

## PEMBERDAYAAN KOMUNITAS PELARI MELALUI WIRAUSAHA PRODUK MINUMAN ISOTONIK ALAMI SEHAT BERBASIS BAHAN LOKAL

**Alpan Habibi<sup>1)</sup> ; Eni Nuraeni<sup>2)</sup>; Eka Mardiana Afrilia<sup>3)</sup>; Putra Pratama<sup>4)</sup>; Khaerul Amri<sup>5)</sup>; Azizah Al Ashri Nainar<sup>2)</sup>; Daffa Ramzi Ramadhan<sup>2)</sup> ; Mutiara Mardhotillah<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Program Studi Pendidikan Profesi Ners, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Tangerang

<sup>2)</sup>Program Studi Sarjana Keperawatan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Tangerang

<sup>3)</sup>Program Studi Profesi Bidan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Tangerang

<sup>4)</sup>Program Studi Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang

<sup>5)</sup>Program Studi Pendidikan Profesi Ners, Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

*E-mail:* [alpanhabibi88@gmail.com](mailto:alpanhabibi88@gmail.com)

### Abstract

Komunitas lari memiliki kebutuhan tinggi terhadap asupan cairan dan elektrolit untuk mendukung performa dan menjaga kesehatan. Namun, minuman isotonik komersial umumnya mengandung pemanis buatan dan bahan tambahan yang berpotensi berdampak negatif jika dikonsumsi dalam jangka panjang. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan komunitas lari melalui pengembangan kewirausahaan berbasis produksi minuman isotonik alami dari bahan lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif melalui enam tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan usaha, pembuatan branding, evaluasi, dan keberlanjutan program dengan melibatkan 30 anggota komunitas Freeletics Tangerang. Kegiatan meliputi edukasi mengenai kebutuhan hidrasi dan elektrolit serta kewirausahaan, pelatihan pembuatan minuman isotonik berbahan air kelapa, madu, dan buah-buahan, serta pendampingan dalam pengemasan, penentuan harga, dan pemasaran digital sederhana. Hasil kegiatan pemberdayaan berupa penilaian terhadap pretest dan posttest menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan peserta, dengan skor rata-rata meningkat dari 46 menjadi 92. Seluruh peserta (100%) mengalami peningkatan keterampilan dalam memproduksi minuman isotonik alami yang sehat dan aman. Selain itu, kelompok peserta berhasil mengembangkan merek produk sebagai bagian dari luaran program. Program ini berpotensi meningkatkan kemandirian ekonomi komunitas sekaligus mendorong gaya hidup sehat melalui pemanfaatan bahan lokal.

**Kata kunci:** Komunitas lari, Minuman isotonik, Pemberdayaan

### Abstract

**[Community Empowerment of Running Communities Through Entrepreneurship of Healthy Natural Isotonic Beverages Based on Local Ingredients]** Running communities have a high demand for adequate fluid and electrolyte intake to support physical performance and maintain health. However, commercially available isotonic beverages commonly contain artificial sweeteners and additives that may have adverse effects when consumed over a long period. This community engagement program aimed to empower a running community through entrepreneurship based on the production of healthy natural isotonic beverages using local ingredients. The program employed a participatory approach consisting of six main stages: needs assessment, training implementation, business mentoring, branding development, evaluation, and program sustainability, involving 30 members of the Freeletics Tangerang community. The activities included education on hydration and electrolyte requirements as well as entrepreneurship, hands-on training in producing isotonic beverages made from coconut water, honey, and fruits, and mentoring in packaging, pricing strategies, and basic digital marketing. The results of the empowerment program, assessed through pretest and posttest evaluations, demonstrated a significant improvement in participants' knowledge, with the average score increasing from 46 to 92. All participants (100%) showed improved skills in producing healthy and safe natural isotonic beverages. Furthermore, the participant group successfully developed a product brand as one of the program outcomes. This program has the potential to enhance the economic independence of the community while promoting a healthy lifestyle through the utilization of local resources.

**Keywords:** Running Community, Isotonic Drink, Empowerment

## 1. Pendahuluan

Olahraga lari telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup sehat masyarakat perkotaan di Indonesia, termasuk di wilayah Tangerang. Aktivitas ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana menjaga kebugaran fisik, tetapi juga menjadi media interaksi sosial melalui terbentuknya berbagai komunitas pelari (Putra & Wibowo, 2021). Salah satu komunitas yang aktif adalah Komunitas Freeletics Tangerang, yang secara rutin menyelenggarakan kegiatan olahraga bersama. Berdasarkan data internal tahun 2024, komunitas ini memiliki sekitar 75–100 anggota aktif yang secara konsisten melakukan latihan 2–3 kali per minggu, baik berupa lari bersama, latihan fisik bebas, maupun partisipasi dalam berbagai kegiatan dan event olahraga tingkat lokal hingga nasional.

Komunitas Freeletics Tangerang didominasi oleh kelompok usia produktif (20–40 tahun) dengan latar belakang sosial yang beragam, mulai dari mahasiswa, pekerja kantoran, hingga pelaku usaha mandiri. Keberagaman ini menjadi modal sosial yang penting karena mencerminkan adanya jejaring dan solidaritas yang kuat di dalam komunitas. Konsistensi aktivitas dan kekompakan anggota menjadikan komunitas ini sebagai mitra potensial dalam pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat, khususnya yang berbasis kesehatan dan kewirausahaan (Kementerian Kesehatan RI, 2022). Secara ekonomi, program ini membuka peluang usaha mikro berbasis komunitas dengan estimasi potensi omzet bulanan mencapai Rp5–12 juta, tergantung pada kapasitas produksi, strategi pemasaran, dan tingkat permintaan konsumen.

Freeletics, sebagai komunitas pelari, di balik aktivitas fisik yang intens, menghadapi tantangan dalam pemenuhan kebutuhan hidrasi sehat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar anggota masih mengandalkan minuman isotonik komersial yang beredar di pasaran. Meskipun praktis, produk tersebut umumnya mengandung gula dan pemanis buatan dalam jumlah relatif tinggi yang berpotensi menimbulkan risiko kesehatan jangka panjang apabila dikonsumsi secara rutin. Selain itu, harga produk yang cukup mahal menjadi beban ekonomi tersendiri bagi anggota, terutama ketika dikonsumsi secara berkelanjutan setelah latihan maupun lomba. Ketergantungan terhadap produk pabrikan juga menyebabkan komunitas tidak memiliki alternatif hidrasi sehat yang dapat dikelola secara mandiri, sehingga menciptakan kerentanan baik dari aspek kesehatan maupun ekonomi (World Health Organization, 2015).

Tangerang adalah wilayah yang memiliki kemudahan dalam mengakses potensi sumber daya lokal yang melimpah dan berpeluang besar untuk dikembangkan sebagai bahan baku minuman isotonik alami. Bahan baku tersebut juga terbilang murah dan bermanfaat untuk meningkatkan kesehatan, terutama dalam kegiatan atletik yang ditekuni komunitas Freeletics. Bahan-bahan seperti kelapa muda sebagai sumber elektrolit alami, jeruk dan lemon yang kaya akan vitamin C, madu sebagai sumber energi alami, serta jahe dan rempah-rempah lainnya yang berfungsi meningkatkan metabolisme tubuh, tersedia dengan mudah di lingkungan sekitar (Benzie & Wachtel-Galor, 2011). Apabila diolah secara tepat, bahan-bahan lokal tersebut dapat menghasilkan minuman isotonik alami yang sehat, aman, dan memiliki nilai ekonomi.

Hingga saat ini, Komunitas Freeletics Tangerang belum memiliki pengalaman dalam mengelola wirausaha berbasis kesehatan. Aktivitas ekonomi komunitas masih terbatas pada iuran anggota dan dukungan sponsor dalam skala kecil, tanpa adanya unit usaha yang dapat mendukung kemandirian finansial komunitas. Selain itu, anggota belum memiliki pengetahuan dan keterampilan terkait formulasi minuman sehat, teknik pengemasan, branding, serta strategi pemasaran digital, meskipun media sosial telah digunakan secara aktif untuk koordinasi dan publikasi kegiatan komunitas (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Permasalahan komunitas secara umum dapat dirangkum dalam empat aspek utama, yaitu: (1) keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengolah bahan lokal menjadi minuman isotonik sehat; (2) belum terbentuknya unit usaha komunitas yang dapat mendukung keberlanjutan kegiatan dan kesejahteraan anggota; (3) tingginya ketergantungan terhadap produk isotonik pabrikan dengan harga relatif mahal dan kandungan yang kurang sesuai untuk konsumsi jangka panjang; serta (4) minimnya pemahaman mengenai branding dan pemasaran digital produk kesehatan (Hisrich et al., 2017).

Kondisi tersebut sekaligus membuka peluang besar bagi pengembangan program pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas. Tingginya solidaritas anggota, kebutuhan hidrasi sehat yang berkelanjutan, serta akses luas terhadap media sosial menjadikan Komunitas Freeletics Tangerang tidak hanya sebagai konsumen potensial, tetapi juga sebagai produsen ideal produk minuman isotonik alami berbasis bahan lokal. Apabila diberdayakan secara tepat,

komunitas ini berpotensi menjadi model pengembangan wirausaha kesehatan berbasis komunitas di wilayah perkotaan.

Program pemberdayaan masyarakat yang diusulkan dirancang dengan pendekatan komprehensif dari hulu hingga hilir, meliputi pelatihan formulasi minuman isotonik alami berbahan lokal, pengemasan dan manajemen usaha, serta penguatan branding dan pemasaran digital. Minuman isotonik yang dikembangkan menggunakan air kelapa, madu, jeruk, lemon, dan garam mineral alami. Air kelapa berfungsi sebagai sumber elektrolit alami untuk menggantikan cairan tubuh yang hilang selama aktivitas fisik, madu sebagai sumber energi alami, sedangkan jeruk dan lemon kaya akan vitamin C yang membantu meningkatkan daya tahan tubuh. Penambahan garam mineral alami membantu menjaga keseimbangan elektrolit dan mencegah dehidrasi pada pelari setelah latihan intensif.

Pemanfaatan bahan lokal tersebut tidak hanya mendukung kesehatan anggota komunitas, tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi produk melalui inovasi minuman sehat berbasis sumber daya lokal. Dengan pendekatan ekosistem wirausaha, program diharapkan mampu meningkatkan kemandirian komunitas, baik dari aspek kesehatan maupun ekonomi. Manfaat program bersifat ganda. Dari aspek kesehatan, anggota komunitas memperoleh alternatif minuman hidrasi yang lebih sehat, terjangkau, dan aman untuk konsumsi jangka panjang. Dari aspek ekonomi, terbentuknya unit usaha komunitas diharapkan dapat menciptakan sumber pendapatan baru yang mendukung keberlanjutan kegiatan komunitas. Dengan demikian, Komunitas *Freeletics* Tangerang dapat bertransformasi dari sekadar konsumen produk pabrikan menjadi komunitas yang mandiri, sehat, dan berdaya saing.

Program ini juga selaras dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dan mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi. Melalui keterlibatan mahasiswa dan dosen dalam pemberdayaan masyarakat, program ini berkontribusi pada peningkatan kompetensi kewirausahaan dan kesehatan masyarakat, serta mendukung capaian IKU 1, 2, 3, dan 5. Selain itu, keberhasilan program diharapkan dapat direplikasi oleh komunitas olahraga lain, sehingga memberikan kontribusi lebih luas dalam pengembangan wirausaha kesehatan berbasis potensi lokal.

## 2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *community empowerment* berbasis *participatory training* dan pendampingan usaha dengan melibatkan mitra secara aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Kegiatan dilaksanakan di Komunitas *Freeletics* Tangerang dengan melibatkan 30 anggota komunitas pelari yang bersedia mengikuti seluruh rangkaian program. Program dimulai dengan analisis kebutuhan pada November 2025, dilanjutkan dengan koordinasi program pada Desember 2025, serta pelaksanaan kegiatan utama pada 11 Januari 2026 di ruang teater dan diskusi Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah (DPAD) Kota Tangerang. Kegiatan tindak lanjut berupa pendampingan usaha, pembuatan branding, evaluasi, dan keberlanjutan program dilaksanakan pada 7 dan 14 Februari 2026. Metode pelaksanaan dilakukan melalui enam tahapan utama, yaitu analisis kebutuhan, pelatihan, pendampingan usaha, pembuatan branding, evaluasi, dan keberlanjutan program.



**Gambar 1.** Rapat Koordinasi Persiapan Program dengan Anggota Tim dan Mitra (Tahap Analisa Kebutuhan)

### 1) Tahap Analisis Kebutuhan Mitra

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pengurus komunitas, serta diskusi kelompok terarah atau *Forum Group Discussion* (FGD) untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra dan potensi pengembangan usaha berbasis kesehatan. Analisis kebutuhan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu kemampuan produksi, manajemen usaha, dan strategi pemasaran produk. Hasil analisis menunjukkan bahwa komunitas memiliki kebutuhan akan alternatif minuman hidrasi sehat serta peluang pengembangan usaha berbasis bahan lokal. Namun demikian, keterbatasan pengetahuan mengenai formulasi produk, pengelolaan usaha, serta pemasaran digital menjadi kendala utama yang perlu diatasi melalui program pemberdayaan (Krueger & Casey, 2015).



**Gambar 2.** Seminar dan Pelatihan Produksi Minuman Isotonik Alami (Tahap Pelatihan Produksi Minuman Isotonik Alami)

### 2) Tahap Pelatihan Produksi Minuman Isotonik Alami

Tahap kedua adalah pelatihan produksi minuman isotonik alami berbasis bahan lokal. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung (*learning by doing*). Materi pelatihan meliputi motivasi melakukan kewirausahaan untuk komunitas pelari, mengenal bahan dan alat membuat minuman isotonik alami untuk pelari dan praktiknya, mengenal dan praktik cara melakukan *branding* produk dan *packaging*, mengenal dan praktik cara melakukan promosi produk secara digital dan marketplace. Peserta melakukan praktik pembuatan minuman isotonik dengan memanfaatkan bahan lokal seperti air kelapa sebagai sumber elektrolit alami, jeruk atau lemon sebagai sumber vitamin C, madu sebagai sumber energi cepat, serta jahe sebagai penambah metabolisme tubuh. Selanjutnya dilakukan uji coba beberapa variasi resep untuk memperoleh formulasi produk yang memiliki cita rasa baik dan kandungan gizi seimbang. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan mengenai sanitasi dan keamanan pangan yang meliputi teknik pengolahan higienis, proses sterilisasi kemasan, serta penyimpanan produk sesuai prinsip *Good Manufacturing Practice* (GMP) skala usaha kecil.

### 3) Tahap Pendampingan Manajemen Usaha

Setelah peserta memiliki keterampilan produksi, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan dalam pengembangan manajemen usaha komunitas. Pada tahap ini dilakukan workshop manajemen usaha sederhana yang mencakup pembentukan struktur organisasi usaha, pembagian peran pengelola, serta sistem pencatatan keuangan dasar. Peserta juga dilatih menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan menentukan harga jual produk yang kompetitif. Selain itu, tim pengabdian memberikan pendampingan dalam penyusunan rencana bisnis sederhana (*business plan*) serta pengenalan proses legalitas usaha seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai langkah awal pengembangan usaha yang berkelanjutan (Hisrich et al., 2017).

### 4) Tahap pelatihan branding dan pemasaran digital

Tahap selanjutnya adalah peningkatan kapasitas mitra dalam pemasaran produk melalui pelatihan digital marketing dan branding produk. Peserta diberikan materi mengenai pengembangan identitas produk, desain logo dan label kemasan, serta strategi pemasaran melalui media sosial. Pendampingan juga dilakukan dalam pembuatan konten promosi digital, teknik fotografi produk sederhana, serta pemanfaatan platform marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Strategi pemasaran komunitas juga diarahkan melalui pemanfaatan jaringan komunitas olahraga dan event lari sebagai pasar potensial (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

#### 5) Tahap Evaluasi Program

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk menilai efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas mitra. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta terkait konsep berwirausaha, produksi minuman sehat, manajemen usaha, pembuatan branding, serta pemasaran produk. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi keterampilan peserta dalam memproduksi minuman isotonik, kemampuan mengelola usaha komunitas, serta aktivitas promosi produk di media digital (Sugiyono, 2017).

#### 6) Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program dilakukan melalui pembentukan unit usaha komunitas *Freeletics* Tangerang yang dikelola oleh anggota komunitas. Unit usaha ini diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan produk minuman isotonik alami sekaligus meningkatkan kemandirian ekonomi komunitas. Tim pengabdian tetap memberikan pendampingan secara berkala melalui komunikasi daring untuk memastikan keberlanjutan usaha yang telah dirintis.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Pengabdian bersama mitra melalui metode enam tahapan telah dilaksanakan sesuai rencana, berjalan dengan lancar, dan menghasilkan berbagai temuan seputar fakta berdasarkan hasil survei dan wawancara, di antaranya bahwa kebutuhan mitra akan konsumsi minuman isotonik memang tinggi. Terbukti bahwa mayoritas mitra atau responden mengonsumsi minuman isotonik pabrikan sebesar 70%, sedangkan minuman isotonik yang alami atau buatan sendiri hanya 30%. Hasil temuan tersebut sejalan dengan berbagai Pengabdian sebelumnya yang menyatakan bahwa kebutuhan cairan dan elektrolit pada individu dengan aktivitas fisik tinggi cenderung meningkat, sehingga konsumsi minuman isotonik menjadi pilihan utama untuk menjaga keseimbangan hidrasi. Menurut beberapa studi dalam bidang fisiologi olahraga, minuman isotonik pabrikan lebih banyak dipilih karena memiliki komposisi elektrolit dan karbohidrat yang terstandar, sehingga dinilai lebih praktis dan efektif dalam menggantikan cairan tubuh yang hilang selama aktivitas fisik. Selain itu, Pengabdian lain juga menunjukkan bahwa faktor kemudahan akses, rasa, serta persepsi keamanan produk turut memengaruhi preferensi individu dalam memilih minuman isotonik pabrikan dibandingkan dengan minuman alami atau buatan sendiri.

Di sisi lain, meskipun minuman isotonik alami memiliki potensi sebagai alternatif yang lebih sehat dan ekonomis, pemanfaatannya masih relatif rendah karena kurangnya pengetahuan masyarakat terkait komposisi yang tepat serta manfaatnya dalam menunjang performa dan pemulihan tubuh. Oleh karena itu, hasil ini memperkuat pentingnya edukasi kepada masyarakat atau mitra terkait alternatif minuman isotonik alami yang efektif, aman, dan mudah dibuat sebagai upaya meningkatkan kemandirian dalam pemenuhan kebutuhan hidrasi (Thomas et al., 2016). Pada tahapan kegiatan yang kedua, pengabdian memiliki kepentingan untuk memaparkan kepada mitra yang merupakan komunitas pelari tentang konsep, cara, dan strategi wirausaha yang menghasilkan minuman isotonik yang alami serta mengajarkan praktiknya. Hasil dari kegiatan pemberdayaan komunitas pelari *Freeletics* yang dilakukan dengan menyebarkan soal pretest dan posttest melalui formulir Google berupa pertanyaan tentang konsep kewirausahaan, cara pembuatan isotonik dengan bahan alami, strategi *marketing*, dan pembuatan *branding*, diketahui bahwa tingkat pengetahuan mitra atau peserta pelatihan yang jumlahnya sebanyak 30 orang awalnya masih rendah dengan skor 42 dalam mengetahui konsep dan strategi melakukan wirausaha, khususnya menghasilkan minuman isotonik. Namun, setelah diberikan seminar dan pelatihan, ada peningkatan menjadi skor 92, bertambah 46 poin.

**Tabel 1.** Evaluasi Program Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Mitra (N=30)

Jenis Minuman Isotonik yang Sering di Konsumsi	Pre-Test		Post-Test
	F	%	
Alami/ Buatan Sendiri	7	30%	46
Pabrikan	21	70%	92

Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa intervensi berupa seminar dan pelatihan memiliki efektivitas yang tinggi dalam meningkatkan pengetahuan mitra. Peningkatan skor dari 42 menjadi 92 mengindikasikan adanya perubahan yang signifikan secara kognitif setelah peserta mendapatkan paparan materi dan praktik langsung. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran orang dewasa (andragogi) yang menyatakan bahwa individu dewasa akan lebih mudah memahami dan menginternalisasi pengetahuan apabila proses belajar dilakukan secara kontekstual, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan mereka (Knowles et al., 2015).

Dalam konteks ini, pendekatan yang digunakan Pengabdian, yakni mengombinasikan penyampaian konsep, strategi wirausaha, serta praktik pembuatan minuman isotonik alami dengan mendukung proses pembelajaran yang bersifat *experiential learning*. Teori *experiential learning* menekankan bahwa pengalaman langsung menjadi faktor kunci dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan, sehingga peserta tidak hanya mengetahui secara teori, tetapi juga mampu mengaplikasikannya. Hal ini terbukti dari lonjakan skor yang cukup besar setelah pelatihan diberikan.

Selain itu, hasil ini juga didukung oleh Pengabdian terdahulu yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan berbasis praktik dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan diri peserta dalam memulai usaha. Peningkatan pengetahuan yang signifikan menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra, khususnya komunitas pelari yang memiliki potensi pasar dalam pengembangan minuman isotonik alami (Hisrich et al., 2017).

Lebih lanjut, peningkatan ini juga mencerminkan bahwa metode penyuluhan yang interaktif dan partisipatif mampu meningkatkan daya serap informasi peserta. Keterlibatan aktif peserta selama proses pelatihan, seperti diskusi dan praktik langsung, berkontribusi terhadap peningkatan pemahaman yang lebih optimal dibandingkan dengan metode ceramah satu arah.

Dengan demikian, hasil kegiatan ini menegaskan bahwa edukasi yang terstruktur dan berbasis praktik tidak hanya efektif dalam meningkatkan pengetahuan, tetapi juga berpotensi mendorong perubahan perilaku dan minat berwirausaha pada mitra. Hal ini menjadi dasar penting dalam pengembangan program pengabdian masyarakat yang berkelanjutan, khususnya dalam pemberdayaan komunitas melalui inovasi produk berbasis kebutuhan mereka.

Temuan yang didapat pada tahapan ketiga, di mana pengabdian melakukan pendampingan manajemen usaha, diketahui bahwa mitra telah memahami secara konsep, teori, dan praktik saat kegiatan workshop. Mitra, ketika dibagi dalam kelompok, mampu membentuk struktur organisasi usaha, mampu membagi peran pengelola usaha, serta mampu menjalankan sistem pencatatan keuangan dasar. Hasil kegiatan juga menunjukkan peserta mampu menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan mampu menghitung serta menentukan harga jual produk yang kompetitif. Selain itu, mitra juga tampak mampu menyusun rencana bisnis sederhana (business plan) serta memperkenalkan proses legalitas usaha, seperti mampu mengenal dan mengaplikasikan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) (Hisrich et al., 2017).

Oleh karena itu, hasil pada tahap ketiga tersebut menunjukkan bahwa pendampingan manajemen usaha yang diberikan telah mampu meningkatkan kapasitas mitra tidak hanya pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada keterampilan praktis dalam menjalankan usaha. Kemampuan mitra dalam membentuk struktur organisasi, membagi peran, serta melakukan pencatatan keuangan dasar mencerminkan penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Hal ini sejalan dengan teori manajemen usaha kecil yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya secara terstruktur dan sistematis.

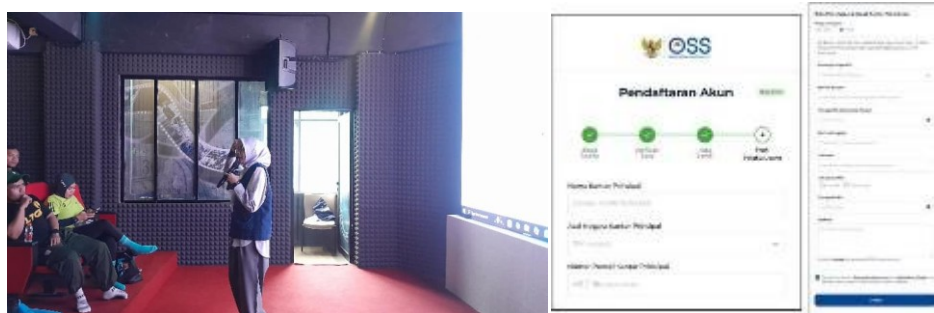
Selain itu, kemampuan mitra dalam menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan menentukan harga jual yang kompetitif menunjukkan adanya peningkatan literasi keuangan dan pemahaman terhadap prinsip dasar akuntansi biaya. Dalam kajian kewirausahaan, aspek penentuan harga merupakan faktor krusial yang memengaruhi keberlanjutan usaha, karena berkaitan langsung dengan keuntungan dan daya saing produk di pasar. Pengabdian terdahulu

juga mengungkapkan bahwa pelatihan yang disertai pendampingan intensif mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan perencanaan keuangan dan pengambilan keputusan bisnis yang lebih rasional.



**Gambar 3.** Pendampingan Peserta Menghitung Harga Pokok Produksi (HPP) dan Menentukan Harga Jual Bukti Peningkatan Literasi Keuangan

Kemampuan mitra dalam menyusun rencana bisnis sederhana (*business plan*) serta memahami proses legalitas usaha seperti pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) menunjukkan adanya peningkatan kesiapan dalam menjalankan usaha secara formal dan berkelanjutan. Hal ini didukung oleh teori kewirausahaan yang menekankan pentingnya perencanaan bisnis sebagai panduan strategis dalam mengembangkan usaha, serta legalitas sebagai bentuk perlindungan hukum dan akses terhadap peluang pasar yang lebih luas. Beberapa hasil pengabdian juga menyatakan bahwa pelaku usaha yang memiliki legalitas cenderung lebih mudah mengakses permodalan dan kemitraan.



**Gambar 4.** Pendampingan Peserta Pengurusan Legalitas Usaha Melalui OSS untuk Penerbitan NIB

Hasil kegiatan pada tahap ini memperkuat bahwa pendekatan pendampingan yang komprehensif dan aplikatif efektif dalam meningkatkan kompetensi manajerial mitra. Tidak hanya berhenti pada pemahaman konsep, tetapi juga mendorong kemampuan implementatif yang menjadi fondasi penting dalam membangun usaha yang mandiri, profesional, dan berkelanjutan (Scarborough & Cornwall, 2016).

Pelaksanaan pada tahap keempat sekitar tanggal 7 Februari 2026 adalah ketika mitra menciptakan branding untuk produk minuman isotonik yang telah dibuatnya, lalu praktik melaksanakan pemasaran digital. Brand atau logo yang diciptakan oleh tiga kelompok peserta yang telah dibagi. Masing-masing kelompok memiliki nama brand, di antaranya *Natic Water*, *Isomi Fresh*, dan *D'fresh*. Sedangkan dari praktik yang telah dilaksanakan, semua kelompok dapat membuat media sosial untuk dijadikan sarana pemasaran serta mempelajari strategi pemasaran melalui *marketplace*.

Pelaksanaan dari tahapan keempat menunjukkan bahwa kemampuan mitra dalam menciptakan branding produk serta mengimplementasikan pemasaran digital merupakan indikator penting dari kesiapan usaha untuk bersaing di pasar. Penciptaan nama brand seperti *Natic Water*, *Isomi Coco*, dan *D'fresh* mencerminkan proses pembentukan identitas produk yang

menjadi bagian dari strategi diferensiasi. Dalam teori pemasaran, branding berperan krusial dalam membangun persepsi, kepercayaan, dan loyalitas konsumen. Merek yang kuat tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga sebagai nilai tambah yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2016).



**Gambar 5.** Pendampingan Peserta Pembuatan Brand Merk dan Design Logo Merk

Kemampuan mitra dalam membuat dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran menunjukkan adanya peningkatan literasi digital dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Hal ini sejalan dengan konsep digital marketing yang menekankan pentingnya penggunaan platform online untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif dan efisien. Pengabdian terdahulu juga menyatakan bahwa pelaku usaha mikro dan kecil yang memanfaatkan media sosial dan marketplace mengalami peningkatan visibilitas produk serta peluang penjualan dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Keterlibatan mitra dalam mempelajari strategi pemasaran melalui *marketplace* menunjukkan pemahaman awal terhadap ekosistem bisnis digital yang saat ini berkembang pesat. *Marketplace* memberikan kemudahan akses pasar, sistem transaksi yang terintegrasi, serta peluang untuk bersaing secara lebih terbuka. Dalam kajian kewirausahaan modern, kemampuan mengintegrasikan branding dengan pemasaran digital menjadi kompetensi kunci dalam meningkatkan daya saing usaha, khususnya pada produk berbasis inovasi seperti minuman isotonik alami (Laudon & Traver, 2021).

Hasil pada tahap ini memperkuat bahwa pendampingan yang mengarah pada penguatan identitas produk dan pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan kapasitas mitra dalam aspek pemasaran. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga membuka peluang nyata bagi mitra untuk mengembangkan usaha secara lebih luas, adaptif, dan berkelanjutan di era digital.

Pelaksanaan pada tahap kelima dan keenam, yaitu evaluasi dan keberlanjutan program, dilaksanakan pada tanggal 14 Februari 2026, memang menjadi pekerjaan rumah yang perlu terus-menerus dilaksanakan. Sehingga program ini tidak terputus hanya pada kegiatan seminar, pelatihan, atau workshop semata. Namun, program ini dapat *sustainable* dan dapat menghasilkan produk serta manajemen usaha yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Oleh karena itu, perlu adanya pertemuan lanjutan yang intensif dalam rangka melakukan monitoring serta evaluasi bersama mitra pengabdian.

Tahapan kelima dan keenam menegaskan bahwa aspek evaluasi dan keberlanjutan program merupakan komponen krusial dalam keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat. Secara teoritis, model pemberdayaan masyarakat menekankan bahwa suatu intervensi tidak akan memberikan dampak jangka panjang apabila tidak disertai dengan proses monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan. Evaluasi berfungsi untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi kendala yang dihadapi mitra, serta menjadi dasar dalam perbaikan strategi ke depan (Rossi et al., 2019).

Konsep sustainability dalam program pemberdayaan menyatakan bahwa keberlanjutan dapat tercapai apabila terdapat pendampingan yang konsisten dan keterlibatan aktif antara fasilitator (Pengabdian) dan mitra. Pengabdian terdahulu juga menunjukkan bahwa program

pelatihan yang hanya bersifat satu kali (*one-off training*) cenderung memiliki dampak yang terbatas, sedangkan program yang disertai dengan pendampingan lanjutan, monitoring rutin, dan evaluasi berkala mampu meningkatkan keberhasilan implementasi serta kemandirian mitra dalam menjalankan usaha.

Pertemuan lanjutan setelah kegiatan inti pada tanggal 7 dan 14 Februari 2026 yang intensif antara pengabdian dan mitra mencerminkan adanya pendekatan *continuous improvement*, di mana proses pembelajaran dan pengembangan usaha dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan. Hal ini sejalan dengan teori manajemen yang menekankan pentingnya siklus evaluasi berulang (*plan-do-check-act*) dalam menjaga kualitas dan keberlangsungan suatu program atau usaha. Dengan adanya monitoring yang berkelanjutan, mitra tidak hanya mampu mempertahankan hasil yang telah dicapai, seperti pembuatan NIB, penghitungan HPP, pembuatan nama brand dan logo brand, serta pemasaran melalui *marketplace*. Tetapi juga dapat mengembangkan inovasi produk dan manajemen usaha secara lebih optimal.

Dengan demikian, hasil pada tahap ini memperkuat bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh pelaksanaan kegiatan awal, tetapi juga oleh komitmen dalam melakukan evaluasi dan pendampingan berkelanjutan. Pendekatan ini menjadi kunci dalam memastikan bahwa program pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak yang nyata, berkelanjutan, dan mampu mendorong kemandirian ekonomi mitra.

#### 4. Simpulan dan Saran

Program pengabdian masyarakat berbasis *community empowerment* melalui enam tahapan terbukti efektif meningkatkan kapasitas mitra Komunitas Freeletics Tangerang. Kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan sebesar 4 poin dari awal, dari skor 46 (kurang) menjadi skor 92 (sangat tinggi), keterampilan produksi minuman isotonik alami, manajemen usaha, serta kemampuan branding dan pemasaran digital. Mitra juga menunjukkan kesiapan dalam membangun usaha melalui penyusunan *business plan* dan pengurusan legalitas. Selain itu, program mendorong kemandirian ekonomi berbasis komunitas. Keberlanjutan program memerlukan pendampingan, monitoring, dan evaluasi berkelanjutan agar usaha yang telah dirintis dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

Saran yang dapat diberikan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah perlunya pendampingan lanjutan secara berkala untuk memastikan keberlanjutan usaha yang telah dirintis oleh mitra, terutama dalam aspek produksi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital. Selain itu, mitra diharapkan terus melakukan inovasi terhadap produk minuman isotonik alami, baik dari segi variasi rasa, kualitas, maupun kemasan, agar memiliki daya saing di pasar. Penguatan jaringan pemasaran juga perlu ditingkatkan melalui kolaborasi dengan komunitas olahraga lain, partisipasi dalam event lari, serta optimalisasi penggunaan media sosial dan *marketplace*. Di sisi lain, pengabdian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan program serupa dengan cakupan yang lebih luas serta melakukan evaluasi jangka panjang untuk melihat dampak keberlanjutan usaha. Dukungan dari pemerintah maupun stakeholder terkait juga sangat diperlukan, khususnya dalam hal fasilitasi legalitas usaha, akses permodalan, dan perluasan jaringan pemasaran.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Majelis Pendidikan Tinggi Pengabdian dan Pengembangan (DIKTILITBANG) Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah yang telah mendukung dan mendanai Program pengabdian masyarakat ini melalui hibah RisetMu batch IX dengan nomor kontrak 0259.420/I.3/D/2025. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada mitra kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu komunitas pelari Freeletics Tangerang, atas kesediaannya menjadi mitra dan berpartisipasi dan bekerja sama dalam menyukseskan kegiatan. Kepada Pimpinan Universitas Muhammadiyah Tangerang, anggota dosen dari Fakultas Ilmu Kesehatan (FIKES) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), serta seluruh anggota mahasiswa kegiatan pengabdian masyarakat yang berkontribusi.

#### 6. Daftar Pustaka

- Benzie, I. F. F., & Wachtel-Galor, S. (2011). *Herbal medicine: Biomolecular and clinical aspects* (2nd ed.). CRC Press.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.

- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2022). *Pedoman Aktivitas Fisik untuk Kesehatan*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development* (8th ed.). Routledge.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus groups: A practical guide for applied research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, and society* (16th ed.). Pearson.
- Putra, A., & Wibowo, S. (2021). Tren olahraga lari sebagai gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia. *Jurnal Keolahragaan Indonesia*, 9(2), 123–130.
- Rossi, P. H., Lipsey, M. W., & Henry, G. T. (2019). *Evaluation: A systematic approach* (8th ed.). SAGE Publications.
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (8th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Pengabdian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thomas, D. T., Erdman, K. A., & Burke, L. M. (2016). Position of the Academy of Nutrition and Dietetics: Nutrition and athletic performance. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(3), 501–528. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2015.12.006>
- World Health Organization. (2015). *Guideline: Sugars intake for adults and children*. WHO Press.