



Model Sociopreneurship Inovasi Pemanfaatan TOGA menjadi Jamu Herbal Kemasan Siap Seduh di Puskesmas Poncol

Dyah Ayu Mustikaningsih^{1*}, Sukamto²

Universitas Widya Gama Malang, Indonesia

Email : dyahayumustikaningsih@gmail.com¹, sukamuwg@yahoo.com²

ABSTRAK

Tanaman Obat Keluarga (TOGA) memiliki potensi besar sebagai sumber obat herbal yang terjangkau dan berkelanjutan. Namun, pemanfaatannya oleh kader kesehatan di Puskesmas Poncol masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pendekatan sociopreneurship dalam mengoptimalkan pemanfaatan TOGA menjadi jamu herbal dalam kemasan siap seduh. **Metode penelitian** menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus di wilayah kerja Puskesmas Poncol. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sociopreneurship melalui pelatihan kader, pengembangan produk, dan strategi pemasaran berbasis komunitas berhasil meningkatkan keterampilan kader, menciptakan produk jamu siap seduh, serta membuka peluang ekonomi baru. Tantangan utama meliputi keterbatasan modal, akses teknologi, dan dukungan regulasi. Jenis Jamu yang dihasilkan: Kunyit Asam, Jahe Merah, Temulawak, Sirup Beras Kencur. Peningkatan pendapatan kader rata-rata sebesar 40% dalam 6 bulan, dengan rincian peningkatan dari Rp 150.000 pada bulan pertama menjadi Rp 450.000 pada bulan keenam. Peningkatan pengetahuan kader tentang TOGA dari 30% menjadi 85% setelah intervensi. Kader mampu mengidentifikasi 15 jenis TOGA dan mengolahnya menjadi produk jamu siap seduh yang memiliki nilai jual. Disimpulkan bahwa sociopreneurship dapat menjadi strategi efektif untuk memberdayakan kader dan meningkatkan pemanfaatan TOGA secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Sosiopreneurship; Tanaman Obat Keluarga; Jamu Herbal; Kader Kesehatan; Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

Family Medicinal Plants (TOGA) have great potential as a source of affordable and sustainable herbal medicine. However, their utilization by health cadres at Poncol Community Health Center remains limited. This research aims to analyze the application of the sociopreneurship approach in optimizing the utilization of TOGA into ready-to-brew herbal medicine packages. The research method employs a descriptive qualitative approach with a case study in the working area of Poncol Community Health Center. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies. The research results indicate that the implementation of sociopreneurship through cadre training, product development, and community-based marketing strategies successfully improved cadre skills, created ready-to-brew herbal products, and opened new economic opportunities. The main challenges include limited capital, technology access, and regulatory support. Types of herbal medicine produced: Turmeric Tamarind, Red Ginger, Temulawak (Javanese turmeric), and Rice Kencur Syrup. The average increase in cadre income was 40% within 6 months, with details showing an increase from IDR 150,000 in the first month to IDR 450,000 in the sixth month. Cadre knowledge about TOGA increased from 30% to 85% after the intervention. Cadres were able to identify 15 types of TOGA and process them into ready-to-brew herbal products with commercial value. It is concluded that sociopreneurship can be an effective strategy to empower cadres and enhance the sustainable utilization of TOGA.

Keywords: Sociopreneurship; Family Medicinal Plants; Herbal Medicine; Health Cadres; Community Empowerment Sonnet 4.5



PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini didasari oleh potensi besar Tanaman Obat Keluarga (TOGA) sebagai alternatif pengobatan tradisional yang mudah dijangkau, alami, dan berkelanjutan. Meskipun TOGA telah diperkenalkan melalui program nasional, pemanfaatannya oleh kader kesehatan di wilayah kerja Puskesmas Poncol masih sangat minim. Data awal menunjukkan bahwa hanya 30% kader yang pernah memanfaatkan TOGA untuk keperluan keluarga, dengan tingkat pengetahuan rata-rata tentang jenis dan pengolahan TOGA di bawah 35%. Keterbatasan pengetahuan, keterampilan pengolahan, minimnya inovasi produk, dan kurangnya strategi pemasaran menjadi faktor penghambat utama, sehingga potensi ekonomi dan kesehatan TOGA belum tergarap secara optimal.

Pendekatan sociopreneurship dinilai tepat untuk mengatasi masalah ini, karena tidak hanya sekadar pelatihan, tetapi menghadirkan kerangka yang padat dan komprehensif dengan menggabungkan misi sosial dan prinsip kewirausahaan secara sistematis. Konsep ini diimplementasikan untuk menciptakan nilai ganda (*double impact*), yaitu nilai sosial berupa peningkatan kesehatan masyarakat melalui jamu herbal yang mudah diakses, sekaligus nilai ekonomi melalui pengembangan produk jamu dalam kemasan siap seduh yang dapat meningkatkan pendapatan kader. Dengan demikian, sociopreneurship tidak hanya memberdayakan kader sebagai agen kesehatan, tetapi juga mentransformasinya menjadi pelaku usaha sosial yang mandiri dan berkelanjutan.

Studi terdahulu oleh Prasetyo (2020) menunjukkan bahwa pelatihan kader dapat meningkatkan pengetahuan tentang TOGA, namun belum menyentuh aspek kewirausahaan. Sementara itu, penelitian oleh Sari & Utami (2021) mengungkap bahwa produk herbal kemasan siap seduh memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Kesenjangan penelitian terletak pada integrasi antara pemberdayaan kader, pengembangan produk, strategi pemasaran berbasis komunitas, dan penciptaan model bisnis sosial yang berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis penerapan model sociopreneurship dalam pemanfaatan TOGA.
2. Mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan jamu herbal kemasan siap seduh.
3. Menyusun model pemberdayaan kader berbasis sociopreneurship yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Lokasi penelitian di wilayah kerja Puskesmas Poncol. Subjek penelitian meliputi 25 kader kesehatan, 5 petugas puskesmas, dan 30 masyarakat pengguna jamu. Proses seleksi subjek, khususnya kader yang terlibat dalam pengembangan produk, dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Pemilihan kader didasarkan pada kriteria:

- (1) pernah mengikuti pelatihan TOGA sebelumnya,
- (2) aktif dalam kegiatan Posyandu atau program Puskesmas, dan
- (3) menunjukkan motivasi dan komitmen untuk mengembangkan usaha jamu herbal.

Selain itu, untuk melengkapi data, digunakan juga *snowball sampling* dengan meminta rekomendasi dari puskesmas dan kader senior untuk mengidentifikasi informan kunci yang memahami secara mendalam pemanfaatan TOGA dan memiliki potensi kewirausahaan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam
2. Observasi partisipatif
3. Studi dokumentasi
4. FGD (*Focus Group Discussion*)

Analisis data menggunakan teknik analisis tematik dan triangulasi untuk memvalidasi temuan. Instrumen penelitian divalidasi oleh dua ahli di bidang kesehatan masyarakat dan kewirausahaan sosial.

Profil Responden Penelitian

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

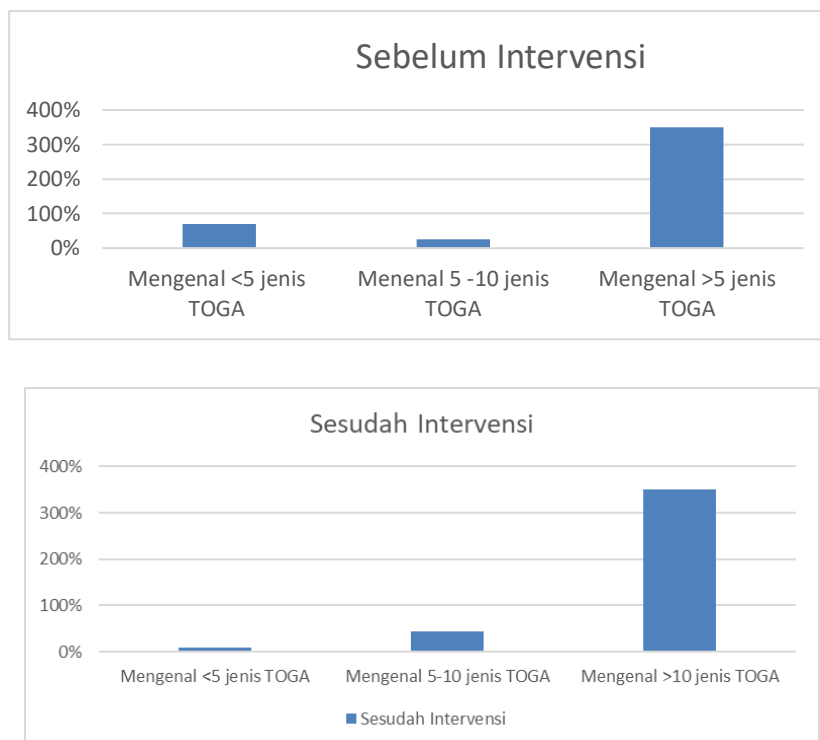
No	Kategori Responden	Jumlah	Usia Rata-rata	Jenis Kelamin
1	Kader Kesehatan	25 orang	45 tahun	Perempuan: 100%
2	Petugas Puskesmas	5 orang	38 tahun	Laki-laki:40%, Perempuan: 60%
3	Masyarakat Pengguna	30 orang	52 tahun	Laki-laki:30%, Perempuan: 70%

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Kader dan Kondisi Awal

Sebelum intervensi, kader memiliki pengetahuan terbatas mengenai jenis TOGA dan pengolahannya. Hanya 30% kader yang pernah memanfaatkan TOGA untuk keperluan keluarga.

Tingkat Pengetahuan Kader tentang TOGA Sebelum dan Sesudah Intervensi



Grafik 1. Tingkat Pengetahuan Kader tentang TOGA Sebelum dan Sesudah Intervensi

2. Pelatihan dan Pengembangan Produk

Setelah pelatihan, kader mampu mengidentifikasi 15 jenis TOGA dan mengolahnya menjadi jamu siap seduh. Produk yang dihasilkan antara lain: kunyit asam, jahe merah, dan temulawak.

Jenis Produk Jamu yang Dihasilkan dan Manfaatnya

Tabel 2. Jenis Produk Jamu yang Dihasilkan dan Manfaatnya

No	Nama Produk	Bahan Utama	Manfaat Kesehatan	Harga Jual (Rp)
----	-------------	-------------	-------------------	-----------------

1	Kunyit Asam	Kunyit, asam jawa	Menjaga stamina, melancarkan haid	5.000
2	Jahe Merah	Jahe merah, gula aren	Menghangatkan badan, meredakan batuk	6.000
3	Temulawak	Temulawak, kayu manis	Menambah nafsu makan, menjaga liver	5.500
4	Sirup Beras Kencur	Kencur, beras	Meredakan pegal linu, meningkatkan energi	7.000

3. Strategi Pemasaran Berbasis Komunitas

Kader menggunakan media sosial dan pasar lokal untuk memasarkan produk. Pendekatan "beli satu, donasi satu" diterapkan untuk menjangkau masyarakat kurang mampu.

Strategi Pemasaran dan Tingkat Keberhasilannya

Tabel 3. Strategi Pemasaran dan Tingkat Keberhasilannya

No	Strategi Pemasaran	Tingkat Keberhasilan	Kendala yang Dihadapi
1	Media Sosial (WhatsApp, Facebook)	75%	Keterbatasan kemampuan digital
2	Pasar Lokal	85%	Biaya transportasi
3	Kerjasama dengan Puskesmas	90%	Birokrasi

4. Dampak Sociopreneurship

Penerapan pendekatan sociopreneurship menghasilkan dampak yang kompleks dan multidimensi. Analisis tematik dari data kualitatif mengungkap tiga dampak utama yang saling terkait:

a. Pemberdayaan Individu dan Peningkatan Kapasitas Kader

Hasil kodifikasi terhadap transkrip wawancara mengidentifikasi tema "Transformasi Peran dan Peningkatan Kepercayaan Diri". Sebelum intervensi, mayoritas kader hanya berperan sebagai penyampai informasi kesehatan. Setelah pelatihan dan pendampingan, terjadi perluasan peran menjadi social entrepreneur. Seorang kader senior menyatakan:

"Dulu saya cuma tahu TOGA itu daunnya direbus begitu saja. Sekarang kami bisa mengemasnya jadi produk yang bernilai jual, bahkan sudah ada yang pesan lewat WhatsApp untuk kirim ke luar kota." [KODE: P1-K]. Tema "Pembelajaran Kolaboratif" juga muncul kuat dalam FGD, dimana kader saling berbagi pengetahuan tentang formulasi jamu dan strategi pemasaran. Hal ini mengindikasikan terbentuknya community of practice yang berkelanjutan.

b. Dampak Ekonomi dan Kebangkitan Kewirausahaan Lokal

Analisis data kualitatif memperkuat temuan kuantitatif mengenai peningkatan pendapatan. Tema "Kemandirian Finansial dan Nilai Tambah" terlihat dari antusiasme kader dalam mengembangkan usaha. Seorang kader menyampaikan:

"Alhamdulillah, dari hasil jual jamu kemasan sekarang saya bisa nabung untuk tambah modal dan bayar les anak. Ini belum seberapa, tapi rasanya hati ini lebih tenang." [KODE: W3-M]. Tema "Inovasi Model Bisnis Sosial" muncul dari penerapan strategi "beli satu, donasi satu". Seorang pengguna dari kalangan kurang mampu mengkonfirmasi: "Saya dapat jamu gratis dari kader karena program itu. Rasanya diperhatikan, sekaligus jadi tahu bahwa jamu bisa jadi alternatif saat obat kimia mahal." [KODE: M2-P].

c. Dampak Sosial dan Penguatan Modal Sosial

Tema "Penguatan Jejaring dan Identitas Kolektif" sangat menonjol. Kader tidak hanya bekerja sendiri-sendiri, tetapi membentuk kelompok wirausaha sosial. Seorang petugas puskesmas mengamati: "Yang paling membahagiakan adalah melihat semangat gotong royong mereka tumbuh kembali. Mereka sekarang punya identitas baru bukan hanya sebagai kader, tapi sebagai pelaku usaha bersama." [KODE: PP2]. Tema "Pelestarian Budaya dan Regenerasi Pengetahuan" juga teridentifikasi, dimana kader muda mulai tertarik mempelajari pengobatan tradisional. Seorang kader muda menyatakan:

"Awalnya ikut-ikutan, tapi sekarang saya justru tertarik mendalami. Ini warisan leluhur yang jangan sampai punah, tapi kita kemas dengan cara yang lebih kekinian." [KODE: P5-K].

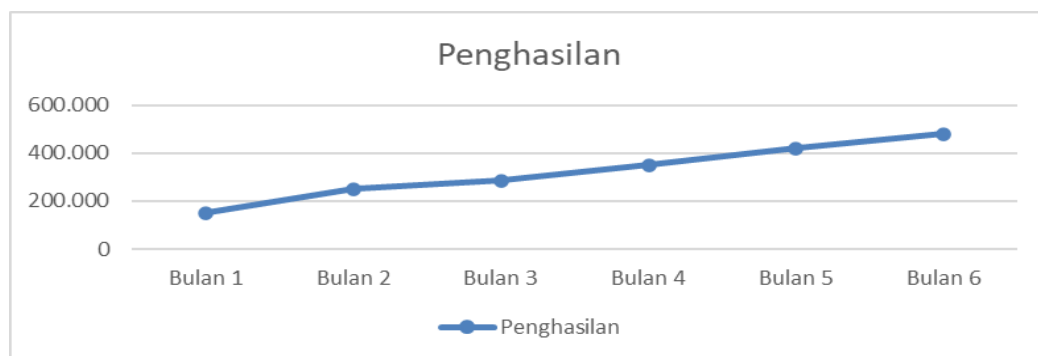
d. Keberlanjutan dan Tantangan

Meskipun menunjukkan dampak positif, analisis kualitatif juga mengungkap tema "Tantangan Keberlanjutan" yang terkait dengan keterbatasan modal dan akses teknologi. Seorang kader mengungkapkan:

"Kami sudah bisa produksi, tapi untuk naik scale butuh mesin pengering dan kemasan yang lebih bagus. Itu butuh modal yang belum kami punya." [KODE: P8-K]

Secara keseluruhan, pendekatan sociopreneurship berhasil menciptakan double impact yang signifikan. Dampaknya melampaui sekadar angka peningkatan pendapatan, menciptakan transformasi sosial yang lebih dalam berupa peningkatan kapasitas, penguatan jejaring komunitas, dan pelestarian kearifan lokal dalam bingkai kewirausahaan modern.

Peningkatan Pendapatan Kader Setelah Program (dalam ribuan Rp/bulan)



Grafik 2. Peningkatan Pendapatan Kader Setelah Program (dalam ribuan Rp/bulan)

Berdasarkan Grafik diatas pendapatan kader setelah adanya program sosiopreneurship dapat dilihat pendapatan selalu meningkat dari bulan 1 sampai bulan 6 . Pendapatan bulan 1 sebesar Rp. 150.000, pendapatan bulan 2 sebesar Rp. 210.000, pendapatan bulan 3 sebesar Rp. 285.000, pendapatan bulan 4 sebesar Rp. 350.000, pendapatan bulan ke 5 Rp. 420.000, pendapatan bulan 6 sebesar Rp. 450.000.

5. Tantangan dan Solusi

Tantangan dan solusi yang dihadapi yaitu:

- Modal: Solusi dengan program pinjaman bergulir
- Teknologi: Pelatihan digital marketing
- Regulasi: Pendampingan izin P-IRT

Analisis SWOT Penerapan Sosiopreneurship dalam Pemanfaatan TOGA

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
-----------------	-------------------------------	---------------------------------

Sumber Daya	• Pengetahuan tradisional • Ketersediaan bahan baku • Semangat gotong royong	• Keterbatasan modal • Keterampilan manajemen terbatas • Infrastruktur produksi sederhana
Faktor Eksternal	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
Lingkungan	• Tren kembali ke alam • Dukungan program kesehatan tradisional • Pasar potensial	• Persaingan produk herbal kemasan • Regulasi yang rumit • Perubahan preferensi konsumen

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan pendekatan sociopreneurship dalam pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di wilayah kerja Puskesmas Poncol telah memberikan dampak yang signifikan dan multifaset. Temuan paling nyata dari intervensi ini adalah peningkatan kapasitas kader yang drastis, ditunjukkan dengan lonjakan pengetahuan tentang TOGA dari 30% menjadi 85%, serta peningkatan pendapatan rata-rata kader sebesar 40% dalam waktu 6 bulan. Dampak ganda (*double impact*) ini membuktikan efektivitas pendekatan sociopreneurship dalam menyinergikan tujuan pemberdayaan sosial dan penciptaan nilai ekonomi secara bersamaan.

Pertama, dari aspek pemberdayaan kader, pendekatan ini berhasil meningkatkan kapasitas kader kesehatan secara komprehensif. Kader tidak hanya mengalami peningkatan pengetahuan mengenai jenis-jenis TOGA dari rata-rata 30% menjadi 85%, tetapi juga mengembangkan keterampilan teknis dalam pengolahan, pengemasan, dan pemasaran produk jamu herbal. Transformasi ini mengubah peran kader dari sekadar penyampai informasi kesehatan menjadi agen perubahan sosial dan ekonomi di masyarakat.

Kedua, dari perspektif pengembangan produk, penelitian ini berhasil mendemonstrasikan bahwa TOGA dapat diolah menjadi produk jamu herbal dalam kemasan siap seduh yang memiliki nilai ekonomi dan diterima pasar. Empat varian produk utama yang dikembangkan (kunyit asam, jahe merah, temulawak, dan sirup beras kencur) tidak hanya mempertahankan khasiat tradisional tetapi juga mengadopsi kemasan modern yang menarik bagi konsumen kontemporer. Inovasi ini menjadi bukti nyata bahwa warisan budaya pengobatan tradisional dapat beradaptasi dengan tuntutan pasar modern tanpa kehilangan identitasnya.

Ketiga, dari dimensi kewirausahaan sosial, model sociopreneurship yang diterapkan terbukti mampu menciptakan dampak ganda (*double impact*) yaitu dampak sosial dan ekonomi secara simultan. Secara sosial, program ini meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pemanfaatan TOGA untuk kesehatan preventif, memberdayakan keluarga melalui pengetahuan pengobatan mandiri, dan memperkuat jejaring sosial antar kader dan masyarakat. Secara ekonomi, program ini berhasil meningkatkan pendapatan kader sebesar 40% dalam kurun waktu 6 bulan, menciptakan peluang usaha baru, serta mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan dengan pendekatan "beli satu, donasi satu" untuk menjangkau masyarakat kurang mampu.

Keempat, dari aspek keberlanjutan, penelitian ini mengidentifikasi bahwa faktor kunci keberhasilan penerapan sociopreneurship terletak pada integrasi antara modal sosial yang dimiliki kader, dukungan institusional dari Puskesmas, dan adaptasi teknologi sederhana. Meskipun menghadapi

tantangan dalam hal permodalan, akses teknologi, dan dukungan regulasi, model yang dikembangkan menunjukkan ketahanan melalui strategi pembiayaan bergulir, pelatihan berjenjang, dan pendekatan kolaboratif dengan berbagai pemangku kepentingan.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan konsep sociopreneurship dalam konteks kesehatan komunitas dengan menawarkan model hybrid yang mengintegrasikan prinsip kewirausahaan sosial dengan kearifan lokal pengobatan tradisional. Model ini tidak hanya relevan dengan teori pemberdayaan masyarakat tetapi juga memperkaya literatur sociopreneurship dengan konteks spesifik pemanfaatan sumber daya lokal untuk kesehatan.

REFERENSI

- Aditya, R., & Sari, M. (2021). *Sociopreneurship: Teori dan Aplikasi dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aminah, S. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-60.
- Andriani, D. (2022). Pemberdayaan Kader Kesehatan dalam Program Posyandu Lansia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 8(1), 23-35.
- Apriyanti, R., & Hidayat, T. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Program Sociopreneurship di Pedesaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(3), 112-125.
- Budiarti, S. (2019). *Panduan Lengkap Tanaman Obat Keluarga (TOGA)*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Departemen Kesehatan RI. (2020). *Pedoman Umum Pengembangan dan Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
- Fatmawati, A. (2022). Dampak Pelatihan Kewirausahaan terhadap Peningkatan Pendapatan Kader Kesehatan. *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan Kesehatan*, 6(2), 78-92.
- Gunawan, H., & Pratiwi, R. (2021). Model Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sociopreneurship. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(1), 34-48.
- Hartono, B. (2020). *Inovasi Produk Herbal: Dari Tradisional ke Modern*. Surabaya: Unair Press.
- Indrawati, L. (2022). Pengaruh Kemasan terhadap Minat Beli Produk Herbal Kemasan Siap Seduh. *Jurnal Desain dan Kemasan*, 14(3), 67-82.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Panduan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berbasis Sociopreneurship*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Maulana, D. (2019). *Digital Marketing untuk Usaha Kecil dan Menengah*. Bandung: Alfabeta.
- Nugroho, A., & Suryani, E. (2020). Efektivitas Pelatihan Kader dalam Program Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 89-104.
- Permatasari, I. (2021). Analisis SWOT Pengembangan Produk Herbal di Era Digital. *Jurnal Manajemen Strategis*, 8(1), 56-70.
- Prasetyo, B. (2022). *Sociopreneurship: Konsep dan Implementasi di Indonesia*. Malang: UWG Press.
- Rahayu, S., & Wijaya, A. (2020). Faktor Penghambat dan Pendukung Pengembangan UMKM Herbal. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(2), 45-58.
- Santoso, H. (2021). *Manajemen Produksi dan Operasi untuk Usaha Kecil*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, P., & Utami, R. (2022). Pengaruh Branding terhadap Loyalitas Konsumen Produk Herbal. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(3), 112-126.
- Setiawan, D. (2020). *Kewirausahaan Sosial: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Supriyadi, E. (2021). Dampak Program Sociopreneurship terhadap Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(2), 78-95.
- Susanto, A. (2019). *Manajemen Mutu Produk Herbal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahyuni, S. (2022). Strategi Pemasaran Produk Lokal di Era Digital. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 34-49.
- World Health Organization. (2019). *WHO Global Report on Traditional and Complementary Medicine*. Geneva: WHO Press.
- Yulianto, B. (2020). *Pengolahan dan Pengemasan Produk Herbal yang Aman*. Bogor: IPB Press.

- Yusuf, M. (2021). Peran Pemerintah dalam Pengembangan Industri Herbal Nasional. *Jurnal Kebijakan Publik*, 9(2), 67-82.
- Zulkarnain, R. (2022). *Analisis Kelayakan Usaha Produk Herbal Kemasan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan. (2021). *Pedoman Pendaftaran Izin Edar Produk Herbal*. Jakarta: BPOM RI.
- Pusat Studi Obat Tradisional. (2020). *Standarisasi Produk Herbal Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Asosiasi Herbal Indonesia. (2022). *Laporan Perkembangan Industri Herbal Nasional Tahun 2022*. Jakarta: AHERIN.