

Strategi Pemasaran UMKM Jamu Mitra Rahayu di Pedukuhan Kalangan, Kelurahan Kebonagung

Luthfi Wahyu H, Anindya Putri M, Selviana W, M. Reis Flandy, M. Naufal A, Zulya Amayra R, Erda Wyne Astuti U, Modou Lamin J, Danang Wahyu M*.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, DIY

Email: danangwahyu@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.61.1213>

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada kemitraan dengan UMKM jamu "Mitra Rahayu" di Pedukuhan Kalangan, Kelurahan Kebonagung, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul. UMKM Mitra Rahayu menghadapi sejumlah tantangan, termasuk kurangnya promosi, distribusi yang kurang efektif, kemasan produk yang sederhana, dan ketergantungan pada pembelian bahan dasar jamu di pasar. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan jamu UMKM Mitra Rahayu melalui metode sosialisasi, FGD, dan pendampingan. Hasilnya mencakup peningkatan penjualan jamu dengan kemasan yang lebih baik dan penyediaan sarana untuk menanamkan bahan dasar jamu.

Kata Kunci: UMKM, jamu, promosi, pemasaran

Pendahuluan

Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat vital dalam mendorong pertumbuhan dan pemulihan ekonomi Indonesia. UMKM merupakan jenis usaha yang tidak memerlukan persyaratan khusus, cenderung padat karya, menggunakan modal usaha yang terbatas, dan seringkali mengadopsi teknologi yang sederhana, seperti yang dikemukakan oleh Apriyanti (2018) dalam Huda dan Karsudjono (2022). Dikutip dari artikel DJKN Kemenkeu (2022), berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 664,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 Triliun. UMKM juga mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi di Indonesia (Heryanto, 2015). Data tersebut mengindikasikan bahwa UMKM di Indonesia memainkan peran yang krusial dalam menjaga dan bahkan meningkatkan perekonomian negara. Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar adalah UMKM jamu, yang menghasilkan produk herbal tradisional dengan nilai kesehatan yang tinggi (Susanto & Shandy, 2016). Jamu diyakini memiliki peran dalam menyembuhkan penyakit, meningkatkan kebugaran, dan menjaga kecantikan. Saat ini, tidak jarang jamu digunakan sebagai alternatif pengobatan untuk kondisi penyakit serius, seperti gagal ginjal dan diabetes (Prabawa & Fitriani, 2020).

UMKM Mitra Rahayu, yang berlokasi di Dusun Kalangan, Kebonagung, Imogiri, Bantul, Yogyakarta, adalah salah satu dari banyak UMKM yang masih aktif dalam produksi dan penjualan jamu (Rivai, 2022). Di bawah kepemimpinan Ibu Fatimah, UMKM ini berhasil mempertahankan eksistensinya di era perkembangan teknologi dan sains yang menyaksikan preferensi banyak orang beralih ke obat-obatan modern. UMKM Mitra Rahayu menawarkan 8 jenis produk jamu, termasuk jamu kunir asem, kunir sirih, kunir temulawak, kunir putih, jahe kedawung, temu lawak, jahe corona, dan beras kencur, semuanya dikemas dalam bentuk instan dengan manfaat dan khasiat unik. Keunggulan utama UMKM Mitra Rahayu adalah komitmen mereka untuk menggunakan 100% bahan alami tanpa pengawet (Huda & Karsudjono, 2022). Selain itu, UMKM ini telah membangun citra positif di Dusun Kalangan. Walau begitu, UMKM Mitra Rahayu menghadapi sejumlah kendala yang cukup signifikan dalam menjalankan penjualan jamu, seperti model promosi yang sederhana dengan menggunakan word of mouth, produksi jamu hanya berdasarkan pesanan dari konsumen (pre-order), kemasan (packaging) produk masih sangat

sederhana menggunakan plastik dan sumber bahan baku produk masih bersumber dari desa sekitar lokasi (Heryanto, 2015).

Berdasarkan permasalahan di atas maka kegiatan program pengabdian masyarakat ini berfokus pada bagaimana meningkatkan jumlah penjualan jamu pada UMKM Mitra Rahayu (Wahyu Hidayat et al., 2016). Adapun beberapa solusi yang akan diberikan adalah:

- 1) pemanfaatan media sosial sebagai media promosi
- 2) Membuat desain kemasan produk
- 3) Mengenalkan produk pada toko kelontong di sekitar lingkungan
- 4) Pengadaan media tanam bahan dasar jamu.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pendampingan dan memfasilitasi mitra secara langsung. Adapun tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan program pengabdian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Program

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No.	Kegiatan	Metode
1	Promosi jamu UMKM Mitra Rahayu	Sosialisasi
		FGD
		Pendampingan
		a. Praktik b. Pelatihan
2.	Distribusi jamu UMKM Mitra Rahayu	Sosialisasi
		FGD
		Pendampingan
		a. Praktik b. Pelatihan
3.	Pengemasan jamu UMKM Mitra Rahayu	Sosialisasi
		FGD
		Pendampingan
		a. Praktik b. Pelatihan
4	Pengadaan media tanam bahan dasar jamu UMKM Mitra Rahayu	Sosialisasi
		FGD

	Pendampingan a. Praktik b. Pelatihan
--	--------------------------------------------

Program pengabdian masyarakat ini diawali dengan melakukan observasi di lokasi pengabdian masyarakat. Setelah melakukan observasi maka akan terpetakan permasalahan yang muncul di kalangan mitra pengabdian. Hasil dari Melalui program pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat membantu meningkatkan pemasaran dan penjualan produk jamu di UMKM Mitra Rahayu. Beberapa kegiatan yang mendukung peningkatan pemasaran dan penjualan produk jamu meliputi:

1. Melakukan promosi produk jamu UMKM Mitra Rahayu.
2. Meningkatkan distribusi produk jamu UMKM Mitra Rahayu.
3. Memperbaiki kemasan produk jamu UMKM Mitra Rahayu.
4. Mengadakan upaya untuk mengamankan sumber bahan dasar jamu melalui pembuatan media tanam UMKM Mitra Rahayu.

Hasil dan Pembahasan

Untuk menyelesaikan permasalahan mitra, maka beberapa program pengabdian yang telah berhasil dilakukan antara lain:

1. Kegiatan Promosi Jamu UMKM Mitra Rahayu

a. Promosi Menggunakan Media Sosial

Dalam konteks komunikasi pemasaran, salah satu elemen penting adalah bauran pemasaran, di mana promosi menjadi bagian integral. Promosi dilakukan dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesadaran tentang produk di antara banyak orang. Ketika produk telah dikenal oleh banyak orang, maka penjualan juga cenderung meningkat. Poin kunci dalam strategi promosi adalah menciptakan pesan persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif untuk tujuan memperluas pangsa pasar mereka. Media sosial merupakan alat pemasaran yang cukup efektif.

Bentuk promosi yang dilakukan dengan UMKM Mitra Rahayu adalah dengan menggunakan media sosial Instagram. Dalam program ini kami memperkenalkan UMKM Mitra Rahayu melalui salah satu akun Instagram yang menjadi rujukan untuk mencari kuliner yang ada di Yogyakarta, yaitu melalui akun @jogjakulinerupdate. Akun @jogjakulinerupdate memiliki lebih dari 54 ribu *follower*. Dengan menggunakan akun berbayar @jogjakulinerupdate di Instagram, diharapkan mampu mengoptimalkan upaya pemasaran penjualan produk jamu UMKM Mitra Rahayu. Dalam program pengabdian ini kami fokus pada pembuatan konten visual yang menarik sehingga mampu menampilkan produk jamu dengan cara kreatif dan menarik perhatian masyarakat.



Gambar 2. Tampilan Visual Produk Jamu UMKM Mitra Rahayu pada Akun Instagram @jogakulinerupdate

Dengan menggunakan akun instagram berbayar ini, kami memastikan bahwa konten kami hanya muncul pada *feed* pengguna yang relevan dengan produk UMKM Mitra Rahayu. Sehingga kami yakin bahwa target konsumen yang kami harapkan adalah tepat dan berpotensi menjadi pelanggan setia pada akhirnya.

b. Pembuatan Video Produksi Jamu

Media audio visual adalah salah satu media informasi dan promosi yang sangat mudah diterima oleh masyarakat luas karena pengirimannya yang komunikatif; dalam media ini, pesan dan informasi dapat dengan jelas divisualisasikan melalui elemen visual dan audio (Wahyu Hidayat, Anita B, Wandanaya, Recha Fadriansyah, 2016). Untuk itu dalam program pengabdian ini kami membuat video produksi jamu sebagai profile UMKM Mitra Rahayu sebagai media untuk memperkenalkan produk jamu.



Gambar3. Video Produksi Jamu UMKM Mitra Rahayu

2. Distribusi Jamu ke Toko Kelontong

Sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa, akan mengalami peningkatan penjualan jika dapat dijangkau oleh calon pembeli potensial di berbagai lokasi (Heryanto, 2015). Oleh karena itu, penting untuk memiliki sistem distribusi produk yang efisien. Salah satu langkah yang diambil untuk meningkatkan distribusi produk adalah dengan menitipkan produk jamu UMKM Mitra Rahayu di beberapa warung kelontong yang dianggap memiliki potensi. Produk jamu ini ditempatkan di empat warung kelontong, dengan masing-masing warung menerima delapan produk. Monitoring dilakukan dua kali dalam satu minggu untuk memastikan kelancaran distribusi tersebut.



Gambar 4. Distribusi Jamu di Warung Kelontong

3. Packaging Jamu UMKM Mitra Rahayu

a. Pengemasan Produk Jamu UMKM Mitra Rahayu

Menurut Philip Kotler, kemasan merujuk pada bungkus atau wadah yang digunakan untuk melindungi barang, bisa berbentuk kotak, lingkaran, atau berbagai bentuk lainnya, serta terbuat dari berbagai material seperti kertas, plastik, dan lain sebagainya. Sementara itu, definisi kemasan (*packaging*) adalah proses merancang dan memproduksi wadah atau bungkus untuk suatu produk (Kotler, 119). Kamus Besar Bahasa Indonesia Jilid Ketiga mendefinisikan kemasan sebagai pelindung untuk barang dagangan dalam konteks niaga (537). Namun, menurut Wayan Mudra, elemen kunci dalam desain kemasan yang berkualitas adalah kesederhanaan (*simple*), fungsi, dan kemampuan untuk menciptakan respons emosional yang positif secara tidak langsung. Kemasan harus mampu menarik perhatian secara visual, emosional, dan rasional, serta dapat memberikan nilai tambah pada produk yang dikemasnya.

Pengemasan produk yang efektif menjadi tahap yang sangat penting dalam menjaga mutu serta keamanan produk dari saat diproduksi hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Dengan menggunakan bahan berkualitas dan desain yang sesuai, pengemasan yang cermat mampu memberikan perlindungan yang optimal terhadap produk, mencegah kerusakan fisik, melindungi dari kontaminasi, dan menjaga agar perubahan lingkungan tidak berdampak pada kesegaran serta integritas produk. Sebelumnya, UMKM Mitra Rahayu menggunakan kemasan yang relatif sederhana dengan plastik bening dan penutup lilin. Namun, sekarang produk jamu di kemas dengan cara yang lebih canggih, yaitu menggunakan plastik bening dan penutup yang disegel dengan alat press (*hand sealer*), serta memiliki label yang lebih menarik.



Gambar 5. Kemasan Jamu UMKM Mitra Rahayu

b. Pembuatan Desain Label Kemasan UMKM Mitra Rahayu

Kemasan yang baik harus memenuhi berbagai syarat yang dapat meningkatkan volume penjualan, oleh karena itu, produsen harus memperhatikan beberapa syarat kemasan yang dianggap baik (Nitisemito, 46). Beberapa syarat tersebut meliputi: 1) Berfungsi sebagai tempat penyimpanan, 2) Menarik dan estetis, 3) Berperan sebagai pelindung produk, 4) Memiliki ukuran yang tepat, 5) Praktis digunakan, 6) Meningkatkan citra dan harga diri produk, 7) Mudah dalam proses pengangkutan. Selain itu, dalam kemasan juga harus mencantumkan unsur-unsur penting seperti:

- 1) Nama produk.
- 2) Merek, brand, atau cap.
- 3) Tanggal kedaluwarsa.
- 4) Berat atau isi produk yang sesuai dengan informasi pada kemasan.
- 5) Petunjuk penyimpanan produk, seperti suhu yang diperlukan.
- 6) Komposisi bahan yang digunakan dalam produk.
- 7) Nama produsen dan alamat produsen untuk pengenalan dan pelacakan.
- 8) Izin BPOM atau P-IRT yang dikeluarkan oleh dinas kesehatan sebagai bukti bahwa produk memenuhi standar keamanan dan kebersihan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Dalam kegiatan program pengabdian masyarakat ini, kami melakukan pendampingan dalam pembuatan desain labeling produk. Mitra diberikan fasilitas berupa pembuatan desain labeling baru dengan tampilan yang lebih menarik dan informatif, seperti komposisi, manfaat, tanggal kadaluarsa, serta tanggal produksi. Harapannya, melalui kemasan dan labelling yang baru ini dapat lebih menarik minat konsumen untuk membeli produk jamu dari UMKM Mitra Rahayu.





Gambar 6: Label kemasan baru jamu UMKM Mitra Rahayu

4. Pembuatan Media Tanam Bahan Dasar Jamu UMKM Mitra Rahayu

a. Sosialisasi

Dalam sesi sosialisasi, materi yang disampaikan berfokus pada potensi sumber daya alam yang dapat menjadi peluang bisnis, termasuk penggunaan dinding sebagai "lahan" untuk penanaman rempah-rempah. Salah satu solusi yang dijelaskan adalah penggunaan wall planter bag sebagai media untuk menanam rempah-rempah. Dengan mengadopsi konsep ini, para pelaku usaha tidak perlu lagi membeli bahan di pasar, mereka hanya perlu memanen hasil panen mereka sendiri. Sosialisasi ini ditujukan khusus untuk warga Pedukuhan Kalangan, Kelurahan Kebonagung, terutama para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).



Gambar 7: Kegiatan Sosialisasi Media Tanam dengan Warga Pedukuhan Kalangan

b. Pengadaan Media Tanam Menggunakan Media Wall Planter Bag

Keterbatasan lahan di Pedukuhan Kalangan membuat UMKM Mitra Rahayu harus membeli bahan-bahan ke pasar untuk membuat jamu. Oleh karena itu sebagai tindak lanjut dari program sosialisasi, kegiatan selanjutnya adalah memberikan wall planter bag

sebagai media tanam tanaman rempah-rempah di dinding yang hemat lahan. Dengan menggunakan *wall planter bag* diharapkan Pedukuhan Kalangan memiliki kebun tanaman rempah-rempah yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM-UMKM yang ada di sana, tidak hanya UMKM Mitra Rahayu, tetapi juga untuk UMKM lain, atau yang ingin memulai membangun UMKM.



Gambar 8: Wall plater bag tanaman jamu

Simpulan

Selama satu bulan berlangsungnya kegiatan pengabdian masyarakat di Pedukuhan Kalangan, UMKM Mitra Rahayu telah berhasil memperoleh pengetahuan dari kami dan berhasil menerapkan berbagai konsep yang kami sampaikan. UMKM Mitra Rahayu telah menerapkan strategi pemasaran yang efektif, seperti menitipkan produk mereka di berbagai warung kelontong dan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, UMKM Mitra Rahayu kini memiliki identitas yang kuat dengan pembuatan dan pemasangan label produk, sehingga mereka dapat lebih dikenal oleh konsumen luas. Untuk memastikan pasokan bahan dasar jamu yang berkualitas, UMKM Mitra Rahayu kini dapat melakukan penanaman bahan dasar jamu di wall planter bag yang telah kami sediakan. Hal ini membantu mereka untuk tidak lagi bergantung pada pembelian bahan dasar dari pasar, sehingga meningkatkan kemandirian dalam produksi.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada Pihak LPM UMY yang telah memberikan bantuan dana insentif selama 1 bulan guna mengerjakan program kerja, Bapak Dr. Danang Wahyu Muhammad, S.H., M.Hum. selaku dosen pendamping, Kelurahan Kebonagung sebagai lokasi program pengabdian masyarakat, Padukuhan Kalangan sebagai desa mitra yang kami adakan program kerja, Ibu Ngajiem yang sudah menyediakan tempat dalam menjalankan program pengabdian masyarakat, dan berbagai pihak di seluruh Pedukuhan Kalangan yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

Daftar Pustaka

Apriyanti, M. (2018). *PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN*.

Heryanto, I. (2015). *ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPUASAN PELANGGAN.*

Huda, I., & Karsudjono, A. (2022). *STRATEGI PEMASARAN UMKM MEREK THEMIL DI TENGAH PANDEMI COVID 19.*

Prabawa, H., & Fitriani, A. (2020). *Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional melalui Perubahan Desain Pengemasan dan Pemasaran.*

Rivai, A. (2022). *Wadah UMKM KEMENKEU, Aplikasi Model Satu Paket Kemudahan Sistem Untuk Kesejahteraan Bangsa. Diakses pada 29 Agustus 2023.*

Susanto, & Shandy, E. (2016). *ENTINGNYA PROMOSI GUNA MENINGKATKAN MINAT WISATAWAN WISATA SEJARAH DI KOTA LAMA SEMARANG.*

Wahyu Hidayat, Anita B, Wandanaya, & Recha Fadriansyah. (2016). *Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi Di Smk Avicena Rajeg Tangerang.*

Kolter, Philip., Kevin Lane Keller. *Marketing Management.* New Jersey: Pearson Education, 2009.

Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi 3. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Niti semito, Alex S. *Marketing.* Jakarta: Ghalia Indonesia, 1986. "Pentingnya Kemasan Produk" *Bisnis UKM.* 22 September 2010. 26 Februari 2014. <<http://bisnisukm.com/pentingnya-kemasanproduk.html>>.