

Mengangkat Potensi Jamu Tradisional sebagai Alternatif Usaha di Era Digital

Nuri Purwanto

Manajemen, STIE PGRI Dewantara

Email: nuri.stiedw@gmail.com

ABSTRACT

Raising the potential of traditional herbal medicine as an alternative to business in the digital era is the theme chosen for preservation, because Indonesia's potential is rich in natural products that can be used for medicinal plants, especially with the COVID-19 pandemic, the women of PKK Tambakrejo take advantage of this opportunity by utilizing plants. ginger as a business opportunity, the implementation of the activity is carried out for three days with materials taught about, market research, product manufacturing practices to sales, the method used is using seminars and workshops, the first day is providing material in the form of seminars, the second day is a workshop, namely the practice of making products. and the third day of sales, the service process goes according to expectations.

Keywords: *Traditional Herbal Medicine; Digital Marketing.*

ABSTRAK

Mengangkat potensi jamu tradisional sebagai alternatif usaha di era digital merupakan tema yang dipilih dalam pengabdian, karena potensi Indonesia yang kaya akan produk alam yang bisa dimanfaatkan untuk tanaman obat, apalagi dengan adanya pandemic covid 19, ibu-ibu PKK Tambakrejo memanfaatkan peluang tersebut dengan memanfaatkan tanaman jahe sebagai peluang usaha, pelaksanaan kegiatan dilakukan selama tiga hari dengan materi yang diajarkan mengenai, riset pasar, praktek pembuatan produk sampai penjualan, metode yang digunakan menggunakan seminar dan workshop, hari pertama pemberian materi dalam bentuk seminar, hari kedua dengan workshop yaitu praktek pembuatan produk dan hari ketiga penjualan, proses pengabdian berjalan sesuai dengan harapan.

Kata Kunci: *Jamu Tradisional; Digital Marketing.*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang terkenal dengan keanekaragaman produk hayati, yang diperkirakan memiliki 9600 jenis tumbuhan hayati yang saat ini hanya dimanfaatkan kurang lebih 300 jenis tanaman saja sebagai bahan obat tradisional (Zain, 2021) dengan kekayaan alam yang melimpah serta, adanya kasus covid 19 yang kita tidak tahu kapan berakhirnya, maka bukan hal yang salah, apabila usaha jamu tradisional yang turun temurun sudah di gunakan oleh nenek moyang kita, dikembangkan dan di lestarikan karena telah terbukti memiliki nilai ekonomis dan nilai Kesehatan yang dapat diberikan (Waqfin et al, 2021). Produk jamu diperkirakan akan memiliki prospek yang tinggi karena meningkatkannya minat masyarakat akan produk tersebut apalagi di masa pandemic, karena salah satu fungsi dari jamu tersebut bukan hanya untuk mengobati penyakit namun dapat digunakan untuk mengikat daya tahan tubuh guna menangkal virus covid 19 (Anggraeni, 2021)

Saat ini Indonesia menghadapi era digital 4.0 dimana perilaku konsumen sudah mulai berubah, yang semua pembelian dan penjualan produk dilakukan melalui pasar konvensional sekarang perlahan tapi pasti sudah berubah menjadi pasar digital, produk jamu termasuk produk tradisional namun seiring dengan perkembangan zaman maka, strategi pemasaran dari produk tersebut harus mulai di rubah, yang semula hanya menggunakan media *personal selling* yaitu *dor to dor* sudah mulai dirubah menjadi pemasaran

menggunakan teknologi yaitu media social (Fadhli et al, 2021). Secara kasat mata strategi digital dirasa memang sulit apalagi bagi generasi yang gagap teknologi atau *gaptek*, namun hal tersebut bukanlah hal yang sulit mengingat social media merupakan produk teknologi yang erat dengan kehidupan kita sehari-hari, salah satu bentuk social media adalah whatsapp adalah bentuk dari digital marketing yang mudah digunakan (Robingah & Sa'adah, 2021). Menurut Supangat, (2021) setidaknya ada tiga keunggulan *whatsapp* yaitu : 1) mendapatkan konsumen lebih banyak, 2) dapat di buat grup untuk memastikan produk terkirim tepat waktu dan terakhir 3) lebih memudahkan dalam pemasaran untuk tujuan promosi dan komunikasi. Mitra kegiatan pengabdian dalam pengabdian adalah ibu-ibu warga PKK Tambakrejo, permasalahan utama adalah pada proses pembuatan jamu, warga desa tamping rejo kebanyakan berprofesi sebagai petani, dan belum begitu mahir dalam membuat jamu tradisional, namun untuk whatsapp sudah banyak yang menggunakan sebatas media komunikasi antar warga saja, belum tau bagaimana cara menggunakan dan memaksimalkan semua fitur yang ada dalam whatsapp adapun fitur yang nantinya digunakan adalah fitur *whatsapp for busines*.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui, seminar dan workshop yang dibagi menjadi tiga hari yaitu (1) hari pertama yaitu pemaparan mengenai prospek bisnis jamu tradisional mulai dari riset pasar sampai laporan keuangan, hari kedua (2) yaitu workshop pembuatan jamu dan bagaimana proses pemasaran menggunakan whatsapp for business dan yang terakhir pada hari ketiga (3) adalah sesi praktek penyajian produk sampai penjualan produk menggunakan *marketplace*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

kegiatan yang dilaksanakan selama tiga hari ini sangat berkesan dan kami positive bahwa usaha ini akan berhasil karena melihat antusias dari peserta dan tugas yang dikumpulkan dan dilaksanakan secara tepat waktu Adapun, prosesnya terlihat pada gambar berikut termasuk penjelasannya



Gambar 1. Pemberian materi mengenai peluang usaha jamu dan pemasaran *online*

Pada pertemuan pertama, merupakan pertemuan yang membahas mengenai teori yang diberikan kepada peserta dengan harapan bahwa terbukanya *mindset* bahwa ibu-ibu mampu berdaya untuk membantu perekonomian keluarga dan berkinerja secara produktif ada tiga hal yang harus dipelajari oleh para peserta yaitu :

- Riset pasar, dalam materi ini para peserta diajak untuk mempelajari bagaimana melakukan riset pasar sederhana untuk menemukan peluang dan konsumen, menurut Junita *et al* (2020) tujuan dari riset pasar adalah untuk mengetahui tingkat penerimaan pasar atas produk yang akan kita hasilkan dengan kualitas produk sesuai dengan permintaan pasar serta target pasar
- Strategi pemasaran digital, menurut Sulaksono, (2020) digital marketing dirasa lebih proseptif karena kemampuan dalam memberikan segala macam informasi mengenai produk dan jasa di internet dengan hanya sekali sentuh melalui *smartphone* yang terhubung dengan internet
- Strategi branding melalui kemasan produk/*packaging*

Selesai pemberian materi, diberikan pula sesi diskusi dalam sesi tersebut peserta diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan seputar produk dan strategi pemasaran yang nantinya akan dilaksanakan, dan ditutup dengan pemberian tugas dari narasumber untuk dikerjakan dan dikumpulkan ke esokan harinya, Adapun tugas yang diberikan berupa, riset pasar mengenai “ persepsi masyarakat sekitar mengenai produk jamu “ dan “ apa alasan masyarakat dalam mengkonsumsi dan membeli produk tradisional khususnya jamu ”



Gambar 2. Praktek Pembuatan Jamu serbuk jahe

Hari kedua dengan agenda praktek pembuatan jamu serbuk jahe, peserta dipersilahkan untuk mempersiapkan segala perlengkapan untuk nantinya digunakan, Adapun bahan utama yang digunakan adalah sangat sederhana yang terdiri hanya dua bahan yaitu 0,5 Kg jahe merah dan 0,4 Kg gula pasir sedangkan proses pembuatannya adalah sebagai berikut

- Jahe dicuci bersih sampai tidak ada sisa-sisa tanah, setelah itu dipotong kecil-kecil. lebih kecil dari dadu
- Masukkan dalam blender dan beri air secukupnya, sehingga diperoleh parutan jahe diusahakan air yang diberikan cukup karena apabila berlebihan maka rasa jahe akan hambar dan encer
- Saring air jahe dari parutannya seperti memeras santan. Diamkan air perasannya selama beberapa menit agar terdapat endapan dibagian bawah wadah.
- Pisahkan air perasan jahe dengan endapan putih dibagian bawah wadah.
- Air perasan jahe dimasukkan dalam wajan dan ditambah gula kemudian panaskan dengan api sedang. Air perasan tersebut terus diaduk secara berkala.
- Setelah air jahnya mendidih kemudian kecilkan apinya dan terus diaduk hingga mengental.
- Apabila sudah mengental maka jahe instan sudah hampir jadi. Terus aduk hingga diperoleh serbuk jahe instan.
- Serbuk jahnya di blender kembali untuk mendapatkan ukuran serbuk yang kecil-kecil.
- Serbuk jahe instan siap dikemas dan dapat langsung diseduh menggunakan air panas.

Pada hari kedua banyak hal yang bisa dipelajari yaitu proses pembuatan jahe serbuk yang membutuhkan kesabaran dalam proses pembuatannya peserta yang sejumlah 20 orang di bagi menjadi 5 kelompok sehingga tiap kelompok terdiri dari 4 orang pesertanya, hal tersebut dilakukan agar peserta mendapat kesempatan untuk ikut berpartisipasi dalam membuat produk. Adapun jenis jahe yang dipakai ada tiga jenis yaitu jahe empurit, jahe merah dan jahe gajah, dipilihnya ketiga jahe tersebut karena memiliki sifat yang dapat menghangatkan tubuh juga memiliki fungsi yaitu menekan kolesterol dalam darah khususnya jahe merah (Bulfiah, 2021) lebih jauh lagi menurut Aryanta, (2019) manfaat jahe antara lain Sebagai bahan obat tradisional, jahe memiliki khasiat untuk mencegah dan mengobati berbagai penyakit, seperti: impoten, batuk, pegal-pegal, kepala pusing, rematik, sakit pinggang, masuk angin, bronchitis, nyeri lambung, nyeri otot, vertigo, mual saat hamil, osteoarthritis, gangguan sistem pencernaan, rasa sakit saat menstruasi, kadar kolesterol jahat dan trigliserida darah tinggi, kanker, sakit jantung, fungsi otak terganggu, Alzheimer, penyakit infeksi, asma, produksi air susu ibu terganggu, gairah seksual rendah, dan stamina tubuh rendah



Gambar 3. Hasil Akhir Pelatihan

Hari ketiga adalah praktek penjualan, setelah produk jadi maka dimasukkan ke dalam kemasan yang *elegant*, diharapkan dengan kemasan yang menarik maka akan menarik perhatian konsumen, proses tersebut berjalan dengan baik, serta produk tersebut laku dijual, karena sebelum produk dibuat para peserta sudah melakukan riset pasar.

SIMPULAN

Sambutan dari mitra yaitu PKK Tambakrejo, sangat antusias sehingga hasil yang di dapatkan sesuai dengan harapan, muncul rasa percaya diri di kalangan para ibu-ibu bahwa menjadi seorang ibu tidak hanya focus pada pekerjaan di dapur, namun bisa menghasilkan uang untuk membantu perekonomian keluarga. Mulai dari hari pertama sampai ketiga di jalani dengan baik

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, N. G. F. (2021). *Perancangan Visual Branding Dusun Kiringan Sebagai Desa Wisata Jamu Gendong Kiringan*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia.
- Aryanta, I. W. R. (2019). Manfaat jahe untuk kesehatan. *Widya Kesehatan*, 1(2), 39–43.
- Bulfiah, S. N. F. (2021). Manfaat Jahe Merah dalam Menurunkan Kadar Kolesterol Darah. *Jurnal Penelitian Perawat Profesional*, 3(1), 81–88.
- Fadhli, K., Komari, M., Rahmatika, A. N. M., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan CV. AFCO group jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855-864.
- Junita, A., Hasbulla, I. I. K., & Azhmy, M. F. (2020). Survei Pasar Online: Strategi Riset Pasar Untuk Mengembangkan Usaha Mikro Wanita Di Kelurahan Pekan Labuhan Kecamatan Medan Labuhan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 205–214.
- Robingah, B., & Sa'adah, L. (2021). Analisis Pengaruh Modal Kerja, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Food And Beverage Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Economicus*, 15(1), 90-100.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47.
- Supangat, S. (2021). Stratgi Marketing Menggunakan Whatsapp Dan Cara Efektif Menggunakannya. *Stratgi Marketing Menggunakan Whatsapp Dan Cara Efektif Menggunakannya*.
- Waqfin, M. S. I., Komari, M., Andriani, R., & Muhibuddin, A. (2021). Strategi Branding untuk Membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-5.
- Zain, H. S. (2021). *Perancangan Destination Branding Desa Kureksari sebagai Kampung TOGA*. Surabaya: Universitas Dinamika.