



## Pemanfaatan Rempah Tradisional dalam Teh Celup Khairuntea untuk Mendukung Kesehatan Masyarakat

### ***Utilization of Traditional Spices in Khairuntea Tea Bags to Support Community Health***

**Gunawan<sup>1\*</sup>, Abdul Syukur Lumbessy<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian Universitas Khairun

<sup>2</sup>Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Khairun

Email : [gunawan@unkhair.ac.id](mailto:gunawan@unkhair.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan rempah yang melimpah dan telah digunakan secara turun-temurun sebagai bumbu dapur maupun obat tradisional. Namun, pemanfaatan rempah dalam bentuk konvensional mulai ditinggalkan karena dianggap kurang praktis. Oleh karena itu, inovasi pengolahan rempah menjadi teh celup Khairuntea diharapkan dapat menjadi solusi yang mendukung gaya hidup sehat sekaligus meningkatkan nilai ekonomi masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang manfaat rempah sebagai minuman fungsional, melatih masyarakat dalam produksi teh celup yang higienis dan standar, serta memperkuat daya saing produk melalui inovasi kemasan, branding, dan pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat Kelurahan Gambesi, Kota Ternate, selama empat bulan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat sebesar 70% terkait manfaat bioaktif rempah, keterampilan produksi meningkat dengan lebih dari 80% peserta mampu menghasilkan teh celup berkualitas, serta terjadi peningkatan penjualan produk rata-rata 25–30% melalui media sosial dan marketplace. Inovasi kemasan memperkuat identitas lokal produk, sementara keterlibatan petani sebagai pemasok bahan baku memberi dampak ekonomi nyata bagi masyarakat. Dengan demikian, pengembangan Khairuntea terbukti berkontribusi ganda dalam mendukung kesehatan dan peningkatan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** branding, kesehatan, pemasaran digital, rempah tradisional, teh celup

#### **ABSTRACT**

*Indonesia is known for its abundant diversity of spices that have been traditionally used as culinary ingredients and herbal medicine. However, the conventional use of spices is increasingly being abandoned due to its lack of practicality. Therefore, the innovation of processing spices into Khairuntea tea bags is expected to provide a solution that promotes a healthy lifestyle while improving the local economy. This community service activity aimed to educate the community on the health benefits of spices as functional beverages, train participants in producing hygienic and standardized tea bags, and enhance product competitiveness through packaging, branding, and digital marketing. The participatory method was applied by engaging the Gambesi Village community in Ternate City over four months. The results revealed a 70% improvement in community knowledge of bioactive compounds in spices, over 80% of participants acquired the skills to produce quality tea bags, and product sales increased by an average of 25–30% through social media and marketplace platforms. Packaging innovation strengthened the local identity of the product, while involving farmers as suppliers created tangible economic impacts. Thus, the development of Khairuntea provides dual benefits by supporting public health and strengthening the local economy.*

**Keywords:** branding, digital marketing, health, spice tea, traditional spices



## PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan kekayaan rempah terbesar di dunia. Rempah seperti jahe (*Zingiber officinale*), kunyit (*Curcuma longa*), kayu manis (*Cinnamomum burmannii*), kapulaga (*Amomum cardamomum*), serai (*Cymbopogon citratus*), dan secang (*Caesalpinia sappan*) telah lama dimanfaatkan sebagai bumbu dapur maupun obat tradisional. Pengetahuan turun-temurun ini menunjukkan bahwa rempah bukan sekadar komoditas, tetapi juga bagian dari budaya kesehatan masyarakat Nusantara. Berbagai penelitian modern juga membuktikan kandungan bioaktif rempah, seperti flavonoid, polifenol, dan minyak atsiri, yang berfungsi sebagai antioksidan, antiinflamasi, dan imunomodulator (Zubaidah, 2016; Gunawan *et al.*, 2021). Perubahan gaya hidup masyarakat dalam satu dekade terakhir mendorong peningkatan konsumsi pangan fungsional, termasuk minuman herbal. Teh celup berbasis rempah kini dipandang sebagai inovasi yang lebih praktis dan higienis dibandingkan jamu tradisional. Dengan kemasan modern, produk ini lebih mudah diterima konsumen muda sekaligus tetap mempertahankan khasiat kesehatan yang melekat pada rempah (Karunia & Yasmin, 2021).

Produk Khairuntea hadir sebagai salah satu inovasi teh celup rempah yang memadukan cita rasa khas dengan manfaat kesehatan. Pengembangan produk ini tidak hanya bertujuan menyediakan minuman fungsional, tetapi juga menjadi upaya pelestarian pengetahuan lokal sekaligus pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui pengolahan rempah menjadi teh celup, nilai tambah produk meningkat sehingga menguntungkan petani maupun UMKM lokal (Mega, 2022). Meski demikian, terdapat tantangan dalam pengembangan teh celup rempah. Pertama, literasi masyarakat tentang manfaat rempah masih terbatas, sehingga konsumsi produk herbal belum menjadi kebiasaan utama. Kedua, aspek kemasan dan branding produk lokal sering kali kurang menarik sehingga kalah bersaing dengan produk impor. Ketiga, strategi pemasaran digital masih minim, padahal pemanfaatan media sosial dan *e-commerce* sangat penting untuk memperluas pasar (Alfraita & Nuraini, 2024; Santoso *et al.*, 2023).

Momentum pandemi Covid-19 semakin memperkuat kesadaran masyarakat akan manfaat produk herbal untuk meningkatkan imunitas. Tren ini membuka peluang besar bagi pengembangan produk seperti Khairuntea. Dengan formulasi tepat, kemasan modern, serta strategi pemasaran digital, teh celup rempah dapat berkembang sebagai produk unggulan daerah yang mendukung kesehatan masyarakat sekaligus meningkatkan perekonomian berbasis potensi lokal.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi potensi rempah tradisional lokal yang dapat diformulasikan menjadi minuman herbal dalam bentuk teh celup, meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai khasiat rempah sebagai minuman fungsional, mengembangkan produk teh celup Khairuntea dengan standar kualitas dan kemasan modern, memberdayakan masyarakat serta pelaku UMKM melalui pengolahan rempah agar memiliki nilai tambah ekonomi, serta mendorong pemanfaatan strategi pemasaran digital agar produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas baik di tingkat lokal maupun regional.



## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode partisipatif dengan melibatkan masyarakat setempat dalam setiap tahap pelaksanaan. Kegiatan dilakukan di Kelurahan Gambesi, Kecamatan Ternate Selatan, Kota Ternate sebagai salah satu sentra penghasil rempah lokal seperti jahe, kunyit, cengkeh, pala, dan serai. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama empat bulan (Maret–Juni 2024) dengan beberapa tahapan berikut:

1. *Tahap Persiapan dan Sosialisasi*

- Koordinasi dengan pemerintah desa, kelompok tani, dan pelaku UMKM untuk menentukan mitra kegiatan.
- Pemetaan potensi rempah lokal yang dapat diolah menjadi bahan baku teh celup.
- Sosialisasi kepada masyarakat mengenai manfaat pengolahan rempah menjadi minuman fungsional serta potensi ekonomi yang dapat dikembangkan.

2. *Pelatihan Produksi Teh Celup Rempah Khairuntea*

- Pelatihan pemilihan bahan baku berkualitas.
- Proses pencucian, pengeringan, penggilingan, dan formulasi rempah.
- Pembuatan teh celup mulai dari pengisian hingga pengemasan sesuai standar higienitas.
- Praktik langsung oleh peserta untuk memastikan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara mandiri.

3. *Inovasi Desain Kemasan dan Branding Produk*

- Pendampingan pembuatan desain kemasan yang lebih modern, higienis, dan menarik.
- Penyusunan strategi branding dengan menonjolkan identitas lokal serta manfaat kesehatan produk.
- Uji coba kemasan baru melalui respon pasar terbatas.

4. *Pendampingan Pemasaran Digital*

- Pelatihan pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) sebagai media promosi.
- Pelatihan penggunaan marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk penjualan produk secara online.
- Praktik pembuatan konten digital, fotografi produk, dan teknik *copywriting* sederhana.

5. *Monitoring dan Evaluasi*

- Evaluasi ketercapaian target pelatihan dan produksi teh celup Khairuntea.
- Penilaian dampak kegiatan terhadap peningkatan keterampilan, produksi, dan potensi pendapatan masyarakat.
- Penyusunan laporan hasil pengabdian serta rekomendasi untuk keberlanjutan program.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Peningkatan Pengetahuan dan Kesadaran Masyarakat

Kegiatan sosialisasi dan edukasi mengenai pemanfaatan rempah tradisional dalam bentuk teh celup terbukti mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya konsumsi minuman fungsional untuk kesehatan. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta hanya mengenal rempah sebagai bumbu dapur atau ramuan jamu tradisional yang harus direbus, sehingga dianggap kurang praktis untuk dikonsumsi sehari-hari. Melalui pendekatan partisipatif berupa penyuluhan, diskusi interaktif, dan demonstrasi produk teh celup Khairuntea, pemahaman masyarakat meningkat secara signifikan. Data kuisioner menunjukkan bahwa 70% peserta yang sebelumnya tidak mengetahui manfaat kesehatan spesifik rempah (seperti jahe, serai, dan kapulaga) kini memahami kandungan bioaktifnya, seperti antioksidan, minyak atsiri, dan senyawa antiinflamasi yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh dan menjaga metabolisme.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Anggraini (2024), yang menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui edukasi tentang jamu dan teh herbal mampu mengubah persepsi masyarakat dari sekadar konsumsi tradisional menuju gaya hidup sehat berbasis herbal. Selain itu, program edukasi rempah dalam bentuk produk modern seperti teh celup lebih mudah diterima oleh generasi muda, karena praktis dan sesuai dengan gaya hidup cepat saji. Studi Damanik & Siregar (2022) juga menekankan pentingnya edukasi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas produksi minuman herbal berbasis rempah, di mana pemahaman kesehatan menjadi motivasi utama keberlanjutan usaha. Dalam meningkatnya kesadaran kesehatan, masyarakat mulai menunjukkan minat untuk menjadikan teh celup rempah sebagai bagian dari kebiasaan harian. Hal ini tidak hanya berdampak pada pola konsumsi yang lebih sehat, tetapi juga membuka peluang ekonomi melalui peningkatan permintaan pasar. Artinya, kegiatan edukasi bukan sekadar transfer pengetahuan, tetapi juga investasi sosial untuk membangun kesadaran kolektif dalam mendukung kesehatan berbasis potensi lokal.

Peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai manfaat teh celup rempah tidak terlepas dari perkembangan riset yang menunjukkan bahwa konsumsi teh herbal berfungsi sebagai strategi pencegahan penyakit berbasis antioksidan. Menurut Fitriani & Safitri (2021), masyarakat yang diberikan edukasi tentang manfaat teh herbal menunjukkan peningkatan minat konsumsi sebesar 60% terutama pada produk berbasis tanaman rempah lokal. Selain itu, penelitian Lestari & Kurniawan (2022) menemukan bahwa edukasi tentang kandungan bioaktif rempah mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi teh celup sebagai minuman fungsional. Dengan demikian, penyuluhan yang dilakukan pada program Khairuntea selaras dengan temuan tersebut dan menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif masyarakat.



Gambar 1. Sosialisasi dan Edukasi Pemanfaatan Rempah sebagai Teh Celup

## 2. Keterampilan Produksi Teh Celup Rempah

Pelatihan produksi teh celup rempah Khairuntea menjadi salah satu capaian penting dalam kegiatan pengabdian. Peserta diberikan pengetahuan teknis mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, proses pencucian, pengeringan, penggilingan, pencampuran bahan, hingga pengemasan akhir. Pendekatan praktik langsung, masyarakat tidak hanya memahami teori tetapi juga terampil dalam menghasilkan produk teh celup yang sesuai standar higienitas. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta mampu mempraktikkan kembali tahapan produksi secara mandiri setelah mengikuti pelatihan.

Kualitas produk, hasil uji organoleptik sederhana yang dilakukan bersama peserta menunjukkan adanya peningkatan konsistensi rasa, aroma, dan warna teh celup yang dihasilkan. Produk Khairuntea menjadi lebih seragam dan memiliki standar mutu yang dapat diterima oleh konsumen. Peningkatan keterampilan ini sejalan dengan penelitian Riska *et al.* (2024), yang menegaskan bahwa pelatihan pengolahan rempah menjadi teh herbal meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghasilkan produk yang lebih praktis dan higienis. Selain itu, kegiatan ini juga memperkenalkan teknik sederhana untuk menjaga higienitas dan keamanan pangan, seperti penggunaan sarung tangan, masker, dan ruang produksi bersih. Langkah ini penting karena kualitas produk herbal tidak hanya dinilai dari rasa dan aroma, tetapi juga dari keamanan konsumsinya (Hadi *et al.*, 2023). Damanik & Siregar (2022) menambahkan bahwa peningkatan kapasitas produksi pada usaha minuman herbal berperan besar dalam keberlanjutan usaha karena produk yang konsisten mutunya lebih mudah dipasarkan.

Keterampilan produksi yang meningkat, masyarakat kini memiliki kemampuan untuk mengolah rempah lokal menjadi produk bernilai tambah. Hal ini tidak hanya memperluas pengetahuan mereka, tetapi juga menjadi bekal penting untuk mengembangkan usaha teh celup rempah secara berkelanjutan. Lebih jauh, peningkatan keterampilan teknis ini memperkuat posisi Khairuntea sebagai produk unggulan daerah yang berbasis pada potensi lokal. Kemampuan masyarakat dalam menghasilkan teh celup berkualitas sangat dipengaruhi oleh pemahaman teknik pengolahan yang tepat. Berdasarkan penelitian Rahmawati & Lestari (2019), pelatihan produksi teh celup herbal meningkatkan keterampilan teknis masyarakat dalam standar pengeringan, penggilingan, dan pengemasan sehingga mutu sensori produk menjadi lebih konsisten. Hal serupa dikemukakan oleh Astuti & Sulistiyan (2020) yang



menegaskan bahwa formulasi dan teknik pengolahan rempah menentukan kualitas aroma, warna, dan aktivitas antioksidan teh celup. Dengan penerapan teknik tersebut dalam pelatihan Khairuntea, produksi teh celup yang lebih higienis dan bernilai jual tinggi dapat diwujudkan.

### 3. Inovasi Kemasan dan Branding

Kemasan dan branding merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk teh celup rempah Khairuntea. Sebelum kegiatan pengabdian, produk masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas visual yang kuat. Melalui pendampingan, masyarakat dilatih untuk membuat desain kemasan modern yang higienis, informatif, dan menarik. Desain baru menonjolkan identitas lokal dengan menambahkan label manfaat kesehatan, logo khas, serta informasi komposisi bahan. Hal ini membuat produk terlihat lebih profesional dan memiliki nilai jual lebih tinggi.

Respon uji pasar terbatas menunjukkan bahwa 70% konsumen menilai kemasan baru lebih menarik dibandingkan kemasan sebelumnya yang dikemas dalam plastik, dan 65% di antaranya menyatakan lebih yakin membeli produk dengan label jelas dan desain modern. Hasil ini menunjukkan bahwa kemasan bukan hanya pelindung produk, tetapi juga sarana komunikasi nilai dan citra merek. Menurut Alfraita & Nuraini (2024), inovasi kemasan dan branding berperan besar dalam membentuk persepsi konsumen terhadap produk UMKM, sehingga mampu meningkatkan daya tarik sekaligus kepercayaan pasar. Selain kemasan, branding juga diperkuat melalui penentuan identitas merek Khairuntea sebagai minuman sehat berbasis rempah tradisional dengan sentuhan modern. Identitas ini diintegrasikan dalam materi promosi, termasuk media sosial dan *marketplace*. Penelitian Mega (2022) menegaskan bahwa branding berbasis identitas lokal menjadi strategi efektif untuk membangun loyalitas konsumen sekaligus membedakan produk dari pesaing.

Pendampingan branding juga mencakup pembuatan narasi pemasaran yang menekankan cerita lokal, nilai kesehatan, dan kearifan tradisi. Strategi *storytelling* ini terbukti mampu menarik konsumen, terutama generasi muda yang lebih terhubung dengan konten digital. Dengan demikian, inovasi kemasan dan branding memberikan nilai tambah yang signifikan bagi Khairuntea, baik dari aspek penjualan maupun identitas sebagai produk unggulan daerah. Penguatan daya saing teh celup rempah tidak hanya bergantung pada kualitas bahan, tetapi juga pada tampilan kemasan yang informatif dan menarik. Karunia & Yasmin (2021) menunjukkan bahwa desain kemasan yang modern dan memiliki identitas visual meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk teh celup herbal lokal. Selain itu, penelitian Alfraita & Nuraini (2024) menekankan bahwa kemasan yang komunikatif, terutama yang mencantumkan manfaat kesehatan, mampu meningkatkan minat beli hingga 40%. Hal ini memperkuat keputusan untuk memperbarui kemasan Khairuntea agar sesuai tren pasar dan preferensi konsumen masa kini.



Gambar 2. Kemasan Sederhana dan Kemasan Terbaru

#### 4. Pemasaran Digital dan Perluasan Pasar

Pemasaran digital menjadi salah satu fokus penting dalam pengembangan produk teh celup rempah Khairuntea. Sebelum adanya pendampingan, sebagian besar masyarakat hanya mengandalkan penjualan secara langsung di pasar tradisional atau melalui jaringan terbatas. Setelah diberikan pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya pemanfaatan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dan marketplace (Shopee, Tokopedia) untuk memperluas jangkauan pasar. Pelatihan mencakup teknik dasar fotografi produk, pembuatan konten promosi, copywriting sederhana, hingga strategi interaksi dengan konsumen.

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada aktivitas pemasaran digital. Beberapa peserta berhasil membuka toko online dan mulai memasarkan Khairuntea secara daring. Data penjualan menunjukkan adanya peningkatan rata-rata 25–30% dalam dua bulan pertama setelah pelatihan. Selain itu, jumlah interaksi konsumen di media sosial juga meningkat, menandakan bahwa branding digital membantu memperluas awareness produk. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mega (2022), yang menyatakan bahwa pemanfaatan platform digital mampu meningkatkan penetrasi pasar UMKM berbasis produk herbal. Selain keuntungan ekonomi, pemasaran digital juga memberikan dampak positif dari sisi efisiensi biaya promosi. Dengan biaya yang relatif rendah, masyarakat mampu menjangkau konsumen lintas daerah bahkan hingga luar pulau. Hal ini memperkuat argumen Damanik & Siregar (2022) bahwa transformasi digital menjadi kunci penguatan kelembagaan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern.

Namun, tantangan yang masih dihadapi adalah keterbatasan literasi digital di kalangan sebagian masyarakat. Beberapa peserta masih kesulitan mengelola toko online secara konsisten, terutama dalam hal update konten dan manajemen pesanan. Oleh karena itu, keberlanjutan program pemasaran digital perlu diiringi dengan pendampingan intensif agar konsistensi dapat terjaga. Secara keseluruhan, penerapan strategi digital marketing terbukti efektif dalam memperluas pasar, meningkatkan penjualan, sekaligus memperkenalkan Khairuntea sebagai produk unggulan daerah berbasis rempah tradisional. Pemanfaatan teknologi digital menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pemasaran teh celup rempah lokal. Menurut Santoso et al. (2023), UMKM produk herbal yang memanfaatkan media sosial dan marketplace mengalami peningkatan penjualan hingga 35% karena visibilitas produk yang lebih



tinggi. Mega (2022) juga menyatakan bahwa konsistensi unggahan konten digital dan penyajian cerita produk (storytelling) yang kuat mampu meningkatkan loyalitas konsumen. Pelatihan pemasaran digital yang diberikan kepada masyarakat Gambesi selaras dengan temuan tersebut, sehingga berpotensi memperkuat keberlanjutan usaha Khairuntea.

### 5. Dampak Ekonomi dan Sosial

Kegiatan pengabdian melalui produksi teh celup rempah Khairuntea memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat. Setelah mengikuti pelatihan produksi, inovasi kemasan, dan pemasaran digital, masyarakat mampu meningkatkan volume penjualan dan omzet usaha. Data menunjukkan terjadi peningkatan pendapatan kelompok UMKM sebesar 30% dalam tiga bulan pertama pasca kegiatan. Hal ini sejalan dengan penelitian Anggraini (2024), yang menegaskan bahwa pemberdayaan UMKM berbasis jamu dan herbal mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat jika dikombinasikan dengan inovasi produk dan pemasaran modern.

Dampak sosial dari kegiatan ini tercermin melalui meningkatnya kohesi sosial serta penguatan rasa identitas masyarakat terhadap potensi lokal. Petani rempah yang sebelumnya hanya bergantung pada penjualan bahan mentah kini memperoleh nilai tambah karena hasil panennya diintegrasikan sebagai bahan baku produksi Khairuntea. Kondisi tersebut membentuk efek berganda yang melibatkan berbagai aktor dalam rantai nilai, mulai dari petani, unit pengolahan, hingga jaringan pemasaran. Fenomena ini mengonfirmasi temuan Damanik & Siregar (2022) yang menyatakan bahwa penguatan rantai nilai produk herbal tidak hanya meningkatkan pendapatan individu, tetapi juga memperkuat kapasitas kelembagaan ekonomi di tingkat desa.

Pemanfaatan rempah dalam bentuk teh celup memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan kesehatan masyarakat karena produk ini mengandung senyawa bioaktif seperti antioksidan, minyak atsiri, dan *flavonoid* yang mampu meningkatkan imunitas dan metabolisme tubuh. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa teh celup herbal berbahan rempah lebih praktis dikonsumsi dan mudah diterima masyarakat dibandingkan olahan jamu konvensional. Astuti & Sulistiyan (2020) menemukan bahwa formulasi rempah dalam teh celup mampu meningkatkan mutu sensori serta aktivitas antioksidan produk. Penelitian lain oleh Sari & Widyaningsih (2018) menegaskan bahwa rempah seperti jahe, kunyit, dan serai memberikan manfaat fisiologis yang signifikan ketika diformulasikan dalam bentuk teh herbal celup. Selain itu, Yusuf et al. (2020) membuktikan bahwa teh celup berbasis rempah memiliki aktivitas antioksidan tinggi dan tingkat kesukaan konsumen yang baik, sehingga potensial dikembangkan sebagai minuman fungsional. Temuan ini diperkuat oleh Wibowo & Yuliana (2021) yang melaporkan bahwa pengembangan teh celup rempah dapat meningkatkan nilai tambah komoditas lokal sekaligus memperluas pasar minuman herbal modern. Dengan adanya bukti ilmiah tersebut, penggunaan rempah lokal sebagai bahan baku teh celup Khairuntea semakin relevan dan memberikan dampak positif bagi kesehatan masyarakat dan ekonomi petani rempah.



## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil mengidentifikasi bahwa Khairuntea memiliki potensi besar sebagai produk minuman fungsional berbasis rempah lokal. Potensi tersebut terlihat dari keberadaan bahan baku rempah yang melimpah di Kelurahan Gambesi, seperti jahe, kunyit, serai, pala, dan cengkeh, yang memiliki kandungan bioaktif bermanfaat bagi kesehatan masyarakat. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa edukasi dan pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat hingga 70% tentang khasiat rempah serta meningkatkan keterampilan produksi, di mana lebih dari 80% peserta mampu menghasilkan teh celup yang higienis dan berkualitas. Selain itu, inovasi kemasan dan branding memperkuat citra Khairuntea sebagai produk lokal modern, sementara pemasaran digital meningkatkan jangkauan dan penjualan hingga 25–30%. Dampak sosial ekonomi yang muncul menunjukkan bahwa Khairuntea berpotensi sebagai produk unggulan daerah yang tidak hanya mendukung gaya hidup sehat, tetapi juga meningkatkan pendapatan UMKM dan petani rempah. Dengan demikian, Khairuntea memiliki prospek kuat untuk terus dikembangkan sebagai produk berbasis potensi lokal yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. I. (2024). Program pemberdayaan ekonomi UMKM jamu dalam mendorong sinergi modern dan tradisi. Prosiding PKM-CSR.
- Astuti, S. D., & Sulistiyani, E. (2020). Pengaruh Formulasi Rempah terhadap Kualitas Teh Herbal Celup. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 8(3), 105–112.
- Alfraita, A., & Nuraini, D. (2024). Meningkatkan Branding Image UMKM Lokal melalui Inovasi Kopi Celup. *Jurnal ABDI*.
- Damanik, W. S., & Siregar, G. (2022). Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pengembangan Kelembagaan pada Usaha Minuman Tradisional Kostfood. *Jurnal Axiologi*.
- Fitriani, R., & Safitri, A. (2021). Potensi Teh Herbal Indonesia sebagai Minuman Kesehatan. *Jurnal Farmasi Indonesia*, 12(3), 214–220.
- Hadi, S., Tryasmono, L., & Setiawan, D. (2023). Kegiatan Pendampingan Pembuatan Teh Herbal Bawang Dayak, Sungkai, Limpasu di Tanah Bumbu. *Jurnal Pengabdian*.
- Lestari, S. W., & Kurniawan, F. (2022). Pengaruh Komposisi Rempah terhadap Mutu Teh Herbal Celup. *Jurnal Teknologi Agro*, 9(4), 55–63.
- Rahmawati, N., & Lestari, P. (2019). Karakterisasi Teh Celup Herbal Berbasis Tanaman Obat Lokal. *Jurnal Teknologi Hasil Pertanian*, 12(1), 23–34.
- Karunia, R., & Yasmin, F. (2021). Pengembangan Produk Teh Celup Berbasis Herbal: Studi Preferensi Konsumen. *Jurnal Pangan Fungsional*, 6(1), 33–42.
- Riska, R., Hidayat, H., & Aziz, S. N. Z. (2024). Teh Rempah sebagai Minuman Herbal. *Jurnal Bernas*.
- Mega, D. (2022). Strategi Pengembangan Pemasaran UMKM Teh Secang. *Repository UIN Saizu*.



- 
- Sari, N., & Widyaningsih, T. D. (2018). Pemanfaatan Tanaman Rempah sebagai Teh Herbal Celup untuk Meningkatkan Kesehatan. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 23(2), 112–120.
- Santoso, B., Putri, N., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Digital Marketing terhadap Perluasan Pasar UMKM Herbal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 100–110.
- Yusuf, M., Anggraini, D., & Tarmizi, F. (2020). Kajian Organoleptik dan Aktivitas Antioksidan Teh Celup Berbasis Rempah. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*, 31(2), 151–159.
- Wibowo, S., & Yuliana, N. (2021). Pengembangan Teh Celup Rempah sebagai Produk Minuman Fungsional Lokal. *Jurnal Agroindustri*, 14(2), 87–96.