



## Diseminasi Prototype Produk Berbasis Bahan Alam di Taman Sangkareang Kota Mataram Tahun 2025

Dita Prihartini<sup>1,a</sup>, Adriyan Suhada<sup>2,a\*</sup>, Khairul Pahmi Rahmawati<sup>3,a</sup>, Sri Idawati<sup>4,b</sup>, Ajeng Dian Pertiwi<sup>5,c</sup>, Ari Kurniawati<sup>6,a</sup>, Wulan Ratia Ratulangi<sup>7,c</sup>, Rosnalia Widyan<sup>8,c</sup>, Evi Fatmi Utami<sup>9,c</sup>, En Purmafitriah<sup>10,c</sup>, Hardani<sup>11,c</sup>, Isna Rahmawanti<sup>12,d</sup>, Dwi Marselina Pertila<sup>13,d</sup>, Muhammad Nawawi<sup>14,e</sup>

<sup>a</sup>Program Studi Sains Biomedis, Fakultas Ilmu Kesehatan, Sains, dan Teknologi, Universitas Bima Internasional MFH

<sup>b</sup>Program Studi Pendidikan IPA, Fakultas Ilmu Sosial Pendidikan dan Humaniora, Universitas Bima Internasional MFH

<sup>c</sup>Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan Sains dan Teknologi, Universitas Bima Internasional MFH

<sup>d</sup>Program Studi PGSD, Fakultas Ilmu Sosial Pendidikan dan Humaniora, Universitas Bima Internasional MFH

<sup>e</sup>Program Studi Biologi, Fakultas Ilmu Kesehatan Sains dan Teknologi, Universitas Bima Internasional MFH

Jalan Batu Ringgit, Tanjung Karang, Kecamatan Sekarbel, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat

\*Corresponding Author e-mail: [adriyansuhada2016@gmail.com](mailto:adriyansuhada2016@gmail.com)

Received: December 2025; Revised: December 2025; Published: December 2025

**Abstrak:** Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkenalkan produk berbasis bahan alam lokal, yang dikembangkan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Farmasi dan Sains Biomedis Universitas Bima Internasional MFH kepada masyarakat Kota Mataram. Produk yang disosialisasikan meliputi Mbojo Herbs, Teh Pataha Ati, Chocoginger, SariMorrie, dan King Annona Tea yang terbuat dari bahan alami seperti jahe, kunyit, sereh, dan kayu manis. Kegiatan diseminasi ini dilaksanakan di Taman Sangkareang, Kota Mataram, dengan pembagian sampel gratis, sosialisasi produk melalui brosur dan banner, serta pengumpulan data melalui kuesioner. Sebanyak 100 responden berpartisipasi dalam survei ini. Hasil survei menunjukkan bahwa 52% responden mengonsumsi produk berbasis herbal sebanyak 1-2 kali sebulan. 63% responden menilai kualitas produk yang disosialisasikan sebagai "baik". Aroma produk herbal dianggap cukup ringan dan menyegarkan oleh 45% peserta. Selain itu, 41% responden merasakan langsung manfaat kesehatan seperti perasaan hangat. Namun, 38% responden merasa bahwa informasi yang diberikan perlu penjelasan lebih lanjut. Selain itu, 63% responden menunjukkan ketertarikan pada kemasan praktis seperti kemasan sachet. Temuan ini menunjukkan bahwa produk berbasis herbal ini diterima dengan baik oleh masyarakat, namun perlu adanya perbaikan pada rasa dan kemasan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan produk di pasar.

**Kata Kunci:** Diseminasi, minuman herbal, sosialisasi produk, bahan alam lokal

## *Dissemination of a Natural Ingredient Based Product Prototype at Sangkareang Park, Mataram City, in 2025*

**Abstract:** This community service aims to introduce products based on local natural ingredients, developed by lecturers and students of the Pharmacy and Biomedical Sciences Study Program at University of Bima International MFH to the people of Mataram City. The products socialized include Mbojo Herbs, Teh Pataha Ati, Chocoginger, SariMorrie, and King Annona Tea made from natural ingredients such as ginger, turmeric, lemongrass, and cinnamon. This dissemination activity was carried out at Sangkareang Park, Mataram City, with free sample distribution, product socialization through brochures and banners, and data collection through questionnaires. A total of 100 respondents participated in this survey. The survey results show that 52% of respondents consume herbal-based products 1–2 times a month. 63% of respondents rated the quality of the socialized products as "good." The aroma of the herbal products was considered fairly light and refreshing by 45% of participants. In addition, 41% of respondents felt direct health benefits such as a feeling of warmth. However, 38% of respondents felt that the information provided needed further explanation. In addition, 63% of respondents showed interest in practical packaging such as sachet packaging. These findings indicate that these herbal-based products are well received by the community, but improvements in taste and packaging are needed to increase the products' attractiveness and sustainability in the market.

**Keywords:** Dissemination, herbal drinks, product promotion, local natural resources

**How to Cite:** Prihartini, D., Suhada, A., Rahmawati, K. P., Idawati, S., Pertiwi, A. D., Kurniawati, A., Ratulangi, W. R., Widyan, R., Utami, E. F., Purmafithriah, E., Hardani, H., Rahmawanti, I., Pertila, D. M., & Nawawi, M. (2025). Diseminasi Prototype Produk Berbasis Bahan Alam di Taman Sangkareang Kota Mataram Tahun 2025. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(4), 1702-1709. <https://doi.org/10.36312/q3j2tq11>



<https://doi.org/10.36312/q3j2tq11>

Copyright© 2025, Prihartini et al

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



## PENDAHULUAN

Kota Mataram, ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat, memiliki kekayaan keanekaragaman hayati yang melimpah, sehingga memberikan peluang besar untuk pengembangan produk berbasis bahan alam, khususnya yang memanfaatkan tumbuhan lokal. Tumbuhan seperti jahe, kunyit, sereh, kayu manis, dan daun kelor menawarkan manfaat yang beragam, baik dari segi kesehatan maupun nilai ekonomi. Keanekaragaman tumbuhan lokal ini dapat diaplikasikan dalam berbagai sektor, seperti: balsam yang dihasilkan dari minyak sereh (Julianty, et al., 2025), kosmetika (Akmal dan Saputra, 2024), dan hand sanitizer alami dari daun sirih dan jeruk nipis (Nefianthi, et al., 2021). Namun, meskipun memiliki potensi besar, tingkat pemahaman masyarakat mengenai pemanfaatan bahan alam ini masih tergolong rendah. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Amin et al., (2022) menunjukkan bahwa setelah dilakukan penyuluhan menggunakan leaflet dan contoh produk, pengetahuan masyarakat meningkat secara signifikan dengan nilai rata-rata pre-test meningkat dari 29,3 menjadi 76,6 pada post-test. Ini menunjukkan bahwa edukasi yang tepat dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap produk berbahan alam lokal.

Meskipun produk berbahan dasar alam telah banyak dikembangkan di berbagai daerah, tantangan terbesar yang dihadapi adalah rendahnya tingkat penerimaan dari generasi muda terhadap produk herbal, yang sering dianggap kuno dan tidak relevan (Virdaus et al., 2024). Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan pendekatan yang lebih inovatif dalam memperkenalkan produk berbasis bahan alam lokal melalui diseminasi yang tepat. Salah satu upaya tersebut adalah melalui pengenalan produk minuman herbal berbasis bahan alam yang dikembangkan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Farmasi dan Sains Biomedis Universitas Bima Internasional MFH. Produk ini menggabungkan bahan alam seperti jahe, kunyit, teh, kayu manis, sereh, dan coklat, yang diolah dan dikemas menjadi minuman siap saji. Tujuan dari pengembangan produk ini adalah untuk memberikan manfaat kesehatan bagi konsumen sekaligus menciptakan nilai ekonomi bagi masyarakat setempat (Pudji Widjajati et al., 2023).

Sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat, diseminasi prototype produk herbal ini dilakukan di Taman Sangkareang, salah satu lokasi publik strategis di Kota Mataram. Diseminasi ini memiliki urgensi yang sangat penting karena selain memperkenalkan produk baru berbasis bahan alam, kegiatan ini juga menjadi solusi atas rendahnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan potensi bahan alam lokal. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner pada kegiatan diseminasi, masyarakat menunjukkan tanggapan positif terhadap produk yang disosialisasikan. Sebagian besar masyarakat mengakui manfaat besar dari bahan alam lokal yang digunakan dalam produk ini. Oleh karena itu, diseminasi prototype produk berbasis bahan alam di Taman Sangkareang diharapkan dapat memperkenalkan secara luas

manfaat kesehatan dari bahan alam lokal serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pemanfaatan sumber daya alam yang ada di NTB secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Program ini juga membuka peluang untuk membangun jaringan kerja sama antara berbagai pihak, termasuk universitas, pemerintah daerah, dan masyarakat setempat. Ke depan, produk berbasis bahan alam lokal ini diharapkan dapat diproduksi secara massal dan lebih luas disebarluaskan, tidak hanya di Kota Mataram, tetapi juga di luar daerah NTB. Dengan demikian, program diseminasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan dalam pengembangan ekonomi lokal serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat, sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang melibatkan pemanfaatan sumber daya alam secara bijak.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan metode:

### Jumlah Responden dan Kriteria Partisipan

Sebanyak 100 responden berpartisipasi dalam kegiatan diseminasi ini. Kriteria partisipan adalah masyarakat Kota Mataram yang berusia antara 18 hingga 60 tahun, dengan kriteria inklusi mencakup individu yang bersedia mengikuti kegiatan diseminasi dan mengisi kuesioner yang disediakan. Partisipan tidak dibatasi pada tingkat pengetahuan atau pengalaman sebelumnya terkait produk berbasis bahan alam.

### Pembagian Produk Gratis.

Masyarakat yang datang akan diberikan sampel produk secara gratis untuk dicoba. Produk yang dibagikan meliputi prototype produk berbasis bahan alam yang telah dikembangkan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Farmasi dan Sains Biomedis, seperti Teh Pataha Ati, Chocoginger, Mbojo Herbs, SariMorrie, dan King Annona Tea. Pembagian sampel gratis bertujuan memberikan kesempatan langsung bagi masyarakat untuk merasakan produk dan mengetahui manfaat serta kualitas produk tersebut. Selain itu, ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung, agar mereka dapat lebih mudah mengidentifikasi keunggulan produk berbasis alam.

### Sosialisasi Produk serta Manfaatnya

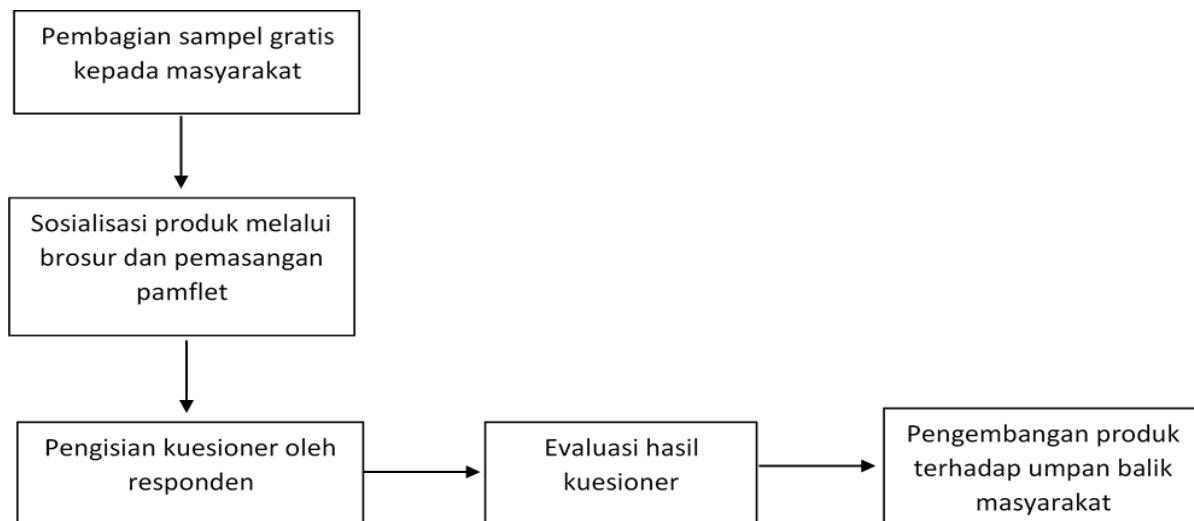
Sosialisasi produk dilakukan dengan memberikan selebaran brosur dan pemasangan pamflet pada booth yang telah disediakan di Taman Sangkareang. Informasi yang diberikan pada brosur berupa deskripsi produk, komposisi bahan alam yang digunakan, serta manfaat dari produk tersebut yang bisa diperoleh dari bahan alam yang digunakan dalam pembuatan produk. Pemasangan banner berisi informasi singkat mengenai produk dan bahan alam yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat yang lewat.

### Pembagian dan Pengisian Kuesioner

Setelah menerima sampel produk, responden diminta untuk mengisi kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang mengukur aspek-aspek seperti, a) Pengetahuan: Mengukur sejauh mana responden memahami bahan alam yang digunakan dalam produk, seperti jahe, kunyit, sereh, kayu manis, dan coklat; b) Preferensi: Mengidentifikasi minat dan preferensi responden terhadap rasa, aroma, kemasan, dan penyajian produk berbahan alam; dan c) Penerimaan: Mengukur tingkat penerimaan masyarakat terhadap produk herbal berbasis bahan alam, serta minat mereka untuk membeli produk di masa depan.

Kuesioner ini terdiri dari 10 pertanyaan yang bertujuan menggali informasi terkait pengetahuan responden tentang manfaat kesehatan dari bahan alam, serta

tingkat kepuasan mereka terhadap rasa dan kemasan produk. Hasil dari kuesioner akan digunakan untuk mengevaluasi penerimaan masyarakat terhadap produk berbasis bahan alam dan memberikan masukan untuk pengembangan produk lebih lanjut.



## HASIL DAN DISKUSI

### Hasil

Tabel berikut menyajikan ringkasan hasil dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden pada kegiatan diseminasi produk berbasis bahan alam di Taman Sangkareang, Kota Mataram. Penyajian hasil ini menekankan pada variabel pengukuran utama yang berhubungan dengan pengetahuan, preferensi, dan penerimaan masyarakat terhadap produk herbal yang disosialisasikan.

**Tabel 1.** Hasil kuesioner 100 responden pada kegiatan diseminasi produk berbasis bahan alam di Taman Sangkareang, Kota Mataram.

Aspek yang Diukur	Temuan Utama	Persentase (%)	Deskripsi
Frekuensi Konsumsi Produk Herbal	Mengonsumsi produk berbasis herbal 1-2 kali sebulan	52%	Masyarakat cukup familiar dengan produk herbal, namun konsumsi masih terbatas pada frekuensi rendah. Ini menunjukkan adanya potensi untuk meningkatkan kebiasaan konsumsi secara rutin.
Penilaian Kualitas Produk	Menilai kualitas produk sebagai "Baik"	63%	Mayoritas responden menilai produk memiliki kualitas yang baik, yang mencerminkan penerimaan positif terhadap produk seperti Mbojo Herbs, Teh Pataha Ati, dan Chocoginger.
Aroma Produk Herbal	Aroma produk dianggap cukup ringan dan menyegarkan	45%	Banyak responden yang menganggap aroma produk sesuai dengan preferensi mereka. Ini menunjukkan bahwa aroma menjadi faktor penting dalam penerimaan produk.
Manfaat Kesehatan yang Dirasakan	Merasakan manfaat kesehatan seperti perasaan hangat	41%	Sebagian responden merasakan manfaat langsung dari produk, seperti rasa hangat. Hal ini menunjukkan efek positif, meskipun masih ada yang merasakan manfaat sedikit.
Kejelasan	Menganggap informasi	38%	Meskipun informasi yang diberikan sudah

Informasi yang Diberikan	jelas, namun membutuhkan penjelasan lebih lanjut		cukup jelas, sebagian responden merasa informasi tambahan tentang dosis, cara penyajian, atau manfaat spesifik masih diperlukan.
Familiaritas dengan Bahan Alam	Familiar dengan bahan alam seperti jahe, kunyit, sereh, dan kayu manis	42%	Sebagian besar responden sudah familiar dengan bahan alam tersebut, meskipun beberapa bahan seperti daun kelor dan kayu manis masih kurang dikenal oleh sebagian masyarakat.
Preferensi Kemasan	Ketertarikan terhadap kemasan praktis seperti sachet	63%	Mayoritas responden menyukai kemasan sachet, yang dianggap lebih praktis dan mudah digunakan. Pengembangan kemasan yang efisien ini penting untuk meningkatkan daya tarik produk.
Penyesuaian Rasa	Menganggap rasa Mbojo Herbs "cukup pas, tetapi bisa sedikit lebih ringan"	48%	Sebagian besar responden merasa rasa produk sudah sesuai, namun ada saran untuk membuat rasa lebih ringan agar lebih diterima oleh berbagai kalangan konsumen.
Ketertarikan untuk Membeli Produk	Tertarik untuk membeli produk di masa depan setelah mencicipi	60%	Sebagian besar responden menunjukkan ketertarikan untuk membeli produk di masa depan setelah mencicipi, menandakan adanya potensi pasar yang besar untuk produk ini.
Saran untuk Meningkatkan Produk	Penyesuaian rasa dan kemasan, serta informasi lebih jelas	-	Banyak responden memberikan saran untuk penyesuaian rasa dan kemasan agar produk lebih menarik dan praktis digunakan.

Gambar berikut merupakan produk-produk berbasis bahan alam yang diperkenalkan dalam acara diseminasi, termasuk Teh Pataha Ati, Chocoginger, Mbojo Herbs, SariMorrie, dan King Annona Tea.



**Gambar 2.** Produk Berbasis Bahan Alam

Pada tahap pembagian brosur dan produk gratis, masyarakat diberikan kesempatan untuk mencoba produk berbasis bahan alam yang telah dikembangkan. Setiap pengunjung yang datang ke acara ini menerima sampel produk secara cuma-cuma, seperti teh pataha ati, chocoginger, Mbojo Herbs, SariMorrie, dan King Annona Tea. Brosur yang disertakan memberikan informasi mendalam mengenai komposisi bahan alam yang digunakan, manfaat kesehatan yang dapat diperoleh dari masing-masing bahan, serta cara konsumsi yang disarankan.



**Gambar 3.** Pembagian Brosur dan Produk Gratis

### Pembahasan

Kegiatan diseminasi produk berbasis bahan alam yang dilakukan di Taman Sangkareang, Kota Mataram, berhasil memperkenalkan produk-produk yang menggunakan bahan alam lokal, seperti Teh Pataha Ati, Chocoginger, Mbojo Herbs, SariMorrie, dan King Annona Tea. Produk-produk ini, yang sebagian besar menggunakan jahe sebagai bahan utama, sangat dihargai oleh masyarakat, yang menilai kualitas produk sebagai baik dan merasakan manfaat kesehatan seperti perasaan hangat. Temuan ini konsisten dengan hasil dari Agustina *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa jahe, dengan kandungan senyawa aktif seperti antioksidan, anti-inflamasi, dan antibakteri, dapat meningkatkan daya tahan tubuh. Namun, meskipun respons masyarakat cukup baik, masih ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal penyesuaian rasa dan kemasan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan produk di pasar.

### Frekuensi Konsumsi dan Preferensi Produk

Sebanyak 52% responden mengaku mengonsumsi produk berbasis bahan alam, seperti jahe, kunyit, dan sereh, 1-2 kali sebulan. Meskipun masyarakat sudah cukup familiar dengan produk herbal, konsumsi rutin produk herbal belum sepenuhnya menjadi kebiasaan sehari-hari. Hal ini juga tercermin dalam penelitian yang dilakukan oleh Amin *et al.*, (2022), yang menemukan bahwa meskipun masyarakat mulai mengenal produk berbahan alam, kebiasaan mengonsumsinya secara teratur belum menjadi praktik umum. Kegiatan diseminasi ini memberikan peluang untuk mendorong pola konsumsi yang lebih rutin dan teredukasi tentang manfaat kesehatan yang bisa diperoleh dari produk berbasis bahan alam. Oleh karena itu, edukasi lebih lanjut tentang manfaat jangka panjang dari konsumsi produk herbal secara rutin akan sangat diperlukan untuk meningkatkan kebiasaan ini.

### Penilaian Kualitas dan Aroma Produk

Sebanyak 63% responden menilai kualitas produk sebagai "baik", yang mencerminkan penerimaan positif terhadap produk seperti Mbojo Herbs, Teh Pataha Ati, dan Chocoginger. Ini menunjukkan bahwa produk berbahan alam memiliki potensi untuk diterima di pasar lokal. Sebagai perbandingan, penelitian oleh Virdaus *et al.*, (2024) pada kegiatan serupa di Jempong Timur, Kecamatan Sekarbel, Kota

Mataram, juga menunjukkan bahwa produk herbal yang disosialisasikan diterima dengan baik oleh masyarakat, dengan penekanan pada kualitas dan khasiat bahan alami yang digunakan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananda *et al.*, (2024), masyarakat yang berpartisipasi dalam kegiatan menunjukkan antusiasme yang tinggi karena masyarakat dibagikan langsung produk minuman serai agar masyarakat merasakan langsung manfaatnya. Hal ini memperkuat bahwa kualitas adalah faktor utama dalam keberhasilan produk berbasis bahan alam di pasar.

### **Manfaat Kesehatan dan Kejelasan Informasi**

Sebanyak 41% responden merasakan manfaat kesehatan dari produk herbal yang mereka coba, seperti perasaan hangat dan kenyamanan pencernaan. Hasil ini menunjukkan bahwa produk ini tidak hanya diterima dari segi rasa dan aroma, tetapi juga memberikan efek kesehatan yang dirasakan oleh sebagian besar konsumen. Namun, 38% responden merasa bahwa informasi yang diberikan tentang manfaat produk perlu penjelasan lebih lanjut. Sebagai solusi, program ini dapat mengadopsi pendekatan yang lebih transparan dalam memberikan informasi, seperti menyertakan data uji klinis atau studi terkait manfaat bahan alam dalam produk, sebagaimana yang dilakukan oleh Julianty *et al.* (2025) dalam sosialisasi balsam berbahan minyak sereh.

### **Kemasan dan Preferensi Pasar**

Sebanyak 63% responden menyukai kemasan sachet sebagai pilihan yang lebih praktis. Temuan ini konsisten dengan tren pasar yang cenderung lebih menyukai kemasan praktis, terutama untuk produk konsumen yang digunakan sehari-hari. Akmal dan Saputra (2024) juga menemukan bahwa kemasan praktis sangat penting dalam meningkatkan daya tarik produk kosmetik berbahan alam. Oleh karena itu, pengembangan kemasan yang efisien dan mudah digunakan sangat penting untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya tarik produk di pasar. Penyempurnaan kemasan ini akan berkontribusi pada keberhasilan produk di pasar modern yang lebih dinamis.

### **Penyesuaian Rasa dan Masukan untuk Peningkatan**

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 48% responden merasa rasa Mbojo Herbs sudah cukup pas, tetapi bisa sedikit lebih ringan. Penyesuaian rasa akan menjadi kunci penting untuk meningkatkan daya tarik produk, terutama jika ditujukan kepada konsumen yang lebih muda atau mereka yang tidak terbiasa dengan rasa herbal yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun produk sudah diterima, ada kebutuhan untuk memperbaiki formulasi rasa agar lebih sesuai dengan selera pasar yang lebih luas. Ridawati dan Alsihendra (2019) dalam penelitian mereka tentang minuman serbuk kunyit asam juga menunjukkan bahwa penyesuaian rasa dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperluas pasar.

### **Potensi Ekonomi Lokal dan Keberlanjutan Produk**

Kegiatan diseminasi ini tidak hanya memperkenalkan produk, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal. Produk berbasis bahan alam memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah yang kaya akan sumber daya alam seperti Kota Mataram. Dengan memanfaatkan bahan alam lokal, program ini mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis sumber daya alam yang berkelanjutan. Selain itu, keberlanjutan produk ini sangat bergantung pada penggunaan bahan alam yang dapat diperbarui dan

diproduksi secara ramah lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk melibatkan komunitas lokal dalam produksi dan pemasaran produk ini untuk memastikan bahwa produk tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan dan social.

## KESIMPULAN

Kegiatan diseminasi produk herbal berbasis bahan alam di Kota Mataram menunjukkan penerimaan yang positif dari masyarakat, dengan banyak responden menyatakan ketertarikan untuk membeli produk di masa depan. Meskipun demikian, masih ada beberapa area yang perlu diperbaiki, terutama terkait dengan rasa, kemasan, dan penyampaian informasi. Dengan perbaikan yang tepat, terutama dalam hal penyesuaian rasa dan kemasan yang lebih praktis, produk ini memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar lokal dan berkontribusi pada perekonomian berbasis sumber daya alam yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., Sarwili, I., Masyaroh, S., Solehudin, S., Purnamasari, R., & Rijaludin, C. (2022). Pemanfaatan Tanaman Herbal Jahe Menjadi Minuman Jahe untuk Meningkatkan Imunitas Tubuh di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8-11. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna>
- Akmal, Yuliandry & Saputra, Indra. (2024). Pemanfaatan Bahan Alam dalam Kosmetika Tradisional dan Keamanannya. *Jurnal Tata Rias*. Vol. 14 No. 02 November 2024. P-ISSN 2303-2391.
- Amin, R. S., Aurum, F. N., Sabilla, A. F., Putri, A. J., & Wahyuni, A. S. (2022). Peningkatan pemahaman masyarakat dalam pemanfaatan bahan alam untuk meningkatkan kualitas kesehatan. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 276–280. <https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/swarna>
- Julianty, Siti M; Siahaan Desy N; Fujiko Mufliah; Sofia Vivi. (2025). Edukasi Pemanfaatan Tanaman Alami dalam Pembuatan Sediaan Balsem Kelurahan Empus Langkat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*. Vol. 4 No.1 Edisi Januari 2025 – Juni 2025.
- Nefianthi, Rezky; Adawiyah, Rabiatul; Lestari, N Citrawati; Kamilawati, Isna; Lagiono; Agustina, Maryam. (2021). Sosialisasi Dan Pelatihan Pembuatan Hand Sanitizer Secara Alami Dari Daun Sirih & Jeruk Nipis Bagi Masyarakat Sei. Awang Rt. 27 Kelurahan Surgi Mufti Banjarmasin. Bakti Banua: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 2 No. 2.
- Pudji Widjajati, E., Cattleya P. A. Islami, M., dan Pratiwi, A. L. (2023). Pengolahan Minuman Herbal Panjare Untuk Menambah Pendapatan Warga Desa Kembangbelor. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 780–785. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.153>
- Ridawati, & Alsihendra. (2019). Pelatihan Pembuatan Minuman Serbuk Kunyit Asam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume 1(1).
- Virdaus, N., Warasari, T., Najmi, L., Rizki, A. S., Dani, H. B., & Rahman, F. A. (2024). Pemanfaatan tanaman herbal sebagai obat tradisional untuk kesehatan masyarakat di Jempong Timur, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. *Aksi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.71024/aksi.2024.v1i1.7>