



KODE ARTIKEL : PKM-24-3-9-5

PENINGKATAN PEMASARAN DIGITAL UMKM JAMU TRADISIONAL “JALUMAS” SEBAGAI UPAYA PENGUATAN DAYA SAING USAHA

Aldila Krisnaesanti, Ade Irma Anggraeni, dan Tohir

Universitas Jenderal Soedirman

*email korespondensi : aldila.krisnaesanti@unsoed.ac.id

ABSTRAK

Tim Pengabdian melakukan program pengabdian masyarakat pada “JALUMAS”, UMKM yang memproduksi jamu tradisional. UMKM Jalumas beralamat di Desa Cingebul RT 01 RT 07, Kecamatan Lumbar, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan antara lain jahe instan, lengkuas instan, jahe instan, kunyit instan, rempah racikan “NGACUNG”, dan wedang rempah. Jalumas menghadapi permasalahan terkait pemasaran yaitu kemampuan memanfaatkan dan mengelola e-commerce yang masih rendah, serta belum memiliki katalog produk yang menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian memberikan pelatihan mengenai optimalisasi pemasaran digital dan pembuatan konten dalam bentuk video atau foto untuk mendukung pemasaran digital dan memperkuat daya saing usaha. Luaran dari program pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan kemampuan UMKM Jalumas dalam mengikuti kegiatan pemasaran secara online dan memiliki konten pemasaran serta katalog produk sehingga tim Jalumas dapat memasarkan produknya lebih luas.

Kata kunci : Jamu Tradisional, Pemasaran Digital, Katalog Produk

PENDAHULUAN

Rempah-rempah dan jamu telah menjadi bagian penting dari tradisi kesehatan dan pengobatan alami di Indonesia sejak berabad-abad. Rempah-rempah seperti kunyit, jahe, dan temulawak memiliki sifat antiinflamasi, antioksidan, serta mampu meningkatkan sistem kekebalan tubuh. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prasetya et al. (2020), kunyit memiliki senyawa kurkumin yang efektif dalam mengurangi peradangan dan stres oksidatif, yang dapat membantu dalam pencegahan berbagai penyakit kronis, termasuk diabetes dan penyakit jantung. Selain itu, jahe dikenal karena sifat antinyeri dan kemampuannya meredakan masalah pencernaan, sementara temulawak dapat meningkatkan fungsi hati dan memperbaiki metabolisme (Wulandari, 2021).

Selain rempah-rempah, jamu yang terbuat dari berbagai campuran bahan alami seperti kunyit asam, beras kencur, dan jahe merah, juga dikenal memiliki banyak manfaat kesehatan. Jamu kunyit asam, misalnya, tidak hanya berfungsi sebagai antioksidan alami tetapi juga membantu mengatur siklus menstruasi dan memperbaiki kesehatan kulit (Purnamasari et al., 2019). Beras kencur, yang mengandung kencur dan beras, dipercaya dapat memberikan efek peningkatan energi dan meringankan rasa sakit tubuh, serta efektif dalam mengatasi kelelahan (Susanti & Darmawan, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa jamu memiliki potensi yang kuat sebagai suplemen kesehatan alami yang mendukung keseimbangan tubuh.

Selain manfaat fisik, penggunaan rempah-rempah dan jamu juga memiliki dampak positif terhadap kesejahteraan mental. Sebagai contoh, ramuan jahe merah dan serai dalam bentuk minuman dipercaya dapat membantu mengurangi tingkat kecemasan dan memperbaiki kualitas tidur. Penelitian oleh Rahmawati dan Hasanah (2023) menunjukkan bahwa konsumsi jahe merah dalam bentuk jamu dapat menurunkan kadar kortisol, hormon stres, hingga 20%. Dengan demikian, rempah-rempah dan jamu tidak hanya bermanfaat untuk kesehatan fisik, tetapi juga berperan penting dalam menjaga keseimbangan mental dan emosional.

Pengembangan industri jamu merupakan wujud melestarikan kearifan lokal dalam pengobatan tradisional. Selain itu, industri jamu juga memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan dan menjanjikan (Kusumo et al. 2020). Sudah banyak upaya untuk memodernisasi produksi jamu agar lebih memenuhi standar



produksi yang baik serta menjaga kualitas dan keamanan produk. Salah satu UMKM yang memiliki produk utama berupa jamu tradisional adalah UMKM Jamu Alas Lumbir Ujung Banyumas (Jalumas).

UMKM Jalumas beralamat di Desa Cingebul RT 01 RT 07, Kecamatan Lumbir, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa tengah. UMKM Jalumas menyediakan jamu tradisional yang diolah dari memanfaatkan potensi yang ada di Desa Cingebul. UMKM Jalumas mulai memproduksi pada tahun 2020 salah satunya dilatarbelakangi oleh kondisi Pandemi Covid-19 yang membuat masyarakat mencari produk herbal yang baik untuk meningkatkan kekebalan tubuh. Produk yang dihasilkan UMKM Jalumas meliputi jahe instan, kencur instan, temulawak instan, kunyit instan, racik rempah “Ngacung”, dan wedang rempah. Omzet UMKM Jalumas mencapai Rp 5.000.000,00/ bulan dan memiliki karyawan berjumlah 6 orang.

Berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola UMKM Jalumas, pada proses produksi masih menemui kendala yaitu pada tahap pemotongan rempah-rempah masih menggunakan alat manual yaitu pisau biasa sehingga proses pemotongan menghabiskan waktu yang lama. Proses “rajang” sereh jika 50 kg sereh bisa menghabiskan waktu dari tiga sampai empat jam mulai dari proses membersihkan sampai “Rajang”. Proses penggilingan rempah-rempah juga masih menemui kendala. UMKM Jalumas memiliki alat penggiling yang kapasitas penggilingannya kecil sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk menghasilkan serbuk jamu. Alat penggilingan juga sering rusak karena intensitas penggilingan yang tinggi. Kendala ini menghambat proses produksi sehingga produk yang dihasilkan juga terbatas. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan intervensi yang dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kemampuan pemasaran digital UMKM Jalumas.

Program pengabdian ini memiliki beberapa tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan mitra dalam pemasaran digital, pembuatan e-catalog, dan meningkatkan pengetahuan mitra dalam optimalisasi platform penjualan online. Diharapkan bahwa manfaat dari program ini akan memberikan peningkatan daya saing UMKM Jalumas melalui strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Selain itu, kegiatan ini juga mencerminkan komitmen Universitas Jenderal Soedirman dalam memberikan kontribusi nyata berupa teknologi dan pengetahuan kepada masyarakat sekitar.

MATERI DAN METODE

Manajemen pemasaran UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Pemasaran pada UMKM seringkali dihadapkan pada keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun sumber daya manusia, sehingga pendekatan pemasaran yang inovatif dan efektif sangat diperlukan. Menurut Kotler dan Keller (2019), strategi pemasaran yang relevan untuk UMKM meliputi segmentasi pasar yang lebih spesifik, pendekatan produk yang unik, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Digital marketing memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa biaya besar. Hal ini semakin diperkuat oleh riset yang menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan pemasaran digital mengalami peningkatan pendapatan hingga 25% dalam dua tahun terakhir (Hidayat & Purnamasari, 2020).

Selain itu, aspek customer relationship management (CRM) juga menjadi elemen penting dalam manajemen pemasaran UMKM. Dengan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, UMKM dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperoleh feedback yang berguna untuk inovasi produk atau layanan. Menurut Prasetyo (2021), implementasi CRM pada UMKM di Indonesia menunjukkan peningkatan retensi pelanggan sebesar 30% dalam periode satu tahun. Faktor-faktor lain seperti penetapan harga yang fleksibel, promosi yang tepat sasaran, dan layanan purna jual yang memuaskan turut menjadi komponen kunci yang harus diperhatikan dalam manajemen pemasaran UMKM.

Di era transformasi digital saat ini, UMKM juga dihadapkan pada tantangan dalam memahami dan memanfaatkan teknologi pemasaran berbasis data. Penelitian oleh Wicaksono (2023) menunjukkan bahwa penerapan analisis data sederhana pada strategi pemasaran UMKM dapat meningkatkan efektivitas kampanye promosi hingga 40%. Penggunaan teknologi seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi



mobile, memungkinkan UMKM lebih mudah berinteraksi dengan pelanggan, memantau tren pasar, dan melakukan inovasi produk sesuai permintaan pasar. Dengan demikian, pengembangan kapasitas manajemen pemasaran berbasis teknologi menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan global.

Metode Pemecahan Masalah

Adapun pemecahan masalah yang ditawarkan untuk mendukung realisasi program dan partisipasi mitra dalam pelaksanaan program tampak pada Tabel 1. berikut ini:

Tabel 1. Rencana kegiatan dan partisipasi mitra.

No.	Solusi yang ditawarkan	Rencana Kegiatan	Partisipasi Mitra
1.	Penyuluhan dan pelatihan tentang optimalisasi pemasaran digital	Penyuluhan dan pelatihan tentang pentingnya melakukan kegiatan pemasaran digital	Mendengarkan dan mencatat, dan praktik pemasaran digital
2.	Pelatihan Foto produk dan pembuatan konten pemasaran digital	Pelatihan tentang cara membuat tampilan di foto dan konten produk menarik calon pembeli	Berlatih bersama menggunakan handphone pribadi
3.	Pendampingan optimalisasi platform penjualan online dan pembuatan katalog cetak dan katalog	Tim pengabdian memberikan pendampingan optimalisasi platform penjualan online dan pembuatan katalog	Mitra melakukan optimalisasi platform penjualan online dan membuat katalog

Metode Pelaksanaan

Metode yang ditawarkan mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra adalah dengan melaksanakan kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang manajemen pemasaran.

Rancangan Evaluasi

Tim pengabdian akan melakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan mengacu pada target luaran atau tolok ukur keberhasilan kegiatan yang telah ditetapkan pada setiap kegiatan. Adapun kegiatan dan target luarannya adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Kegiatan dan Target Luaran

No	Kegiatan	Tolok ukur keberhasilan
1	Penyuluhan dan pelatihan tentang optimalisasi pemasaran digital	Mitra dalam melakukan pemasaran digital
2	Pelatihan Foto produk dan pembuatan konten pemasaran digital	Mitra mampu membuat foto produk yang menarik
3	Pendampingan optimalisasi platform penjualan online	Platform penjualan online dapat meningkatkan kualitasnya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan persiapan meliputi koordinasi dengan pihak-pihak terkait, persiapan bahan, persiapan waktu pelaksanaan untuk pelatihan. Kegiatan persiapan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Koordinasi tim pengabdian dengan mitra



Koordinasi ini dilakukan pada 1 Juli 2024. Tim pengabdian IPTEKS menyampaikan rencana kegiatan yang akan dilakukan kepada mitra dan mengkoordinasikan waktu serta tempat pelaksanaan kegiatan. Tim pengabdian IPTEKS dan kelompok bersama-sama menyepakati bahwa kegiatan akan dilakukan dengan memperhatikan permasalahan mitra.



Gambar 1. Koordinasi Tim Pengabdian IPTEKS dan Mitra

Persiapan Bahan

Persiapan bahan terdiri atas materi yang akan disampaikan setiap anggota tim Pengabdian. Bahan tersebut berupa slide dan fotokopi materi yang digandakan untuk diberikan kepada peserta pelatihan. Selain materi bahan lain yang disiapkan seminar kit yang diperlukan untuk mencatat uraian dari anggota tim pelatihan.

Persiapan Alat

Alat yang dipersiapkan meliputi alat yang digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Mitra dalam hal kegiatan ini berpartisipasi dengan membawa produk yang dihasilkan sebagai bahan presentasi dari mitra.

Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi meliputi pembuatan surat ijin pelaksanaan kegiatan kepada UMKM “Jalumas”, surat tugas, surat undangan untuk mitra, daftar hadir peserta, dan daftar hadir Tim pengabdian IPTEKS.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dan Pendampingan Promosi Secara Online Menggunakan Media Sosial, dan Pelatihan Foto Produk untuk Mendukung Pemasaran Online. Pemasaran secara online menggunakan media sosial relatif mudah, murah serta dapat menjangkau pasar secara luas. Bagi usaha yang baru berdiri pemasaran menggunakan media sosial sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan produk ke konsumen. Pelatihan dan pendampingan akan dilakukan oleh tim pengabdian dan mitra sebagai peserta akan diajarkan bagaimana membuat toko online di media sosial seperti Instagram dan facebook serta bagaimana cara pengelolaannya. Pemasaran online melalui media sosial melalui Whats App, Facebook Instagram, maupun tiktok membutuhkan foto yang dapat menggambarkan produk yang dijual. Mitra akan diajarkan membuat foto produk menggunakan aplikasi Snapseed yang secara mudah dapat diinstal di Handphone mitra dan memiliki fitur yang lengkap serta mudah penggunaannya. Adapun video yang diupload dapat diakses pada link <https://vt.tiktok.com/ZS29qs3jG/>. Instagram https://www.instagram.com/jamu_jalumas?igsh=d3A5ZjZbTUxZTEEx dibuat karena UMKM Jalumas belum memiliki akun Instagram.



Gambar 2. Video Tiktok sebagai online marketing

Pembuatan e-catalog

Untuk meningkatkan daya tarik produk mitra sehingga diminati konsumen, maka mitra diberikan pelatihan tentang pembuatan e-catalog. Setelah diberi pelatihan mitra akan diberikan pendampingan sampai tercipta e-catalog yang menarik.



Gambar 3. E-catalog Jalumas

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian IPTEKS yang dilaksanakan menunjukkan bahwa UMKM Jamu Tradisional Jalumas telah memperoleh berbagai manfaat yang signifikan. Mitra mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya e-catalog dan pemasaran digital. Pelatihan yang diberikan memungkinkan mitra untuk mempraktikkan pemasaran secara online secara mandiri, termasuk kemampuan untuk membuat foto produk yang menarik dengan memanfaatkan teknologi sederhana seperti ponsel. Dengan demikian, kegiatan ini telah berkontribusi pada peningkatan keterampilan dan daya saing UMKM Jalumas di pasar yang semakin kompetitif.

Diharapkan, pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh oleh mitra melalui program pengabdian ini dapat terus diaplikasikan dan dikembangkan secara berkelanjutan. Mitra juga diharapkan proaktif dalam mengimplementasikan strategi pemasaran dan produksi yang lebih inovatif, sehingga mampu meningkatkan pertumbuhan bisnisnya secara berkesinambungan. Program ini juga mencerminkan peran strategis Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Jenderal Soedirman dalam mendorong pengembangan UMKM dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Ke depan, diharapkan cakupan pengabdian masyarakat dapat diperluas agar lebih banyak UMKM yang dapat merasakan manfaat dari program serupa.



DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, S., & Purnamasari, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 45-58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson.
- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi Traditional Indonesian Jamu: Natural Way To Boost Immune System During Pandemic. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Service)*, 4(2), 465-471.
- Prasetya, I., Wahyuni, S., & Nugroho, T. (2020). Pengaruh Kurkumin dari Kunyit Terhadap Peradangan dan Penyakit Kronis. *Jurnal Kesehatan Indonesia*, 8(2), 14-22.
- Prasetyo, A. (2021). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 80-95.
- Purnamasari, D., Ratna, S., & Wardhani, F. (2019). Manfaat Jamu Kunyit Asam Sebagai Antioksidan dan Penyeimbang Hormon Wanita. *Jurnal Herbal dan Tradisional*, 5(3), 45-52.
- Rahmawati, I., & Hasanah, N. (2023). Efek Konsumsi Jamu Jahe Merah terhadap Pengurangan Stres pada Dewasa. *Jurnal Psikologi Kesehatan*, 12(1), 34-42.
- Susanti, L., & Darmawan, A. (2022). Khasiat Beras Kencur dalam Mengatasi Kelelahan dan Nyeri Tubuh. *Jurnal Kesehatan Tradisional*, 7(1), 20-29.
- Wulandari, F. (2021). Temulawak Sebagai Antioksidan Alami untuk Kesehatan Hati dan Metabolisme Tubuh. *Jurnal Fitokimia Indonesia*, 6(4), 33-40.
- Wicaksono, D. (2023). Analisis Pemasaran Berbasis Data untuk UMKM: Sebuah Studi Empiris. *Jurnal Transformasi Digital*, 8(1), 25-38. |