

## Peningkatkan Kuantitas dan Kualitas Hasil Produk Jamu tradisional Ibu Eni di Desa Sidodadi Mijen

**Moch. Lazuardi Imani<sup>1</sup>, Dendi Rinaldi<sup>1</sup>, Wahyu Adi Setiawan<sup>2</sup>, Nilam Maghfiroh<sup>3</sup>, Afisa Asmaanis<sup>4</sup>, Sulthan Al Akbar<sup>5</sup>, Putri Alifia Arofah<sup>6</sup>, Risma Wanda Putri<sup>7</sup>, Khoirul Ngibad<sup>8</sup>, Titik Sundari<sup>9\*</sup>**

<sup>1</sup> Teknik Industri, Universitas Maarif Hasyim Latif

<sup>2</sup> Teknik Informatika, Universitas Maarif Hasyim Latif

<sup>3</sup> Manajemen, Universitas Maarif Hasyim Latif

<sup>4</sup> Akuntansi, Universitas Maarif Hasyim Latif

<sup>5</sup> Hukum, Universitas Maarif Hasyim Latif

<sup>6,7,8,9</sup> Analisis Kesehatan, Universitas Maarif Hasyim Latif

\*Email: [titik.sundari57@gmail.com](mailto:titik.sundari57@gmail.com)

---

### ABSTRACT

*Jamu is a traditional medicine made from a natural and cultural heritage that has been passed down from generation to generation for health. One of the home industries currently still producing traditional herbal medicine is Jamu Mbak Konik which has been established since the 1990s. Ms. Konik's herbal medicine is still produced traditionally and the packaging is still sober. The purpose of this KKNT-KWU UMAHA activity is to help Mrs. Eni as the business owner in increasing production both in quality and quantity. The methods used in the KKNT-KWU UMAHA program are qualitative methods, surveys, education, and discussion as well as assistance in achieving these goals. The result of this activity is that Mbak Konik's herbs can have a NIB, brand, logo, and financial accounting. In addition, marketing carried out by partners is broader using social media.*

*Keywords: Herbal Medicine, KKNT, Digital Marketing, MSMEs*

### ABSTRAK

*Jamu adalah obat tradisional berbahan alami warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi untuk kesehatan. Salah satu industri rumah tangga yang saat ini masih memproduksi jamu tradisional adalah Jamu Mbak Konik yang sudah berdiri sejak tahun 1990-an. Jamu mbak konik masih diproduksi secara tradisional dan pengemasannya masih seadanya. Tujuan kegiatan KKNT-KWU UMAHA ini adalah untuk membantu Ibu Eni selaku pemilik usaha dalam meningkatkan produksi baik secara kualitas maupun kuantitas. Metode yang dilakukan pada program KKNT-KWU UMAHA ini adalah metode kualitatif, survey, edukasi dan diskusi serta pendampingan dalam mencapai tujuan tersebut. Hasil dari kegiatan ini adalah jamu Mbak Konik dapat memiliki NIB, brand, logo, dan pembukuan keuangan. Selain itu, pemasaran yang dilakukan mitra lebih luas menggunakan media sosial.*

*Kata Kunci: Jamu, KKNT, Pemasaran Digital, UMKM*

---

### PENDAHULUAN

Jamu merupakan obat tradisional Indonesia yang berasal dari tanaman obat dan tidak terdapat bahan – bahan kimia di dalamnya. Bagian tumbuhan dari bahan alam yang dapat digunakan untuk pembuatan jamu antara lain: rimpang, daun, kulit kayu dan buah. Jamu telah menjadi obat herbal secara turun – temurun (Cahya Ayu Pratami, Muryatini, Linda Santiari, Surya Rahayuda, & Sunda, 2020). Jamu memiliki beberapa manfaat bagi kesehatan, antara lain: memperlancar peredaran darah, memperkuat daya tahan tubuh dan dapat meredakan nyeri di beberapa bagian. Efek samping dari jamu tradisional adalah lebih sedikit daripada obat industri farmasi (Setyoni, Ema Nurzainul Hakimah, & Ismayantika Dyah P., 2017). Tumbuhan - tumbuhan yang dapat dijadikan sebagai jamu untuk *immune booster* meliputi: temulawak, kunyit, dan jahe (Kusumo et al., 2020).

Salah satu usaha industri rumah tangga adalah Jamu Mbak Konik. Usaha jamu tradisional Ibu Eni Kusrini telah berdiri sejak tahun 1990an. Proses produksi jamu Ibu Eni dibantu oleh suami dan anggota keluarga yang lain. Usaha jamu Mbak Konik ini merupakan jamu racikan turun – temurun dari keluarganya.

Jamu racikan Ibu Eni mempunyai cita rasa yang nikmat. Pembuatan jamu dilakukan dari bahan – bahan alam yang berkualitas. Ibu Eni memproduksi 6 jenis jamu, antara lain: kunir, sinom, beras kencur, temulawak, suruh dan pahitan.

Mbak Konik dalam memproduksi jamu masih menggunakan cara tradisional sehingga dalam proses produksi kurang maksimal. Dalam sehari, Ibu Eni dapat menghasilkan  $\pm 30$  kemasan botol 1,5 Liter. Dalam proses pengemasan, juga masih menggunakan botol minuman bekas tanpa adanya label atau *brand* sehingga kurang menarik daya beli konsumen. Dalam segi pemasaran, Ibu Eni masih menjualkan jamunya dengan cara berkeliling di sekitar rumahnya saja. Selain itu, belum tersedia spanduk atau tulisan “menjual jamu” sehingga masyarakat luar desa yang ingin membeli jamu tidak tahu rumah dari Ibu Eni. Dalam segi manajemen, Ibu Eni belum dapat melakukan pembukuan keuangan.

Permasalahan utama dari UMKM ini adalah mengenai proses produksi, manajemen strategis dan pemasaran. Beberapa masalah yang terdapat pada UMKM Jamu Mbak Konik ini didasari atas kurangnya pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki pemilik UMKM serta tidak adanya pendampingan dalam pengembangan usahanya, padahal usaha yang dimiliki mitra memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan.

## **METODE**

Kegiatan program pengabdian masyarakat dengan judul “Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Hasil Produk Jamu Tradisional Ibu Eni di Desa Sidodadi Mijen” yang dilakukan di Desa Sidodadi Mijen berlangsung selama 1 bulan. Pelaksanaan KKNT-KWU UMAHA 2021 berlangsung selama 1 bulan dimulai dari tanggal 08 September 2021 hingga tanggal 08 Oktober 2021. Kegiatan dilaksanakan di rumah mitra yang beralamatkan di Jl. Bugenfil Desa Sidodadi Mijen RT.18 RW.04 No.39 Kec.Taman Kab. Sidoarjo. Pelaksanaan Kegiatan KKN di Desa Sidodadi Mijen pada UMKM Jamu Mbak Konik direncanakan menjadi 2 tahapan kegiatan, yaitu: persiapan dan pelaksanaan.

Pada tahap persiapan, tim KKNT-KWU melakukan survei terhadap mitra, dimana dilakukan analisis situasi dan permasalahan – permasalahan yang dihadapi mitra. Dilanjutkan dengan diskusi untuk memberikan solusi terhadap masalah yang dialami mitra sebagai bentuk program kerja KKN. Pelaksanaan kegiatan KKN dilaksanakan di rumah Ibu Eni selaku pemilik UMKM Jamu Mbak Konik. Pada tahap ini, tim KKNT-KWU melaksanakan program kerja yang sebelumnya telah direncanakan dan didiskusikan dengan mitra.

Metode – metode yang digunakan pada kegiatan KKNT-KWU ini antara lain: Mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara terhadap perangkat desa dan masyarakat setempat untuk mendapatkan informasi. Selain itu, juga melakukan wawancara terhadap mitra untuk mengidentifikasi masalah terhadap usaha yang dijalannya. Tim KKNT-KWU terjun langsung ke lapangan untuk melakukan survey terhadap mitra untuk memperoleh data yang nantinya akan dijadikan bahan dalam penyusunan program kerja KKNT-KWU UMAHA 2021. Metode diskusi dilakukan dalam membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Metode edukasi dilakukan dalam memberikan pengetahuan tambahan terhadap mitra. Pendampingan yang dilakukan oleh tim KKNT-KWU, meliputi: pembuatan NPWP dan NIB, pembuatan laporan keuangan, pembuatan desain label dan pemasaran produk. Kegiatan KKNT-KWU ini secara detail dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Program kerja KKNT-KWU UMAHA

No	Waktu	Kegiatan
1	Minggu ke-1	Pembuatan struktur kelompok, koordinasi dengan DPL, survey mitra dan penyusunan program kerja.
2	Minggu ke-2	Pembuatan design banner dan label kemasan, edukasi pemilihan bahan dan produksi secara <i>hygine</i> , pemasangan banner, edukasi dan pembuatan akun digital marketing.
3	Minggu ke-3	Pendampingan pengajuan pembuatan NPWP dan NIB, melakukan perkenala produk dengan msayrakat sekitar, pemasaran secara <i>offline</i> dan <i>online</i> .
4	Minggu ke-4	Penyerahan NPWP dan NIB, pembuatan laporan keuangan, pemberian alat modern blender.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM jamu Mbak Konik ini merupakan kegiatan dari Program KKNT KWU UMAHA pada tahun 2021. Adapun hasil dari kegiatan ini antara lain:

### **Pendampingan Pengurusan NIB UMKM Jamu Mbak Konik**

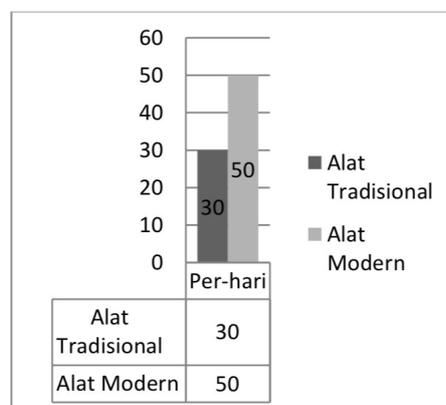
Dikarenakan Jamu Mbak Konik belum memiliki NIB, maka dilakukan pendampingan pengurusan NIB hingga sampai terbit surat NIB (Gambar 1). b (Derry Kurniawan, 2020). Izin usaha yang dimiliki oleh para pelaku usaha mempunyai beberapa manfaat antara lain: 1. Izin usaha sebagai sarana perlindungan hukum, 2. izin usaha sebagai sarana promosi, 3. Izin usaha sebagai bukti kepatuhan pada hukum, 4. Izin usaha dapat memberikan kemudahan dalam memperoleh proyek tertentu dan 5. Izin usaha dapat memberikan kemudaha dalam pengembangan usaha (Tri Handayani, 2021). Oleh karena ini, tim KKNT KWU UMAHA memberikan sosialisasi dan pendampingan dalam pembuatan NIB melalui website *Online Single Submission* (OSS) (<https://oss.go.id/>). Dalam sistem OSS dapat memberikan pelayanan dalam pengurusan perizinan usaha dengan cepat dan mudah (Nashrudin Latif, Suharyanto, Bayu Adi, Untung Lasiyono, & Mohamad Afrizal Miradji, 2021).



**Gambar 1.** Pengurusan NPWP dan NIB

### **Sosialisasi Aspek produksi**

Sosialisasi aspek produksi meliputi: mengganti alat yang sebelumnya secara tradisional menggunakan yang lebih modern (*blender*). Dengan adanya pengembangan dari segi alat produksi Ibu Eni yang sebelumnya hanya dapat memproduksi 30 botol perhari meningkat menjadi 60 botol (**Gambar 2**). Edukasi pemilihan bahan produksi dan proses pembuatan jamu secara hygiene sendiri bertujuan untuk meningkatkan kualitas jamu dari Ibu Eni (**Gambar 3**).



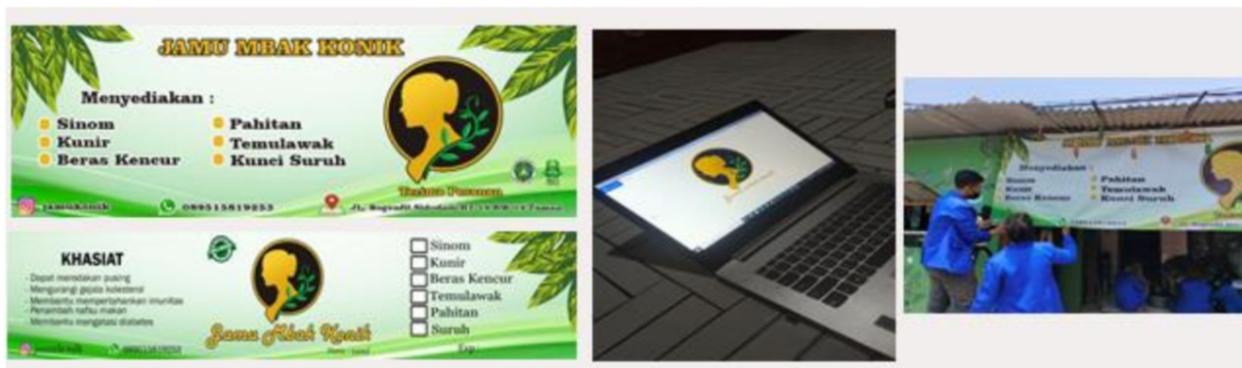
**Gambar 2.** Perbandingan kapasitas produksi per hari antara alat tradisional dan modern



**Gambar 3.** Edukasi Pemilihan Bahan dan Pembuatan *Hygine*

### **Pelatihan Pengemasan Produk dan Labeling Produk**

Dikarenakan mitra masih menggunakan botol mineral bekas sehingga dilakukan diskusi untuk mengganti botol pengemasan. sehingga kualitas produk lebih terjamin. Selain itu, dikarenakan produk Jamu Mbak Konik yang belum mempunyai *brand*, maka dilakukan diskusi untuk pembuatan logo, banner, pamflet, dan stiker label. Hasil diskusi dengan mitra adalah tim KKNT KWU UMAHA melakukan desain logo, baner dan pemasangan banner (**Gambar 4**). Logo dan *brand* memiliki fungsi utama untuk memberikan identitas suatu produk dan dapat sebagai pembeda dari pesaing (Listya & Rukiah, 2018).



**Gambar 4.** Mendesain Logo, Banner, Label dan Pemasangan Banner

### **Pengenalan Produk Jamu**

Tim KKNT KWU UMAHA melakukan pengenalan produk jamu dengan pembagian jamu gratis dan pemasaran secara *offline* dengan dititipkan kepada toko-toko (**Gambar 5**).



**Gambar 5.** Pengenalan Produk Dengan Pembagian Jamu Gratis dan Pemasaran Dengan Dititipkan ke Toko-Toko

### **Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Secara Daring (Online)**

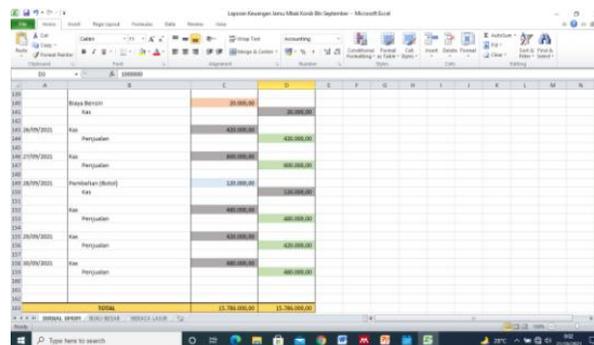
Sistem pemasaran Jamu Mbak Konik hanya dipasarkan dengan berkeliling desa sehingga orang-orang di luar desa tidak mengetahui tentang jamu Mbak Konik. Oleh karena itu, Tim KKNT KWU UMAHA memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pemasaran *online* menggunakan media sosial. Kegiatan promosi dan jual beli produk dapat dimudahkan dengan sentuhan penerapan atau penggunaan media sosial oleh para pelaku usaha (Abidin Achmad et al., 2020). Media sosial yang digunakan dalam pemasaran Jamu Mbak Konik adalah Instagram dan Facebook. Pelatihan yang diberikan kepada mitra meliputi: pembuatan akun, pengambilan foto produk dan pengunggahan foto produk pada media sosial Instagram dan facebook.



**Gambar 6.** Pembuatan dan Pemasaran Secara *Online*

### **Pendampingan Pembuatan Buku Laporan Keuangan**

Pembuatan buku laporan keuangan bertujuan agar keuangan UMKM Jamu Mbak Konik lebih sistematis, dikarenakan sebelumnya mitra belum memiliki buku laporan keuangan yang meliputi jurnal umum, buku besar dan neraca lajur (**Gambar 6**).



**Gambar 6.** Pembukuan Keuangan

Adapun indikator kinerja pengabdian kepada masyarakat untuk mitra produktif ekonomi meliputi:

- Pengetahuan mitra meningkat baik dalam segi produksi, manajemen hingga pemasaran.
- Keterampilan mitra meningkat dalam hal pembuatan produk.
- Kualitas produknya meningkat dengan adanya edukasi pemilihan bahan dan pembuatan jamu secara *hygiene*.
- Jumlah produknya meningkat dengan beralihnya dari alat tradisional ke alat yang lebih modern.
- Jumlah omzetnya meningkat dengan pemasaran secara *online* maupun *offline*. Kemasan yang telah memiliki label dapat meningkatkan daya tarik pembeli sehingga meningkatkan penjualan dan omzet.

### **SIMPULAN**

Kegiatan yang dilaksanakan dapat diterima dengan baik oleh mitra dan dapat berjalan dengan lancar. Kegiatan pendampingan pengurusan NIB dapat bermanfaat bagi mitra. Pelatihan pemilihan bahan produksi dan alat tepat guna berfungsi untuk meningkatkan kuantitatif dan kualitatif produksi jamu Mbak

Konik. Pelatihan *branding* dan *labeling* serta pemasaran secara *online* dapat meningkatkan kreativitas, jumlah konsumen sehingga dapat berpengaruh pada peningkatan pendapatan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhilah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Cahya Ayu Pratami, N. W., Muryatini, N. N., Linda Santiari, N. P., Surya Rahayuda, I. G., & Sunda, I. N. (2020). PKM Pengembangan Usaha IRT Jamu Tradisional di Desa Tibubiu Tabanan. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 3(1), 18–25. <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v3i1.217>
- Derry Kurniawan, M. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Dalam Pembuatan Perizinan Usaha Di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 3(April), 2057–2063.
- 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. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 465. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.465-471>
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo Ariefika. *Demandia : Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 03(02), 55–74.
- Nashrudin Latif, Suharyanto, Bayu Adi, Untung Lasiyono, & Mohamad Afrizal Miradji. (2021). Digitalisasi Pengajuan Izin Usaha UMKM di Desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 92–101. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.1.3911>
- Setyoni, T., Ema Nurzainul Hakimah, & Ismayantika Dyah P. (2017). Analisis Terhadap Faktor-Faktor Kebangkrutan Pada Industri Jamu Tradisional Parang Husada di Kabupaten Kediri. *Simki-Economic*, 1(5), 1–15.
- Tri Handayani. (2021). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pendampingan Perijinan Usaha pada Kamir cap Segitiga ibu Danoni Desa Pelutan Pemasang. *Economy and Bussiness*, 1(2), 14–18.