampus. Jamu merupakan warisan dari nenek moyang dan merupakan jati diri bangsa yang mencerminkan bahwa bangsa Indonesia adalah bangsa yang berbudaya sejak dahulu kala.

Kampus Institut Sains dan Teknologi Nasional (ISTN) mengacu surat edaran rektor No. 347/03-A/VI/2024 untuk mempererat silaturahmi, kolaborasi, sinergi dan transformasi budaya melaksanakan kegiatan Aksi Rabu Bersama (AKRAB) yang salah satunya merupakan aktivitas olahraga bersama. Kegiatan ini dilaksanakan untuk mempererat silaturahmi dan kolaborasi di era transformasi akademik dan digital. Urgensi dilaksanakannya kegiatan karena di era digital saat ini masih ada informasi-informasi di media elektronik yang bias khususnya di bidang kesehatan. Salah satunya tentang penggunaan tanaman herbal dalam jamu. Kegiatan AKRAB yang dilakukan memuat kegiatan penyuluhan tentang jamu, berolahraga bersama warga kampus dan dilanjutkan dengan minum jamu bersama sebagai suatu budaya untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Upaya melestarikan jamu pada warga kampus melalui kegiatan AKRAB dilakukan untuk mengukur pengetahuan warga kampus pada jamu sebagai alternatif pengobatan dan menjaga kesehatan serta budaya warisan bangsa.

Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) warga kampus di ISTN dipilih sebagai peserta kegiatan. Warga kampus meliputi unsur-unsur pimpinan, dosen, mahasiswa, dan karyawan administrasi yang masuk kedalam kelompok intelektual. Umumnya warga kampus memiliki tingkat pendidikan paling rendah setara dengan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan status ekonomi menengah keatas. Kelompok dengan pendapatan menengah keatas relatif memiliki kemampuan untuk mengakses fasilitas kesehatan maupun cara pengobatan yang lebih maksimal dan rasional (Adiyasa & Meiyanti, 2021). Sehingga lebih memilih pergi ke klinik atau

rumah sakit dan mengkonsumsi obat yang diresepkan. Kelompok intelektual umumnya lebih memilih cara yang rasional dan praktis daripada mengkonsumsi jamu. Alasan tersebut yang membuat tim PkM memilih warga kampus sebagai peserta kegiatan PkM. Kegiatan PkM yang pernah dilakukan umumnya melakukan penyuluhan kepada masyarakat desa yang umumnya rata-rata memiliki pendidikan yang masih rendah sehingga mengenal jamu sebagai alternatif pengobatan atau untuk menjaga kesehatan. Namun pada kegiatan PkM ini sasaran peserta adalah kelompok intelektual kampus dengan tujuan mengukur pengetahuan peserta tentang jamu. Edukasi adalah suatu proses memberdayakan perorangan, kelompok, dan masyarakat agar memelihara, meningkatkan dan melindungi kesehatannya melalui peningkatan pengetahuan (Pratiwi & Anggiani, 2020). Permasalahan yang ada yaitu dimana di era digital saat ini informasi di media elektronik yang bias khususnya dibidang kesehatan dapat menyebabkan kesalahan dalam pengobatan, salah satunya tentang penggunaan tanaman herbal dalam jamu. Warga kampus sebagai kelompok intelektual relatif memiliki kemampuan untuk mengakses fasilitas kesehatan maupun cara pengobatan yang lebih maksimal dan rasional, sehingga lebih memilih pergi ke klinik atau rumah sakit dan mengkonsumsi obat yang diresepkan. Kelompok intelektual umumnya lebih memilih cara yang rasional dan praktis daripada mengkonsumsi jamu. Pada kegiatan PkM ini kegiatan yang dilakukan adalah penyuluhan tentang jamu, berolahraga bersama warga kampus dan dilanjutkan dengan minum jamu bersama sebagai suatu budaya untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kegiatan PkM bersama warga kampus melalui kegiatan AKRAB dilakukan untuk mengukur pengetahuan warga kampus terhadap tanaman herbal dalam jamu sebagai alternatif pengobatan dan menjaga kesehatan dengan minum jamu sebagai budaya warisan bangsa.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelaksanaan meliputi persiapan, Penyuluhan jamu (bahan, proses pembuatan jamu dan manfaat jamu), olahraga dan minum jamu bersama. Uraian pelaksanaan kegiatan terdiri dari:

### 1. Persiapan

Kegiatan PkM dilaksanakan pada 21-26 Juni 2024 dengan mitra warga kampus Institut Sains dan Teknologi Nasional (ISTN). Kampus ISTN berlokasi di Jl. Moh Kahfi II Jagakarsa, Jakarta Selatan. Pada tahap ini tim PkM melakukan koordinasi dengan warga kampus, sebagai survei awal ataupun dengan tim yang terlibat. Tim PkM terdiri dari 2 dosen dan 2 mahasiswa Fakultas Farmasi yang memahami tentang jamu. Kegiatan persiapan meliputi:

#### a. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi yang perlu dilengkapi seperti daftar absensi dan kuesioner. Absensi dan kuesioner digunakan untuk mengevaluasi kegiatan dan pengetahuan yang dimiliki peserta tentang kegiatan. Data peserta yang terdiri dari jenis kelamin, tingkat pendidikan dan usia peserta juga diperlukan dalam kuesioner sebagai bahan evaluasi.

#### b. Persiapan Pembuatan Jamu

Jamu yang dibuat dalam kegiatan ini terdiri dari jamu beras kencur dan jamu kunyit asam. Formula masing-masing jamu sesuai [tabel 1](#) dan [2](#) berikut:

**Tabel 1.** Formula Jamu Kunyit Asam

Bahan	Jumlah
Kunyit	50 gram
Jahe	50 gram
Kapulaga	4 buah
Kayu manis	2 ruas
Bunga lawang	2 buah
Asam jawa	25 gram
Sereh	2 batang
Gula jawa	200 gram
Garam	1/4 sendok the
Air mineral	1 liter

Cara pembuatan:

- Cuci kunyit dan jahe yang telah disiapkan, kemudian disangrai kemudian diparut.
- Rebus air hingga mendidih, lalu masukkan parutan kunyit, jahe, sereh, kapulaga, kayu manis, bunga lawang, asam jawa, gula jawa, dan garam.
- Masak dengan api kecil hingga mendidih dan mengeluarkan aroma.
- Matikan api dan diamkan hingga tidak terlalu panas.
- Saring bahan-bahan tersebut dengan kain serbet yang kering dan bersih.
- Tuang hasil saringan kedalam botol wadah yang telah disiapkan.



**Gambar 1.** Jamu Kunyit Asem

**Tabel 2.** Formula Jamu Beras Kencur

Bahan	Jumlah
Kencur	50 gram
Jahe	50 gram
Gula pasir	100 gram
Gula jawa	100 gram
Garam	1/4 sendok the
Beras	50 gram
Kapulaga	1 butir
Cengkeh	1 butir
Kayu manis	3 batang
Kunyit	1 ruas
Air mineral	1 liter

Cara pembuatan:

- a) Rendam beras selama kurang lebih 3 jam kemudian sangrai beras hingga kering dan berwarna kecokelatan.
- b) Cuci kencur, jahe dan kunyit yang telah disiapkan, kemudian iris-iris lalu disangrai/dibakar hingga layu.
- c) Geprek kencur, kunyit dan jahe yang telah disangrai.
- d) Rebus air hingga mendidih, lalu masukkan kencur, kunyit jahe, gula pasir, gula jawa, kapulaga, cengkih, kayu manis dan garam.
- e) Masak dengan api kecil hingga mendidih dan mengeluarkan aroma.
- f) Matikan api dan diamkan hingga tidak terlalu panas.
- g) Siapkan blender, masukkan kencur, kunyit, jahe yang telah direbus dan beras yang sudah disangrai, tambahkan air gula rempah, lalu blender hingga halus.
- h) Saring bahan-bahan tersebut dengan kain serbet yang kering dan bersih.
- i) Tuang hasil saringan kedalam air gula rempah, aduk rata hingga dingin, kemudian masukkan jamu beras kencur kedalam botol wadah yang telah disiapkan.



**Gambar 2.** Jamu Beras Kencur

## 2. Penyuluhan Jamu

Pada kegiatan sosialisasi jamu, tim PkM menjelaskan macam-macam jamu seperti jamu kunyit asam dan jamu beras kencur. Kemudian dilanjutkan dengan penyuluhan manfaat jamu bagi kesehatan, bahan-bahan yang dipergunakan dalam jamu dan proses pembuatan masing-masing jamu.

## 3. Olahraga

Olahraga yang dilaksanakan pada kegiatan AKRAB meliputi yoga, tenis meja, jalan sore bersama, dan bersepeda. Olahraga dilaksanakan secara berkelompok oleh semua warga kampus yang dimulai dari pukul 15.00-17.30 WIB. Kegiatan berpusat didepan rektorat kampus ISTN. Semua warga kampus berolahraga yoga dan tenis meja di gedung rektorat kampus ISTN, jalan sore dan bersepeda dilaksanakan dengan berkeliling lingkungan ISTN dengan melewati beberapa fakultas di ISTN.



**Gambar 3.** Peserta Kegiatan AKRAB

## 4. Minum Jamu

Setelah melaksanakan olahraga semua warga kampus berkumpul didepan halaman rektorat. Warga kampus meminum jamu yang telah dibuat oleh tim pengmas dan dilakukan diskusi serta tanya jawab antara tim PkM dan peserta.

## 5. Evaluasi kegiatan

Peserta kegiatan terdiri dari warga kampus ISTN yang meliputi unsur-unsur pimpinan, dosen, mahasiswa, dan karyawan. Peserta kegiatan AKRAB sebanyak 24 orang dan mewakili semua unsur warga kampus. Evaluasi dilakukan dengan kuesioner yang terdiri dari pertanyaan terkait identitas dan pertanyaan mengenai pengetahuan warga kampus tentang jamu. Pertanyaan disajikan dalam bentuk pertanyaan terbuka untuk identitas pada bagian A dan pertanyaan tertutup untuk pengetahuan jamu pada bagian B, dengan menggunakan *Google form*. Hasil kuesioner dianalisis, untuk pertanyaan identitas tidak diberi penilaian dan untuk penilaian pengetahuan jamu dengan total jawaban sama dengan 100. Pertanyaan terkait identitas dan pengetahuan jamu disajikan sebagai berikut:

- A. Identitas
1. Nama :.....
  2. Usia :.....
  3. Pendidikan terakhir :.....
- B. Pengetahuan
1. Jamu adalah...
    - a. Bahan obat alam yang telah melalui uji klinis
    - b. Bahan obat alam yang telah melalui uji pre-klinis
    - c. Bahan obat alam yang telah digunakan turun-temurun
  2. Olahan Jamu yang melambangkan peralihan menuju masa remaja adalah....
    - a. Kunyit asam
    - b. Beras kencur
    - c. Pahitan
  3. Berikut adalah rimpang yang umumnya digunakan dalam olahan jamu adalah...
    - a. Kunyit-jahe-bunga lawing
    - b. Kunyit-jahe-kencur
    - c. Kunyit-jahe-sereh
  4. Rempah yang digunakan sebagai bahan membuat olahan beras kencur adalah...
    - a. Kencur-jahe-kapulaga
    - b. Kencur-kayu manis-kapulaga
    - c. Kapulaga-kayu manis-cengkeh

**Gambar 4.** Kuesioner warga menggunakan *Google Form*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

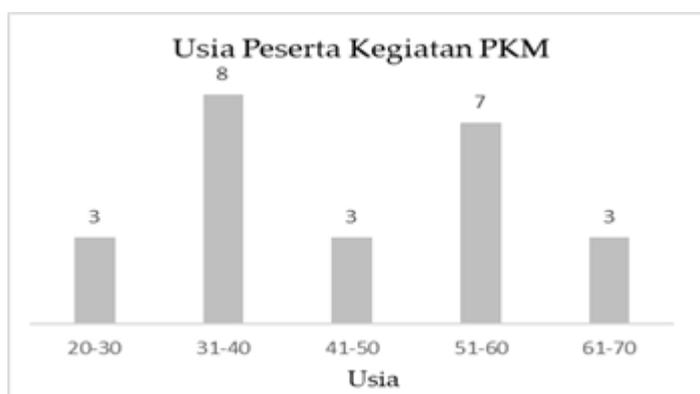
Jamu kunyit asam dan beras kencur dipilih sebagai jamu yang disampaikan kepada warga kampus ISTN dalam kegiatan AKRAB. Kedua macam jamu tersebut dipilih karena banyak dan mudah ditemukan pada penjual jamu, khususnya jamu gendong (Kusuma et al., 2023). Formula dan cara pembuatan jamu dibuat berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tim PkM ISTN. Selanjutnya jamu yang dibuat dikemas dalam botol. Pada kegiatan ini tim PkM lebih menyarankan peserta untuk membuat jamu sendiri. Jika peserta tidak repot jamu juga dapat diperoleh melalui penjual jamu gendong. Namun, dari sisi kebersihan dan higienitas botol yang menjadi perhatian adalah wadah jamu gendong dan juga gelas yang digunakan untuk minum jamu. Gelas umumnya hanya akan dibilas menggunakan air, usai digunakan oleh pembeli, untuk kemudian nantinya akan digunakan pembeli lainnya. Cara seperti ini menjadikan kekhawatiran akan penularan penyakit dari orang yang meminum sebelumnya (Maulan & Fikriah, 2020).

Hasil evaluasi berdasarkan gambaran identitas peserta pada saat sosialisasi jamu diketahui dari total 24 orang peserta, 13 orang (54,17%) berjenis kelamin perempuan dan 11 orang (45,83%) berjenis kelamin laki-laki (Gambar 5). Hal ini sejalan dengan penelitian (Pane et al., 2021) bahwa responden terbanyak saat penyuluhan penggunaan obat tradisional pada jenis kelamin perempuan sebesar 54,4% jika dibandingkan dengan responden laki-laki sebesar 45,6%.



**Gambar 5.** Jenis Kelamin Peserta

Sebaran usia dari 24 peserta pada hasil kuesioner diketahui peserta dengan usia 20-30 tahun berjumlah 3 orang (12,50%), 31-40 tahun berjumlah 8 orang (33,33%), 41-50 tahun berjumlah 3 orang (12,50%), 51-60 tahun berjumlah 7 orang (29,17%), dan 61-70 tahun berjumlah 3 orang (12,50%) (Gambar 6). Usia produktif merupakan usia yang berada pada rentangan umur 15-64 tahun. Kegiatan penyuluhan PkM banyak diikuti oleh peserta usia produktif karena usia produktif masih memiliki daya tangkap dan pola pikir yang masih terus berkembang sehingga semakin mudah untuk menggali informasi tentang obat tradisional atau jamu (Goma et al., 2021). Hal tersebut menjadi alasan banyaknya peserta yang didominasi usia produktif.



**Gambar 6.** Sebaran Usia Peserta

Dari tingkat pendidikan peserta kegiatan PkM diketahui yang berpendidikan SMA sebanyak 3 orang (12,50%), dan perguruan tinggi sebanyak 21 orang peserta (87,50%) (Gambar 7). Dari hasil penelitian (Kasaluhe et al., 2022) masyarakat dengan pendidikan menengah dan pendidikan tinggi memiliki pengetahuan yang baik tentang penggunaan obat herbal. Pengetahuan yang baik tentang obat herbal dikarenakan peserta PkM telah memahami manfaat obat herbal serta mengetahui cara meracik tanaman herbal menjadi ramuan obat.



**Gambar 7.** Tingkat Pendidikan Peserta PkM

Dari 24 orang peserta, 22 orang (91,67%) suka minum jamu dan 2 orang (8,33%) tidak suka minum jamu (Gambar 8). Dari informasi yang diperoleh peserta, 2 orang peserta tidak suka meminum jamu karena jamu dianggap kurang higienis. Pada saat ini, dengan perkembangan teknologi yang lebih modern mengemas jamu dalam berbagai bentuk seperti serbuk dan kapsul agar dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang lebih lama dan praktis. Namun dari hasil penelitian (Sih Prabandari & Sri Darwati, 2022) ternyata jamu serbuk juga dapat tercemar kapang patogen yang ditemukan seperti *Aspergillus niger* dan *Aspergillus flavus* dengan dominasi *Aspergillus niger* sebanyak 89%. Patogen tersebut dapat menyebabkan penyebab penyakit infeksi pada manusia (Kristiandia et al., 2015). Selain itu untuk mendapatkan jamu yang higienis sebaiknya peserta dapat membuat jamu sendiri untuk menjaga kesehatan.

Dari data diatas maka dilakukan pengukuran pengetahuan tentang jamu. Jika dilihat dari hasil pertanyaan kuesioner terkait dengan pengertian jamu diketahui 22 orang (91,67%) menjawab benar dan 2 orang sisanya (8,33%) menjawab salah. Jamu merupakan obat tradisional Indonesia. Obat tradisional digolongkan menjadi 3 yaitu jamu, Obat Herbal Terstandar (OHT) dan Fitofarmaka (BPOM RI, 2005). Masyarakat sering salah memahami perbedaan ketiga golongan obat tradisional tersebut, karena menganggap obat tradisional hanyalah jamu.

Untuk pertanyaan kuesioner terkait jenis jamu diketahui 11 orang peserta (45,83%) menjawab benar dan 13 orang (54,17%) menjawab salah. Jamu kunyit asam yang manis-asam merupakan simbol kehidupan baru yang terlahir. Selanjutnya jamu beras kencur melambangkan masa remaja dimana manusia mulai memiliki sikap egoisme dan baru sedikit mencicipi kehidupan yang sebenarnya (Cennywati et al., 2020). Semua jenis jamu ini dipercaya sebagai representasi dari konsep delapan arah mata angin yang menjadi lambang kerajaan Majapahit yaitu Tri Wilwatikta.

Pada pertanyaan kuesioner rimpang yang digunakan dalam olahan jamu 24 orang peserta (100%) menjawab benar. Lalu untuk pertanyaan kuesioner rempah yang digunakan dalam olahan jamu beras kencur sebanyak 4 orang (16,67%) menjawab benar dan 20 orang (83,33%) jawaban salah. Rimpang dalam ilmu botani didefinisikan sebagai tanaman yang tumbuh di bawah permukaan tanah seperti jahe, kencur, kunyit, lengkuas dan temulawak. Sedangkan rempah adalah sebagai bahan pangan juga merupakan bahan tambahan makanan yang biasa digunakan

dalam pembuatan makanan sehingga menghasilkan rasa dan aroma yang khas, selain itu rempah-rempah juga digunakan sebagai bahan penyedap (Yanti et al., 2023). Pada pertanyaan dalam kuesioner, peserta masih sulit membedakan antara rimpang dan rempah yang digunakan pada jamu kunyit asam ataupun beras kencur. Jenis rempah yang digunakan dalam pembuatan jamu beras kencur adalah kapulaga, kayu manis, cengkeh. Dimana bahan tersebut berfungsi sebagai antibakteri dan antioksidan (Ni Ketut Sunarsih, 2022).



**Gambar 8.** Kesukaan Peserta Terhadap Jamu

Dari hasil kegiatan PkM dengan peserta 24 orang warga kampus ISTN diketahui pengetahuan peserta tentang jamu rata-rata sebesar 61,96% masuk kedalam kategori Cukup. Tingkat pengetahuan masuk kedalam kategori Baik jika nilainya  $\geq 75\%$ . Tingkat pengetahuan kategori Cukup jika nilainya 56–74%. Dan tingkat pengetahuan kategori Kurang jika nilainya  $< 55\%$  (Mail et al., 2020). Pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menayakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subjek penelitian atau responden. Pada kegiatan PkM pengukuran dilakukan dengan wawancara dan angket. Pengukuran pengetahuan diketahui atau diukur dapat disesuaikan dengan tingkat pengetahuan responden yang meliputi tahu, memahami, aplikasi, analisis, sintesis, dan evaluasi (Darsini et al., 2019).



**Gambar 9.** Minum Jamu dalam Kegiatan AKRAB

## KESIMPULAN

Pada pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dalam kegiatan Aksi Rabu Bersama (AKRAB) diketahui pengetahuan warga kampus terhadap jamu rata-rata sebesar 61,96% masuk kedalam kategori Cukup. Kegiatan minum jamu merupakan salah satu kegiatan melestarikan jamu.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada seluruh civitas academica ISTN dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Institut Sains dan Teknologi Nasional (LPPM-ISTN) melalui program hibah internal penelitian dan pengabdian kepada masyarakat tahun anggaran 2024 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiyasa, M. R., & Meiyanti, M. (2021). Pemanfaatan obat tradisional di Indonesia: distribusi dan faktor demografis yang berpengaruh. *Jurnal Biomedika Dan Kesehatan*, 4(3), 130–138. <https://doi.org/10.18051/jbiomedkes.2021.v4.130-138>
- Adiyasa, M. R., & Meiyanti, M. (2021). Pemanfaatan obat tradisional di Indonesia: distribusi dan faktor demografis yang berpengaruh. *Jurnal Biomedika Dan Kesehatan*, 4(3), 130–138. <https://doi.org/10.18051/jbiomedkes.2021.v4.130-138>
- Bährle-Rapp, M. (2007). Kosmetologie. *Springer Lexikon Kosmetik Und Körperpflege*, 11(2), 305–305. [https://doi.org/10.1007/978-3-540-71095-0\\_5698](https://doi.org/10.1007/978-3-540-71095-0_5698)

- BPOM RI. (2005). Peraturan Kepala BPOM RI No HK.00.05.41.1384 tentang Kriteria Dan Tata Laksana Pendaftaran Obat Tradisional, Obat Herbal Terstandar dan Fitofarmaka. *Badan Pengawas Obat Dan Makanan*, 1–16.
- Cennywati, C., Retno, F., & Oemar, I. (2020). “the Jamu Herbs Illustration Card” Konservasi Budaya Kesehatan Masyarakat Indonesia Dengan Medium Ilustrasi Augmented Reality. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 12(2), 65–73. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v12i2.1444>
- Darsini, Fahrurrozi, & Cahyono, E. A. (2019). Pengetahuan ; Artikel Review. *Jurnal Keperawatan*, 12(1), 97.
- Goma, E. I., Sandy, A. T., & Zakaria, M. (2021). Analisis Distribusi dan Interpretasi Data Penduduk Usia Produktif Indonesia Tahun 2020. *Jurnal Georafflesia: Artikel Ilmiah Pendidikan Geografi*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.32663/georaf.v6i1.1781>
- Kasaluhe, M. D., Pramardika, D. D., Tooy, G. C., & Wuaten, G. A. (2022). Gambaran Pengetahuan Masyarakat Tentang Obat Tradisional di Wilayah Kecamatan Manganitu Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Poltekkes Kemenkes Tasikmalaya*, 2018.
- Kusuma, I. M., Hidayat, T., & Abdillah, M. F. (2023). Pendampingan Pembuatan Formula Krim Lulur Scrub Beras Putih dengan Kalkulator Jamu di Paguyuban Jamu Gendong Tresno Asih, Depok Jawa Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 41–52. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i1.4063>
- Kristandia, Y., Laihad, F. M., & Palmasari, A. (2015). Pengaruh Induksi *Aspergillus niger/brasiliensis* Strain ATCC ® 16404™ Secara Sistemik dan Pencabutan Induction Systemically And Tooth Extraction to Colony Number in Gingival Mucosa). *Agustus*, 9(2), 163–170.
- Mail, N. A., Berek, P. A. L., & Besin, V. (2020). Gambaran Tingkat Pengetahuan Remaja Tentang Kesehatan Reproduksi Di Smpn Haliwen. *Jurnal Sahabat Keperawatan*, 2(02), 1–6. <https://doi.org/10.32938/jsk.v2i02.626>
- Maulan, R., & Fikriah, V. (2020). Edukasi pengemasan dan pemasaran bagi penjual jamu gendong di Lebak Bulus, Cilandak Jakarta Selatan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–10.
- Ni Ketut Sunarsih. (2022). Kajian Kimia Wedang Uwuh. *Jurnal Yoga Dan Kesehatan*, 5(1), 1–13.
- Pane, M. H., Rahman, A. O., & Ayudia, E. I. (2021). Gambaran Penggunaan Obat Herbal pada Masyarakat Indonesia dan Interaksinya terhadap Obat Konvensional. *Journal of Medical Studies*, 1(1), 40–62.
- Pratiwi, Y., & Anggiani, F. (2020). Hubungan Edukasi terhadap Peningkatan Pengetahuan Masyarakat pada Penggunaan Antibiotik di Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus. *Cendekia Journal of Pharmacy*, 4(2), 149–155. <https://doi.org/10.31596/cjp.v4i2.108>
- Sih Prabandari, A., & Sri Darwati, M. (2022). Identifikasi Cemaran Kapang Patogen Pada Jamu Serbuk Pegal Linu Yang Beredar Di Kota Surakarta. *Avicenna: Journal of Health Research*, 5(1), 10–18. <https://doi.org/10.36419/avicenna.v5i1.588>
- Yanti, H., Advinda, A., & Tavita, G. E. (2023). Pemanfaatan Tumbuhan Rempah Dan Bumbu Tradisional Oleh Masyarakat Desa Sebuduh Kecamatan Kembayan Kabupaten Sanggau. *Jurnal Hutan Lestari*, 11(2), 432. <https://doi.org/10.26418/jhl.v11i2.61278>