

Display Inovasi Produk Holistik Dalam Penerapan Kewirausahaan Keperawatan Berbasis Bukti

***Tria Anisa Firmanti, Novita Surya Putri, Atik Pramesti Wilujeng, Ali Syahbana,
Supriyanto, Anang Satrianto, Ivan Rachmawan, Mufti Syawaludin**

*Prodi DIII Keperawatan, STIKES Banyuwangi JL. Letkol Istiqlah No. 109 Banyuwangi

*Corresponding Author e-mail: triaanisafirmanti@stikesbanyuwangi.ac.id

Received: Maret 2024; Revised: Mei 2024; Published: Juni 2024

Abstrak: Meningkatnya kebutuhan masyarakat pada produk kesehatan belum diikuti dengan peningkatan inovasi produk kesehatan, perkembangan ilmu pengetahuan tidak diimbangi dengan pemanfaatan hasil penelitian untuk dijadikan dasar dalam pembuatan produk kesehatan yang dapat dijangkau dan dibuat sendiri oleh masyarakat. Kurangnya informasi terkait manfaat bahan alami untuk pembuatan produk kesehatan belum optimal pelaksanaannya. Tujuan: pengabdian masyarakat bertujuan meningkatkan minat masyarakat pada produk kesehatan berbahan alami berdasarkan bukti ilmiah. Metode: pengabdian masyarakat ini menggunakan metode display dengan mengenalkan produk kesehatan berbasis bukti secara visual dapat dilihat dan dirasakan langsung. Hasil: Pengabdian masyarakat dikunjungi oleh 68 civitas akademika STIKES Banyuwangi, sebelum display menunjukkan minat masyarakat 26% kurang dan 74% cukup, setelah display minat masyarakat 12% cukup dan 88 % baik. Terdapat peningkatan minat masyarakat setelah dilakukan display produk inovasi holistic berbasis bukti. Pengabdian masyarakat dilaksanakan sesuai target dan dapat dgunakan sebagai acuan pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan tema yang sama dengan kerjasama BPPOM untuk menghasilkan produk kesehatan yang tersertifikasi.

Kata Kunci: display, minat konsumen

Holistic Product Innovation Display in Implementing Evidence-Based Nursing Entrepreneurship

Abstract: The increasing public need for health products has not been accompanied by an increase in health product innovation, the development of science has not been balanced with the use of research results as a basis for making health products that can be accessed and created by the public. Lack of information regarding the benefits of natural ingredients for making health products has not been implemented optimally. Objective: community service aims to increase public interest in health products made from natural ingredients based on scientific evidence. Method: This community service uses a display method by introducing evidence-based health products visually that can be seen and felt directly. Results: The community service was visited by 68 STIKES Banyuwangi academics before the display showed community interest was 26% poor and 74% sufficient, after the display community interest was 12% adequate and 88% good. There was an increase in public interest after displaying holistic, evidence-based innovation products. Community service is carried out according to targets and can be used as a reference for implementing community service with the same theme as BPPOM collaboration to produce certified health products.

Keywords: display, consumer interest

How to Cite: Firmanti, T. A., Putri, N. S., Wilujeng, A. P., Syahbana, A., Supriyanto, S., Satrianto, A., Rachmawan, I., & Syawaludin, M. (2024). Display Inovasi Produk Holistik Dalam Penerapan Kewirausahaan Keperawatan Berbasis Bukti. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 174–180. <https://doi.org/10.36312/linov.v9i2.1836>



<https://doi.org/10.36312/linov.v9i2.1836>

Copyright©2024, Firmanti et al
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat terhadap makanan berbahan dasar alami telah menjadi perhatian yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Ada

beberapa yang mendorong permintaan akan makanan berbahan dasar alami yaitu kesadaran masyarakat akan Kesehatan, minat pada pola makan berkelanjutan, keamanan pangan dan kualitas rasa (Purwaningsih, 2018). Penggunaan bahan alami dalam meningkatkan kesehatan masyarakat dinilai lebih ekonomis akan tetapi pemanfaatannya masih belum optimal terutama di Indonesia (Marliani et al., 2021). Optimalisasi pangan berbahan dasar alami juga belum banyak dilakukan masyarakat dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat (Ismono, Suyatno and Hidajati, 2018). Kebutuhan manusia yang beragam salah satunya adalah pemanfaatan produk alami dalam bentuk makanan atau bahan kesehatan lain akan diikuti dengan peningkatan kebutuhan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat (Mulyono & Aji, 2020).

Eksport Rempah – rempah Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut ditunjukkan oleh data eksport rempah- rempah Indonesia. Eksport di Indonesia mencapai 8.800 ton pada tahun 2012, sebesar 27% dari eksport ditujukan ke pasar UE (Uni – Eropa) (Mulyono et al., 2021). Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir rempah terpenting di dunia. Rata-rata rempah Indonesia menyumbang 21,06 % dari total pasar rempah dunia pada tahun 2013. Sedangkan di wilayah ASEAN, menurut data Comtrade tahun 2013, dari total nilai eksport rempah2 Indonesia ke pasar dunia sebesar 31,43 persennya dieksport ke wilayah ASEAN (Iwan hermawa, 2018). Kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia dapat dimanfaatkan dalam bentuk produk Metode display menjadi pilihan untuk lebih meningkatkan minat masyarakat pada suatu produk. Pengenalan produk dengan metode display cukup meningkatkan minat masyarakat sebesar 88%.

Rempah-rempah merupakan endemik Nusantara (Nusantara), rempah-rempah ini telah menjadi cita rasa makanan tradisional Nusantara selama berabad-abad. Rempah-rempah diolah secara tradisional seperti: direbus, digoreng, disuling, fermentasi, diekstraksi, dan dihaluskan segar dicampur dengan bahan makanan lainnya (Setiawan et al., 2022). Makanan ini disajikan untuk makanan sehari-hari seperti makanan utama, minuman, minuman panas, makanan ringan, kerupuk, dll. Saat ini, bahan sintetik modern dan kebarat-baratan dan rasa makanan dengan cepat menggantikan makanan tradisional (Kaihatu, 2018). Kebiasaan seperti itu telah menginvasi ke seluruh dunia yang terglobalisasi. Sebaliknya, banyak peneliti Indonesia yang meneliti bahwa rempah-rempah kaya akan komponen fitofarmaka sebagai jamu atau pangan fungsional. Komponen fito-farmasi dalam rempah-rempah telah diselidiki, peran potensial sebagai agen imunomodulator, antioksidan, analgesik, pencernaan, karminatif, dan antibakteri, serta tindakan perbaikan lainnya untuk beberapa efek fisiologis. Ada, Jahe Indonesia (*Zingiberaceae*), daun kelor (*Moringa oleifera*), daun sirsak (*Anona muricata*), dan Kunyit (*Curcuma sp*). Hampir semua rempah-rempah belum diteliti secara menyeluruh (Fadjar, 2020).

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap suatu produk adalah promosi melalui metode display, yaitu metode promosi dengan memanfaatkan daya tarik masyarakat secara visual dalam upaya meningkatkan keinginan masyarakat untuk melihat dan memiliki suatu produk (Mustafa, 2023). Display merupakan suatu media yang harus diatur dengan baik supaya dapat menarik minat dari konsumen untuk mendapatkan barang-barang dengan cepat, penyusunan barang-barang yang memudahkan orang melihat, mencari dan menjangkau, hal ini sangat menentukan terjadinya pembelian impulsif (Oky and Maria, 2020). Metode display dilakukan untuk mendorong perhatian masyarakat melalui daya tarik dengan melihat langsung produk yang dipromosikan (Mulyono &

Aji, 2020). Ketertarikan dan kepuasan konsumen terhadap barang tersebut maka dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, hal ini akan menjadi dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang (Indry Faery, 2019). Konsumen, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan sehingga dapat terlihat bahwa hubungan display dengan keputusan pembelian impulsif konsumen erat kaitannya, karena tanpa adanya display, maka salah satu faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen tidak akan terpenuhi (Dhameria, 2018)

Berdasarkan latarbelakang yang sudah dijabarkan diatas perlu adanya pengenalan produk-produk berbahan dasar alami berbasis bukti dengan memanfaatkan kekayaan hayati yang dimiliki Indonesia berdasarkan bukti sebagai upaya untuk meningkatkan kesehatan dan nilai jualnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode *Product Display*. Metode *Product Display* adalah pengenalan suatu produk dengan menyusun barang untuk diperlihatkan dengan tujuan menarik minat pengunjung sehingga pengunjung dapat menikmati dan membeli produk (Husain et al., 2021). Pengabdian masyarakat ini menyajikan display produk berupa makanan, minuman dan sabun dengan bahan dasar alami yang mempunyai manfaat bagi kesehatan. Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Analisis situasi kebutuhan masyarakat tentang kebutuhan produk alami yang dapat meningkatkan kesehatan masyarakat
2. Menentukan tema produk kesehatan sesuai kebutuhan masyarakat dan memiliki nilai jual
3. Identifikasi artikel tentang bahan dasar produk kesehatan untuk menentukan manfaat produk berdasarkan bukti penelitian
4. Menyusun cara pembuatan produk yang terdiri dari alat, bahan dan prosedur pembuatan produk
5. Membuat produk untuk dikonsultasikan kepada pakar sehingga layak dikonsumsi
6. Produksi makanan, minuman dan sabun sesuai perkiraan jumlah pengunjung untuk disajikan pada meja display
7. Melakukan perijinan pelaksanaan pengabdian masyarakat
8. Persiapan exbanner untuk mengenalkan manfaat produk
9. Pelaksanaan pengabdian Masyarakat.

Analisis Data

Pengabdian masyarakat ini menggunakan perhitungan sederhana tanpa metode statistik dan aplikasi SPSS dengan tahapan :

1. Memberikan kuesioner melalui google form pada masyarakat
2. Evaluasi hasil kuesioner sebelum dan sesudah pelaksanaan display
3. Penghitungan hasil kuesioner dengan rumus

Jumlah Minat

Prosentase minat : _____ X 100%
Total pengunjung

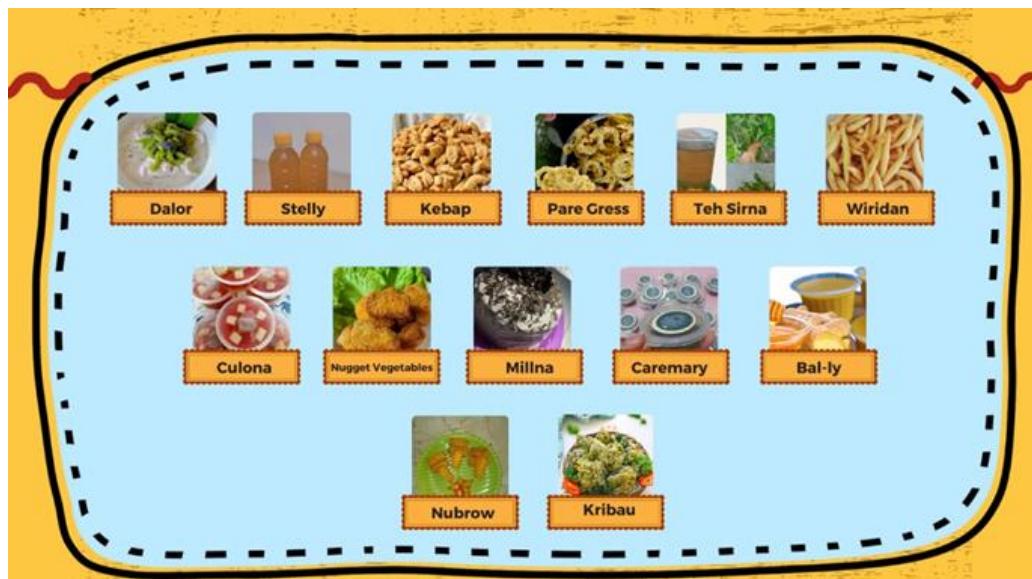
HASIL DAN DISKUSI

Pengabdian masyarakat dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Prodi DIII Keperawatan Stikes Banyuwangi dan ditujukan pada civitas akademika Stikes Banyuwangi. Pengabdian masyarakat bertempat di halaman depan Prodi DIII Keperawatan Stikes Banyuwangi. Display produk yang ditampilkan adalah berupa produk makanan, minuman dan sabun herbal dengan nama-nama yang menarik perhatian pengunjung yaitu, Dalor, Stelly, Kebab, Pare Gress, Teh Sirna, Wiridan, Coluna, Nugget Vegetables, Milna, Caremary, Bal-ly, Nubrow dan Kribau.



Gambar 1. Display Produk Kesehatan

Dalor adalah produk minuman dalam bentuk es dawet dengan bahan dasar daun kelor yang bermanfaat untuk meningkatkan gizi masyarakat. Stelly adalah produk minuman jelly sedot dengan bahan dasar temu lawak yang bermanfaat meningkatkan nafsu makan. Kebab adalah produk makanan dalam bentuk camilan dengan bahan dasar bawang merah yang bermanfaat menurunkan tekanan darah. Pare Gress produk makanan dalam bentuk camilan dengan bahan dasar pare yang bermanfaat sebagai anti inflamasi, antipiretik, dan anti tumor. Teh sirna adalah produk minuman herbal dengan bahan dasar sirih cina dalam bentuk pouch teh yang bermanfaat sebagai anti jerawat. Wiridan adalah produk makanan dalam bentuk camilan yang berbahan dasar daun sirsak yang bermanfaat sebagai anti kanker. Coluna adalah produk makanan dalam bentuk pudding dengan bahan dasar melon dan semangka yang bermanfaat menurunkan tekanan darah. Nuget vegetables adalah produk makanan yang bisa dijadikan camilan maupun pendamping makanan pokok dengan bahan dasar tempe dan bayam yang mengandung nutrisi sebagai makanan alternatif bagi anak stunting. Milna adalah makanan dalam bentuk cake kekinian dapat sebagai makanan sehat orang dengan hipertensi. Caremary adalah produk sabun herbal yang bermanfaat untuk melembutkan kulit dan mencegah kulit kering. Bal-ly adalah makanan dalam bentuk jelly herbal yang berbahan dasar jahe dengan manfaat untuk meningkatkan daya tahan tubuh. Nubrow adalah makanan dalam bentuk nuget dengan bahan dasar wortel dan brokoli yang bermanfaat untuk kesehatan mata. Kribau adalah makanan dalam bentuk camilan dengan bahan dasar bayam yang bermanfaat untuk meningkatkan hemoglobin pada penderita anemia.



Gambar 2. Jenis Produk Berbasis Bukti

Pengabdian masyarakat ini menyajikan produk yang dibuat berdasarkan bukti penelitian terbaru maksimal 5 tahun terakhir. Pengabdian masyarakat ini berhasil menarik minat konsumen untuk melihat serta merasakan produk inovasi dengan jumlah 68 pengunjung dari sivitas akademika STIKES Banyuwangi baik dari mahasiswa dan karyawan. Pengabdian masyarakat ini juga bekerja sama dengan Komunitas Ekoenzim dan Perduli Sampah Banyuwangi serta Komunitas Osing Pink yang merupakan komunitas kanker di Banyuwangi. Komunitas – komunitas tersebut ikut serta dalam memperkenalkan produk yang mempunyai manfaat bagi kesehatan dan ramah lingkungan.

Perhatian serta minat yang tinggi konsumen pada sivitas akademika Stikes Banyuwangi memberikan dampak positif terhadap keputusan konsumen akan produk inovasi berbasis bukti setelah melihat dan merasakan langsung. Kendala yang dihadapi adalah masih perlu ijin produksi dan uji dari BPOM sebelum kembali membuat produk inovasi karena produk yang *display* masih berdasarkan bukti penelitian bahan dasar produk dan belum diuji kembali apakah memang layak untuk diperbanyak dan dipasarkan untuk dinikmati konsumen.

Table 1. Minat Konsumen Sivitas Akademika STIKES Banyuwangi pada Produk Inovasi Berbasis Bukti

No.	Minat	Sebelum		Sesudah	
		n	%	n	%
1.	Baik	0	0	60	88
2.	Cukup	50	74	8	12
3.	Kurang	18	26	0	0
	Total	68	100	68	100

Sumber : Data Primer 2023

Tabel 1 Menunjukkan bahwa minat konsumen Sivitas Akademika STIKES Banyuwangi pada produk inovasi berbasis bukti meningkat setelah diberikan *display* dalam bentuk *exbanner* dan produk tester makanan, minuman dan sabun herbal. Sebelum *display* minat konsumen sebagian besar cukup 74% sejumlah 50

konsumen, dan setelah *display* minat konsumen sebagian besar baik 88% sejumlah 60 konsumen.

Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu barang berawal dari keinginan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sesuai persepsi yang telah dibangun tentang suatu barang atau jasa berdasarkan kebutuhan dan harapan konsumen, persepsi itu muncul ketika konsumen telah melihat dan merasakan suatu produk salah satunya dengan metode *display* (Husain et al., 2021). *Display* merupakan suatu bentuk strategi pengenalan produk untuk meningkatkan minat pembeli dalam bentuk gambar, foto dan tampilan visual langsung sehingga konsumen dapat melihat, mempelajari, dan merasakan produk sebelum memutuskan untuk membeli (Mulyono & Aji, 2020). Pengenalan barang dalam bentuk visual dengan tujuan agar konsumen dapat melihat sekaligus merasakan produk langsung dapat meningkatkan perhatian dan motivasi konsumen untuk mencoba serta memutuskan untuk membeli (Mustafa, 2023). Perhatian konsumen pada suatu produk juga dapat dipengaruhi oleh nilai suatu produk salah satunya adalah inovasi produk yang dinilai sebagai hal baru dan tidak biasa berdasarkan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam bentuk barang, makanan maupun jasa sehingga meningkatkan daya saing dan menarik minat konsumen untuk membeli (Asmoro & Indrarini, 2021).

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat pada Civitas Akademika STIKES Banyuwangi memenuhi target tujuan pengabmas yaitu dapat meningkatkan minat masyarakat pada produk inovasi kesehatan berbasis bukti. Metode *display* dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat produk kesehatan efektif untuk meningkatkan minat masyarakat pada produk kesehatan. *Display* produk juga memberikan dampak positif pada pengetahuan masyarakat tentang kandungan dan pemanfaatan bahan alam dalam bentuk makanan, minuman maupun produk kesehatan lain dengan pengolahan yang mudah dan harga yang cukup ekonomis serta dapat bernilai jual karena dapat diterima oleh semua kalangan dari anak-anak sampai dewasa dan lansia.

REKOMENDASI

Pengabdian masyarakat ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat produk kesehatan sesuai kebutuhan masyarakat dan berdasarkan bukti serta dengan metode *display* dalam upaya meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat pada produk kesehatan. Pengabdian masyarakat selanjutnya yang mengusung tema produk kesehatan dapat langsung bekerjasama dengan BPPOM untuk meningkatkan kualitas produk yang tersertifikasi. Pemanfaatan hasil alam dalam bentuk produk holistik dapat digunakan sebagai terapi nonfarmakologis yang dapat direkomendasikan untuk mengurangi keluhan dan merupakan bentuk aplikasi dari intervensi keperawatan pada aspek terapeutik.

ACKNOWLEDGMENT

Ucapan terima kasih kepada Tim Pengampu Mata Kuliah Kewirausahaan dan Mahasiswa Prodi DIII Keperawatan STIKES Banyuwangi, Komunitas Osing Pink dan Komunitas Ekoenzim Banyuwangi, serta Civitas Akademika STIKES Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). Hubungan Inovasi Produk Makanan Terhadap Minat Beli Masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>

Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>

Mulyono, M. A., & Aji, S. (2020). Pengaruh Display dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Zoya Kosmetik Gresik. *JEK-(Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif)*, 5(2), 63–71. <https://journal.stienugresik.ac.id/index.php/jek/article/view/28/20>

Mustafa, T. F. (2023). ANALISIS DISPLAY PRODUK. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 8(1), 50–55. <https://jurnal.stisipbp.ac.id/index.php/ADBIS/article/view/163/112>

Oky, D. and Maria, M. (2020) 'Pengaruh Display Produk Dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif Pada Minimarket Rafa Mart Padang', eJournal Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Unmul, 4(2016), pp. 683–697. Available at: [http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana \(08-12-16-06-09-21\).pdf](http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/08/Jurnal Nur Maya Sari Rahmadana (08-12-16-06-09-21).pdf).

Purwaningsih, Y. (2018) 'ketahanan pangan: Situations, Problems, Policies and Community Empowerment', *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), pp. 1–27.

Setiawan, M. et al. (2022) 'Tumbuhan Rempah dan Masakan Tradisional di Kelurahan Nanggewer Mekar, Cibinong, Kabupaten Bogor', *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 23(3), pp. 337–353. doi:10.14203/jmb.v23i3.1434.