

PENGEMBANGAN KREATIFITAS DAN PELATIHAN WIRAUSAHA TOKO ONLINE HERBAL DAN KOMPLEMENTER (TOLEBALTER) DI PRODI KEPERAWATAN PURWOKERTO DAN KELURAHAN MERSI

^{1*)} Dina Indrati Dyah Sulistyowati, ²⁾ Mardiyono, ³⁾ Subandiyo
(^{1,2,3}) Jurusan Keperawatan Poltekkes Kemenkes Semarang

E-mail: dinaindrati@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital saat ini, penggunaan toko online menjadi salah satu strategi bisnis yang efektif. Dengan potensi besar penggunaan herbal dalam masyarakat, pengembangan toko online herbal dan komplementer dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Hampir semua mahasiswa memiliki gawai dan setiap hari memanfaatkan baik sebagai media hiburan, pengetahuan maupun belanja online. Mahasiswa keperawatan banyak menghasilkan produk atau inovasi terkait kesehatan hasil penelitian yang banyak diminati dan dibutuhkan masyarakat. Toko online herbal dan komplementer merupakan peluang usaha yang dapat meningkatkan ekonomi dan kreatifitas penggunaan gawai yang menghasilkan. Melalui toko online tersebut mahasiswa dapat memasarkan hasil inovasi penelitian yang terkait produk untuk kesehatan masyarakat. Tujuan: Untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa keperawatan sebelum lulus kuliah sehingga mereka mempunyai jiwa kewirausahaan untuk memberikan layanan kesehatan melalui penjualan produk hasil penelitian yang bermanfaat bagi kesehatan masyarakat dengan membuka toko online. Metode dan Solusi: Memberikan pelatihan cara membuka toko online herbal dan komplementer serta cara mengembangkan. Pelatihan diberikan kepada mahasiswa keperawatan agar dapat dijadikan salah satu solusi untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan bagi mereka. Pelatihan diberikan baik secara teori maupun praktek. dibawah pendampingan narasumber dan pelatih yang telah berpengalaman. Selain itu juga pelatihan kepada mahasiswa dan masyarakat Mersi cara pengolahan produk herbal dan pengemasan yang kekinian. Target Luaran: Adapun luaran yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian skim PPK ini adalah publikasi pada jurnal nasional terakreditasi, video kegiatan pengabdian, dan modul pelatihan toko online herbal komplementer (Tolebalter), publikasi koran. Luaran tambahan berupa HKI modul pelatihan.

Kata kunci: Kewirausahaan, pelatihan, tolebalter, mahasiswa, keperawatan.

ABSTRACT

In today's digital age, the use of online stores has become an effective business strategy. With the huge potential for herbal use in society, the development of online herbal and complementary stores can be a promising business opportunity. Almost all students have mobile devices and use them every day for entertainment, knowledge, and online shopping. Nursing students produce many health-related products or innovations from their research that are in high demand and needed by the community. Herbal and complementary online stores are business opportunities that can boost the economy and creativity in the use of mobile devices. Through these online stores, students can market the results of their research innovations related to products for public health. Objective: To increase the knowledge and skills of nursing students before they graduate so that they have an entrepreneurial spirit to provide health services through the sale of research products that are beneficial to public health by opening online stores. Methods and Solutions: Providing training on how to open an online herbal and complementary medicine store and how to develop it. The training is given to nursing students so that it can be used as a solution to foster an entrepreneurial spirit in them. The training is given both theoretically and practically under the guidance of experienced resource persons and trainers. In addition, training is also provided to students and the Mersi community on how to process herbal products and modern packaging. Target Outputs: The outputs generated from this PPK community service activity are publications in accredited national journals, videos of community service activities, and training modules on herbal and complementary online stores (Tolebalter), as well as newspaper publications. Additional outputs include intellectual property rights for training modules.

Keywords: Entrepreneurship, training, tolebalter, students, nursing.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, penggunaan toko online menjadi salah satu strategi bisnis yang efektif. Dengan potensi besar penggunaan herbal dalam masyarakat, pengembangan toko online herbal dan komplementer dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan. Herbal dan komplementer merupakan salah satu kompetensi yang dikembangkan oleh mahasiswa keperawatan. Salah satu kewenangan perawat salah satunya dengan memberikan dan mengembangkan terapi komplementer dan herbal, dengan memanfaatkan sumber alam sekitar. Hasil-hasil penelitian tentang herbal dan komplementer dapat dikembangkan sebagai peluang usaha. Di pasaran telah banyak di jual produk-produk herbal baik secara offline maupun online. Juga telah ada toko online herbal, namun produk yang dijual masih kebanyakan produk dalam bentuk serbuk, kapsul dan minuman. Masyarakat saat ini banyak belanja melalui toko online, dan tidak dapat dipungkiri masyarakat kadang masih bingung untuk menentukan produk yang dijual asli atau palsu atau kandungan produk tersebut apa saja, juga kasiatnya. Hal tersebut merupakan peluang usaha bagi mahasiswa keperawatan yang telah memiliki kompetensi dan produk inovasi hasil penelitian tentang kesehatan.¹

Poltekkes Kemenkes dalam melaksanakan kegiatan dapat memberikan kontribusi dalam penguatan perekonomian yang ditunjukkan oleh keunggulan produk yang dihasilkan oleh tenaga terampil pendidikan tinggi. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat mendukung terlaksananya penegakan 6 pilar Transformasi Kesehatan meliputi Transformasi layanan primer, Sistem rujukan kesehatan, Sistem ketahanan nasional, Sistem Pembiayaan, SDM Kesehatan & Teknologi Kesehatan. Selain itu, Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini juga harus menunjang ketercapaian visi dan misi Poltekkes Kemenkes sehingga menjadi Perguruan Tinggi Unggul.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat kewirausahaan ini meliputi: Melakukan rekrutmen peserta PPK, mengacu kepada luaran program yaitu minimal 5 (lima) wirausaha baru mandiri/tahun. Langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan mengidentifikasi dan menyeleksi peserta mahasiswa tingkat III dengan kuesioner minat dan kemampuan. Kegiatan awal diberikan informasi tentang membuat dan mengembangkan Toko Online Herbal Dan Komplementer (Tolenbalter) melalui pelatihan selama 1 hari. Hasil Pengabdian dilakukan pada bulan Juli di Mersi, dihadiri oleh masyarakat sekitar 30 masyarakat dan 10 mahasiswa prodi D III Purwokerto Metode pengabdian masyarakat ini adalah dengan memberikan pelatihan kewirausahaan, magang pada industri mitra, pola pembimbingan, pengawasan terhadap tenant, teknik pembiayaan usaha tenant, pola pemberian bantuan teknologi dan metode penyelesaian masalah

HASIL

Hasil pengabdian yang diselenggarakan kurang lebih selama 1 bulan. Pelatihan selama 2 hari dilanjutkan pelaksanaan dan evaluasi serta pendampingan. Kegiatan awal diberikan informasi tentang membuat dan mengembangkan Toko Online Herbal Dan Komplementer (Tolenbalter) melalui pelatihan selama 1 hari

Hasil Pengabdian dilakukan pada bulan Juli di Mersi, dihadiri oleh masyarakat sekitar 30 masyarakat dan 10 mahasiswa prodi D III Purwokerto.

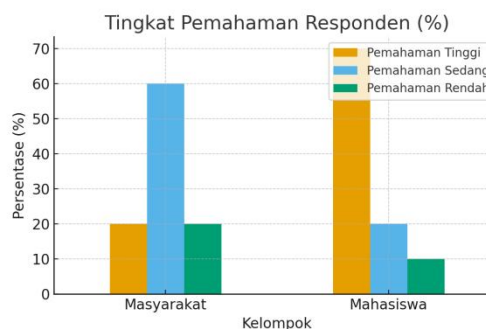


Diagram 1. Tingkat Pemahaman dan Pengetahuan

Hasil pengkajian terhadap 40 responden (30 masyarakat dan 10 mahasiswa) menunjukkan adanya perbedaan tingkat

pemahaman dan pengetahuan mengenai produk herbal serta peluang wirausaha berbasis toko online komplementer (Tolebalter). Pada kelompok masyarakat, sebagian besar berada pada kategori pemahaman sedang (60%) dengan pengetahuan sedang (50%). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah mengenal manfaat umum tanaman herbal, tetapi masih terbatas pada praktik tradisional dan belum banyak yang memahami aspek ilmiah maupun potensi bisnisnya. Dengan demikian, kelompok masyarakat lebih berperan sebagai calon konsumen dalam pengembangan Tolebalter.



Gambar 1: kegiatan pengabdian pemeriksaan tekanan darah dan tes darah dan pelatihan manfaat herbal dan cara memsarkan melalui toko online PEMBAHASAN

Pengembangan toko online herbal merupakan langkah strategis dalam menjawab tantangan sekaligus peluang di era digital. Perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa berbelanja secara daring memberikan ruang luas bagi produk herbal untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah. Toko online tidak hanya berfungsi sebagai media penjualan, tetapi juga sebagai sarana edukasi, promosi, dan pembentukan brand image yang kuat bagi konsumen.

Langkah awal yang penting dalam mengembangkan toko online herbal adalah memastikan kualitas dan legalitas produk. Produk herbal yang dipasarkan harus terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) atau memiliki izin edar sesuai kategori jamu, obat herbal terstandar, maupun fitofarmaka. Legalitas

ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen, sekaligus melindungi penjual dari masalah hukum di kemudian hari. Selain itu, sertifikasi halal dan label ramah lingkungan dapat menjadi nilai tambah dalam memenangkan hati konsumen yang semakin peduli pada kesehatan dan keberlanjutan.

Strategi berikutnya adalah membangun platform digital yang user-friendly dan menarik. Tampilan toko online harus sederhana, mudah diakses, dan menyediakan informasi lengkap mengenai produk, mulai dari komposisi, manfaat, cara penggunaan, hingga testimoni pelanggan. Foto produk yang jelas serta deskripsi naratif yang meyakinkan akan meningkatkan daya tarik pembeli. Pemanfaatan marketplace besar seperti Shopee, Tokopedia, atau Lazada dapat menjadi titik awal, sementara toko online mandiri melalui website resmi akan memperkuat identitas merek dalam jangka panjang.

Pemasaran digital juga memegang peran vital dalam mengembangkan toko online herbal. Strategi seperti Search Engine Optimization (SEO), pemasaran media sosial, dan kampanye iklan berbayar akan membantu toko online menjangkau audiens yang lebih luas. Konten edukatif berupa artikel kesehatan, video singkat tentang cara mengolah atau mengonsumsi herbal, hingga webinar dapat memperkuat kepercayaan konsumen. Kolaborasi dengan influencer kesehatan, praktisi herbal, atau komunitas wellness juga terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan. Selain promosi, strategi pengembangan toko online herbal juga harus memperhatikan manajemen logistik dan layanan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita simpulkan bahwa digital marketing dan branding merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan dalam memasarkan produk herbal. Digital marketing memberi ruang luas untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih cepat, efisien, dan interaktif, sementara branding menjadi fondasi untuk membangun identitas, kepercayaan, serta loyalitas pelanggan.

Strategi yang tepat—mulai dari riset pasar, membangun brand yang kuat, membuat konten edukatif, memanfaatkan channel digital, hingga mendukungnya dengan iklan berbayar—produk

herbal tidak hanya dikenal, tetapi juga dipercaya sebagai bagian dari gaya hidup sehat masyarakat.

Akhirnya, keberhasilan sebuah produk herbal di era digital bukan hanya diukur dari seberapa banyak penjualan, tetapi juga dari seberapa kuat nilai dan cerita produk itu melekat di hati konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha herbal perlu terus konsisten mengembangkan strategi digital marketing dan branding agar mampu bersaing, berkembang, dan memberi manfaat nyata bagi kesehatan masyarakat.

Melalui pemahaman konsep dasar, strategi bisnis, manajemen operasional, hingga digital marketing, diharapkan pembaca dapat mengimplementasikan TOLEBALTER dalam kehidupan nyata. Harapannya, TOLEBALTER bukan hanya menjadi sarana ekonomi, tetapi juga kontribusi nyata dalam mendukung kesehatan masyarakat. Dengan semangat kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi, usaha herbal Indonesia dapat bersaing di tingkat global.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel “Inovasi Jamu Modern Angkat Budaya dan

Potensi Herbal Indonesia”. 2025.

BPOM. (2024). *Dorong Kemandirian Farmasi Nasional: Kawal Percepatan Hilirisasi Penelitian Bahan Alam Menuju Fitofarmaka*.

BPOM. (2024). *Sosialisasi Regulasi Terbaru untuk Suplemen Kesehatan dan Kosmetik*

DID Sulistyowati. (2022). Healing Acupressure Lr-3 On Blood Pressure And Anxiety Levels In Pregnant Women With Hypertension. *Eduvest Journal of Universal Studies*, 2(7), 397–405.

Dina Indrati Dyah Sulistyowati, Mardiyono (2024) Preventive Effect Nanoparticles Moringa Oleifera of Supplementation During Pregnancy Care on Preeclampsia and Anxiety: Study Serotonin Levels. *International Journal of Social Health -Vol 2 (7) July 2023* -(398-403).

Dina Indrati Dyah Sulistyowati, Supriadi Supriadi, Mardiyono Mardiyono, Wagiyono Wagiyono (2023). Aplikasi Hasil Penelitian Pelatihan Dan Penerapan Akupresur Untuk Mengurangi Risiko Komplikasi Hipertensi Dan Kecemasan Pada Ibu Hamil Di Wilayah Puskesmas Srandol. *Jurnal*

Salingka Abdimas Volume 3 No. 2 (261-264)

E., Nurhidayah, I., & Handayani, S. (2021). "Persepsi Wanita Menopause tentang Gejala dan Penanganannya di Kota Yogyakarta". *Jurnal Kesehatan Reproduksi*, 12(1), 45-53.

Silva, F. C. B. Da, Brito, R. S. De, Carvalho, J. B. L. De, & Lopes, T. R. G. (2016). Usin acupressure to minimize discomforts during pregnancy. *Rev Gaúcha Enfermdo Rio Grande Do Norte*, 37(2).

Soltani, N., Mokhber, N., Esmaily, H., & Abedian, Z. (2015). Depression and anxiety in pregnancy and postpartum in women with mild and severe preeclampsia. *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research*, 20(4), 454.

Sulistyowati, D. I. D., Soejoenoes, A. ., Hadisaputro, S. ., Sujianto, U. ., & Mardiyono, M. (2023). Efektifitas Ekstrak Nano Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) terhadap Penurunan Tingkat Kecemasan dan Tekanan Darah pada Ibu Hamil dengan Hipertensi. *Jurnal Keperawatan*, 15(1), 339–348.

<https://doi.org/10.32583/keperawatan.v15i1.593>

Hadi, S. (2022). *Wirausaha Herbal dan Kesehatan Komplementer*. Yogyakarta: Andi.

Tiran, D. (2006). Complementary therapies in pregnancy: midwives' and obstetricians' appreciation of risk. *Complementary Therapies in Clinical Practice*, 12(1), 1-

Katadata Insight Center. (2024). *Laporan E-commerce Indonesia*.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2024). *Pedoman Pengembangan UMKM Digital*.

Kominfo RI. (2024). *Transformasi Digital UMKM di Indonesia*.