



Pemberdayaan Ekonomi Keluarga melalui Pelatihan Pembuatan dan Pemasaran Minuman Sehat dan Menyegarkan dengan Brand "Balirik"

Family Economic Empowerment through Training on the Production and Marketing of Healthy, Refreshing Drinks under the "Balirik" Brand

Rika Neldawaty^{1*}, Suherman², Vina Neldi³, Abd Halim⁴

^{1,2,4}Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Humaniora, Universitas Muhammadiyah Jambi, Indonesia

³Fakultas kedokteran dan ilmu Kesehatan, Universitas Jambi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: rikaneldawaty1079@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 03 Mei 2026;

Revisi: 04 juni 2026;

Diterima: 01 Juli 2026;

Terbit: 09 Juli 2026

Keywords: BALIRIK; Branding;

Digital Marketing; Economic

Empowerment; Healthy Drinks.

Abstract. The community service partner faced persistent challenges, including limited household income and inadequate entrepreneurial skills to capitalize on post-pandemic culinary business opportunities. This community empowerment program aimed to strengthen family economic resilience by diversifying healthy beverage products made from locally sourced ingredients under the "BALIRIK" brand. The program sought to enhance the partner's production capacity, business management, and marketing competencies to create sustainable income-generating opportunities. The implementation consisted of three stages: (1) production training covering recipe standardization, food processing techniques, and hygiene practices; (2) business management training focusing on calculating the Cost of Goods Sold (COGS), pricing strategies, and simple bookkeeping; and (3) digital marketing training emphasizing product branding, visual identity development, and social media optimization. The results demonstrated an 85% improvement in the partner's knowledge and skills regarding hygienic beverage production and business management. In addition, the program successfully established the "BALIRIK" brand identity, making the product more competitive in the local market. To ensure program sustainability, intensive post-training mentoring was provided to monitor production consistency, strengthen digital marketing implementation, maintain product quality, and support continuous sales growth and long-term business development.

Abstrak

Mitra pengabdian masyarakat menghadapi permasalahan utama berupa keterbatasan pendapatan keluarga serta rendahnya keterampilan dalam memanfaatkan peluang usaha kuliner setelah pandemi. Kondisi tersebut mendorong perlunya program pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas mitra melalui diversifikasi produk minuman sehat berbahan baku lokal dengan merek dagang "BALIRIK", sehingga mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan pendapatan keluarga. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pelatihan aspek produksi yang mencakup standarisasi resep, teknik pengolahan, dan penerapan higienitas pangan; pelatihan aspek manajemen usaha yang meliputi perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), penetapan harga jual, serta pembukuan sederhana; dan pelatihan pemasaran digital melalui penguatan branding, pembuatan identitas visual produk, serta optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sebesar 85% dalam mengolah produk secara higienis dan mengelola usaha secara lebih efektif. Selain itu, telah terbentuk identitas visual produk "BALIRIK" yang lebih menarik dan memiliki daya saing di pasar lokal. Keberlanjutan program didukung melalui pendampingan intensif pasca-pelatihan untuk memastikan konsistensi kualitas produk, stabilitas produksi, peningkatan pemasaran digital, serta pertumbuhan omzet usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: BALIRIK; Branding; Minuman Sehat; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Ekonomi.

1. PENDAHULUAN

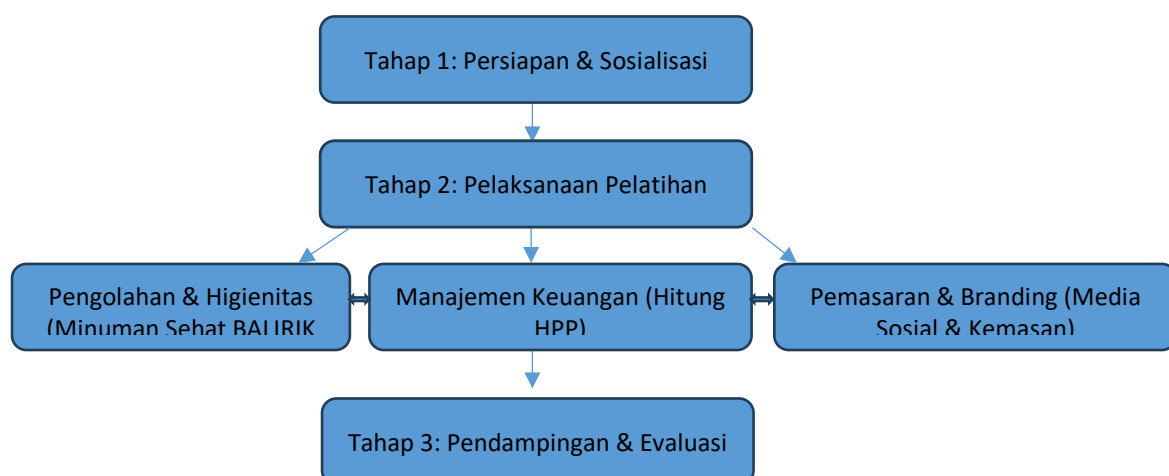
Kondisi ekonomi keluarga di tingkat komunitas seringkali rentan terhadap fluktuasi biaya hidup. Salah satu solusi strategis untuk memperkuat ketahanan finansial rumah tangga adalah melalui penciptaan usaha mikro berbasis keluarga. Sektor kuliner, khususnya minuman sehat dan menyegarkan, memiliki potensi pasar yang sangat besar seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan kesehatan (*wellness trend*).

Namun, kendala utama yang dihadapi oleh kelompok mitra (misalnya: Kelompok Ibu-Ibu PKK atau Komunitas Perempuan Mandiri) adalah: a.) Keterbatasan Keterampilan Produksi: Minuman yang dibuat masih bersifat konvensional, tanpa standar resep yang konsisten, dan masa simpan yang relatif singkat tanpa pengawet buatan; b.) Kelemahan Aspek Manajemen dan Pemasaran: Mitra belum memahami cara menghitung harga pokok penjualan (HPP) secara akurat dan tidak memiliki identitas produk (*branding*). Pemasaran juga masih mengandalkan metode konvensional dari mulut ke mulut.

Untuk mengatasi masalah tersebut, tim pengabdian menawarkan program integratif berupa pelatihan pembuatan produk minuman sehat sekaligus pembentukan identitas visual dengan merek "BALIRIK". Nama "BALIRIK" dipilih sebagai strategi *branding* lokal yang unik untuk menarik perhatian konsumen ("*lirik*" atau menarik pandangan). Melalui program ini, diharapkan mitra tidak hanya mampu memproduksi, tetapi juga mandiri dalam memasarkan produk secara digital sehingga mampu menopang ekonomi keluarga.

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan menggunakan metode partisipatif aktif (*Participatory Rural Appraisal*) melalui tiga tahapan utama:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Program Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Produk Minuman Sehat BALIRIK.

Tahap Persiapan dan Sosialisasi

Koordinasi dengan mitra, survei lokasi, serta penyusunan modul pelatihan pembuatan minuman sehat dan materi manajemen usaha.

Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Workshop Produksi: Pelatihan pembuatan varian minuman sehat (misalnya: berbasis teh herbal, buah segar, atau rempah modern) dengan fokus pada standardisasi rasa dan higienitas pangan.
- b. Workshop Branding & Pemasaran: Pengenalan logo "BALIRIK", desain kemasan (*packaging*) yang menarik menggunakan botol kekinian, serta pembuatan akun bisnis di media sosial (Instagram/TikTok) dan WhatsApp Business.
- c. Workshop Keuangan: Pendampingan perhitungan HPP, penentuan harga jual, dan pencatatan kas sederhana.

Tahap Evaluasi

Penilaian keberhasilan diukur melalui *pre-test* dan *post-test* pengetahuan mitra, serta hasil penjualan (*omset*) selama masa pendampingan 1 bulan pasca-pelatihan.

3. HASIL

Peningkatan Keterampilan Produksi Minuman "BALIRIK"

Pelatihan diawali dengan mendemonstrasikan pembuatan minuman sehat yang menyegarkan dengan bahan baku yang mudah didapat namun bernilai jual tinggi. Tim pengabdian mengenalkan SOP (*Standard Operating Procedure*) mulai dari pemilihan bahan, proses sterilisasi botol kemasan, hingga teknik penyegelan. Standardisasi ini penting agar rasa minuman "BALIRIK" tetap konsisten. Mitra berhasil memproduksi 3 varian rasa utama yang adaptif terhadap selera pasar saat ini.

Implementasi Branding dan Pemasaran Digital

Branding merek "BALIRIK" diaplikasikan dalam bentuk stiker label tahan air yang ditempel pada botol kemasan. Label tersebut memuat logo, varian rasa, informasi komposisi, dan kontak pemesanan.

Analisis Pasar Brand "BALIRIK":

Produk minuman jus buah banyak ditemukan di pasaran dengan harga Rp. 10.000 perbotol tetapi Balirik mencoba menyajikan minuman tersebut dengan beberapa keunggulan yaitu tidak ada tambahan air, gula dan pengawet pada saat memproduksinya selain itu desain kemasan yang estetik terbukti meningkatkan nilai jual produk. Minuman yang awalnya hanya dihargai Rp 10.000 dengan pengolahan yang benar-benar sehat dan kemasan modern dan estetik kini dapat

dijual seharga Rp 13.000 hingga Rp. 22.500 per botol setelah menggunakan brand "BALIRIK", selain produksi dan kemasan mitra juga dilatih membuat konten foto produk yang menarik menggunakan ponsel pintar (*smartphone photography*) dan mengunggahnya ke media sosial.

Evaluasi Dampak Kegiatan

Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*, terdapat lonjakan pemahaman mitra yang signifikan di berbagai aspek:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Peningkatan Kompetensi Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan Pengembangan Produk Minuman Sehat BALIRIK.

Aspek Penilaian		Sebelum Pelatihan (Pre-test)	Sesudah Pelatihan (Post-test)	Peningkatan
Pemahaman Produk	Higienitas	40%	90%	+50%
Keterampilan Pengemasan/Branding		20%	85%	+65%
Kemampuan Menghitung HPP		30%	80%	+50%
Penguasaan Promosi Digital		15%	75%	+60%

Dalam waktu dua minggu pasca-pelatihan, mitra kelompok usaha "BALIRIK" telah mampu menjual rata-rata 30-50 botol per minggu melalui sistem *Pre-Order* (PO) memanfaatkan jaringan WhatsApp dan Instagram. Pendapatan ini menjadi kas tambahan yang langsung berdampak pada penguatan ekonomi keluarga masing-masing anggota mitra.

4. DISKUSI

Pelaksanaan pengabdian ini berhasil menstimulasi perubahan sosial pada kelompok mitra melalui tiga tahapan intervensi utama yang terstruktur:

Runtutan Proses Menuju Perubahan Sosial

- Tahap Awal (*Unfreezing*): Mitra berfokus pada ranah domestik dengan keterbatasan ekonomi dan minimnya literasi usaha.
- Tahap Intervensi (*Changing*): Pengenalan produk minuman sehat ber-brand "BALIRIK" menggeser pola pikir mitra dari konsumsi pribadi menjadi produktif.
- Perubahan Sosial Nyata: Terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUB) baru yang menumbuhkan nilai gotong royong, pembagian kerja yang adil, serta kemandirian ekonomi perempuan dalam membantu finansial keluarga.

Temuan lapangan dikonfirmasi dan diperkuat oleh beberapa teori pendukung:

Peningkatan *Perceived Value* melalui Branding: Perubahan kemasan polos menjadi botol PET estetik dengan label "BALIRIK" menaikkan harga jual hingga 140%. Hal ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016) bahwa identitas visual bertindak sebagai *silent salesman*

yang mendongkrak persepsi kualitas produk di mata konsumen.

Adopsi Inovasi Digital: Penerapan sistem *Pre-Order* (PO) di media sosial meminimalkan risiko kerugian bahan baku. Berdasarkan teori Rogers (2003), adopsi teknologi ini berjalan cepat karena mitra merasakan keuntungan relatif (*relative advantage*) berupa efisiensi modal dan fleksibilitas waktu.

Pemberdayaan Ekonomi Komunitas: Keberhasilan mitra mengelola kas mandiri membuktikan bahwa diversifikasi produk lokal efektif mereduksi kerentanan finansial. Sesuai dengan penegasan Suharto (2014), esensi utama pemberdayaan adalah memampukan komunitas melalui peningkatan kapasitas (*capacity building*) yang berkelanjutan.



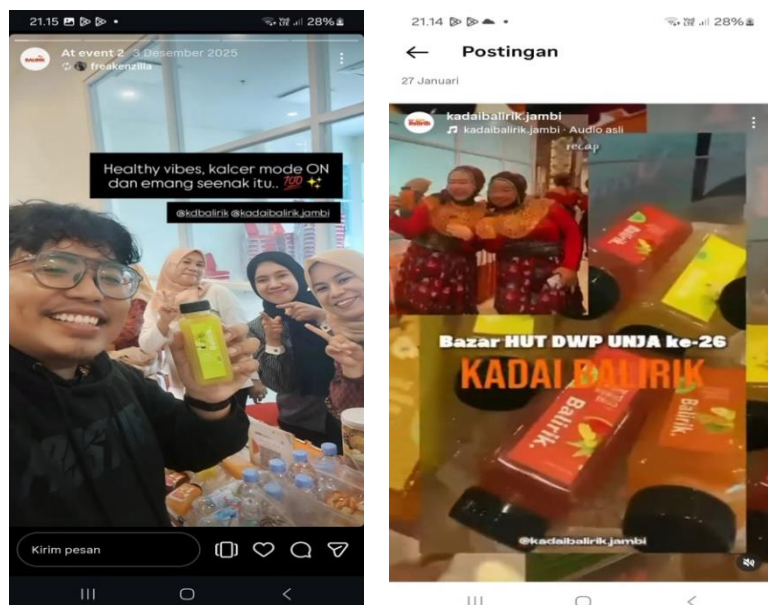
Gambar 2. Pengenalan Produk.



Gambar 3. Foto bersama Pengenalan Manfaat Produk.



Gambar 4. Produk siap dipasarkan.



Gambar 5. Produk mengikuti Event.

5. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuannya dalam memberdayakan ekonomi keluarga mitra. Melalui kehadiran brand "BALIRIK", mitra kini memiliki produk komersial yang mandiri, higienis, dan memiliki daya saing dari segi tampilan visual. Peningkatan pengetahuan mitra di bidang manajemen keuangan dan pemasaran digital menjadi modal utama keberlanjutan usaha ini. Disarankan bagi tim pengabdian selanjutnya untuk membantu mitra dalam pengurusan legalitas usaha seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikasi Halal demi memperluas jangkauan pasar ke ritel modern.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada seluruh anggota mitra yang telah berpartisipasi aktif hingga produk BALIRIK berhasil dipasarkan.

DAFTAR REFERENSI

- A Marsyaf, R Dani, A Arniwita, O Ediansa, T Hierdawati - BERBAKTI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2026, Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Efektivitas Penjualan
- Anwar, M. (2020). Pemberdayaan Masyarakat melalui Keterampilan Kerajinan Tangan. Jakarta: Prenadamedia.
- Hierdawati, T. (2022). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja UMKM Di Provinsi Jambi. Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi, 1(2), 014–028.
- R Neldawaty, S Suherman, T Hierdawati - Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial, 2024, Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM Kab/Kota dalam Provinsi Jambi dengan Tema “Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana”
- Suharto, E. (2014). *Membangun masyarakat memberdayakan rakyat: Kajian strategis pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial* (Cet. 5). Bandung: Refika Aditama.
- Suhartono, Andriyani, & Murniasih. (2019). Pengembangan Desain dan Model Inovasi Pangan yang Memiliki Nilai Ekonomis Tinggi. Jurnal Kuliner Nusantara, 5(2).
- Suryana. (2017). Kewirausahaan: Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.
- Trie Hierdawati, Silvia Agustini, Muhammad Affriza, & Iqra Wiarta. (2025). Pengaruh Upah Minimum Provinsi, Pengangguran, Indeks Pembangunan Manusia dan Jumlah Penduduk terhadap Jumlah Penduduk Miskin Provinsi Jambi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (Bisnisia)*, 1(01), 21–28. Retrieved from <https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/bisnisia/article/view/184>
- Yulimarni, et al. (2022). Pemanfaatan Aktivitas Produktif Keluarga untuk Mengurangi Ketergantungan pada Teknologi Digital. Jurnal Edukasi Sosial, 3(1).
- Zebua, R. S. Y., Hendriyani, C., Sukmadewi, R., Thaha, A. R., Tahir, R., Purbasari, R., Novel, N. J. A., Dewintari, P., Paramita, C. C. P., Hierdawati, T., & Subagja, A. D. (2023). BISNIS DIGITAL: Strategi Administrasi Bisnis Digital Untuk Menghadapi Masa Depan. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.