

Pendampingan Usaha Minuman Jamu Pada Masa Pandemi Covid-19

Alien Akmalia¹, Dian Yosi Arinawatiz²

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

² Program Studi Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: akmalia_alien@yahoo.com

DOI: 10.18196/ppm.44.655

Abstrak

Latar belakang kegiatan ini adalah adanya permasalahan bidang pemasaran dan produk yang dihadapi oleh UMKM Jamu Bu Sri yang membuat produk ini sulit berkembang. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini. Metode yang digunakan adalah ceramah, workshop, dan pendampingan. Hasil yang dicapai antara lain (1) pembuatan papan identitas usaha Jamu Bu Sri, (2) telah terlaksana pelatihan dan penentuan brand yang menarik, (3) sosialisasi pentingnya label dan pembuatan label yang menarik, (4) sosialisasi penentuan packaging yang menarik dan mengaplikasikannya, (5) foto produk, (6) sosialisasi pemasaran online dan offline dan mempraktikkannya (IG dan perluasan pemasaran offline), (7) sosialisasi pentingnya penyampaian informasi khasiat jamu tradisional bagi kesehatan tubuh dan membuat daftar khasiat produk jamu; (8) pendampingan. Seluruh rencana telah terlaksana dan memberikan implikasi pada kenaikan penjualan UMKM Jamu Bu Sri. Pemilik usaha sangat terbantu, baik dari sisi produk maupun berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan di bidang pemasaran. Kegiatan pendampingan usaha sangat bermanfaat dalam membantu memberikan pemecahan masalah pada saat pemilik mengaplikasikan dari program yang telah diberikan. Pemilik juga mendapat bantuan handphone untuk menjalankan promosi melalui sosial media.

Kata Kunci: pemasaran, promosi, usaha jamu, branding, label.

Pendahuluan

Khalayak sasaran dalam program pengabdian masyarakat ini adalah UMKM Jamu Bu Sri. Berdasarkan wawancara langsung yang kami lakukan dengan Ibu Martini selaku ketua dari PKK di wilayah ini, diketahui bahwa ada beberapa yang telah memberikan pendanaan ataupun pendampingan ke usaha-usaha yang dimiliki oleh anggotanya, antara lain BPD pada tahun 2018 dan 2020 serta UMY pada tahun 2019. Berdasarkan informasi-informasi yang diperoleh dari ketua PKK, UMKM yang akan kami dampingi yaitu UMKM jamu tradisional milik Ibu Sri. UMKM Jamu Bu Sri ini belum pernah mendapatkan pendanaan dari pihak mana pun, tetapi sangat potensial untuk didampingi.

Tabel 1. Profil Usaha Jamu Bu Sri

Nama Usaha	:	Jamu Tradisional Bu Sri
Nama Pemilik Usaha	:	Aufrida Sri Romeini Hariyati
Alamat	:	Praworodirjan GM 2/718, RT. 038, RW.12, Prawirodirjan, Gondomanan, Yogyakarta.
Tahun Berdiri	:	September 2018
Produk	:	Jamu Tradisional
Modal awal	:	Rp500.000,00
Jumlah Karyawan	:	2 orang

Berdasarkan pada hasil survei yang telah dilakukan, produk jamu milik Ibu Sri masih memiliki keterbatasan dalam berbagai aspek.

Berikut ini adalah contoh produk jamu yang diproduksi oleh UMKM milik Ibu Sri.



Gambar 1. Berbagai kemasan produk jamu UMKM Jamu Tradisional Ibu Sri

Setelah melakukan observasi di lapangan, ditemukan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM ini. Dari berbagai masalah yang ditemukan di lapangan, kemudian dipetakan untuk memilih prioritas masalah yang akan diselesaikan pada program pengabdian masyarakat ini. Prioritas masalah yang akan diselesaikan dalam kegiatan ini dijelaskan pada tabel berikut.

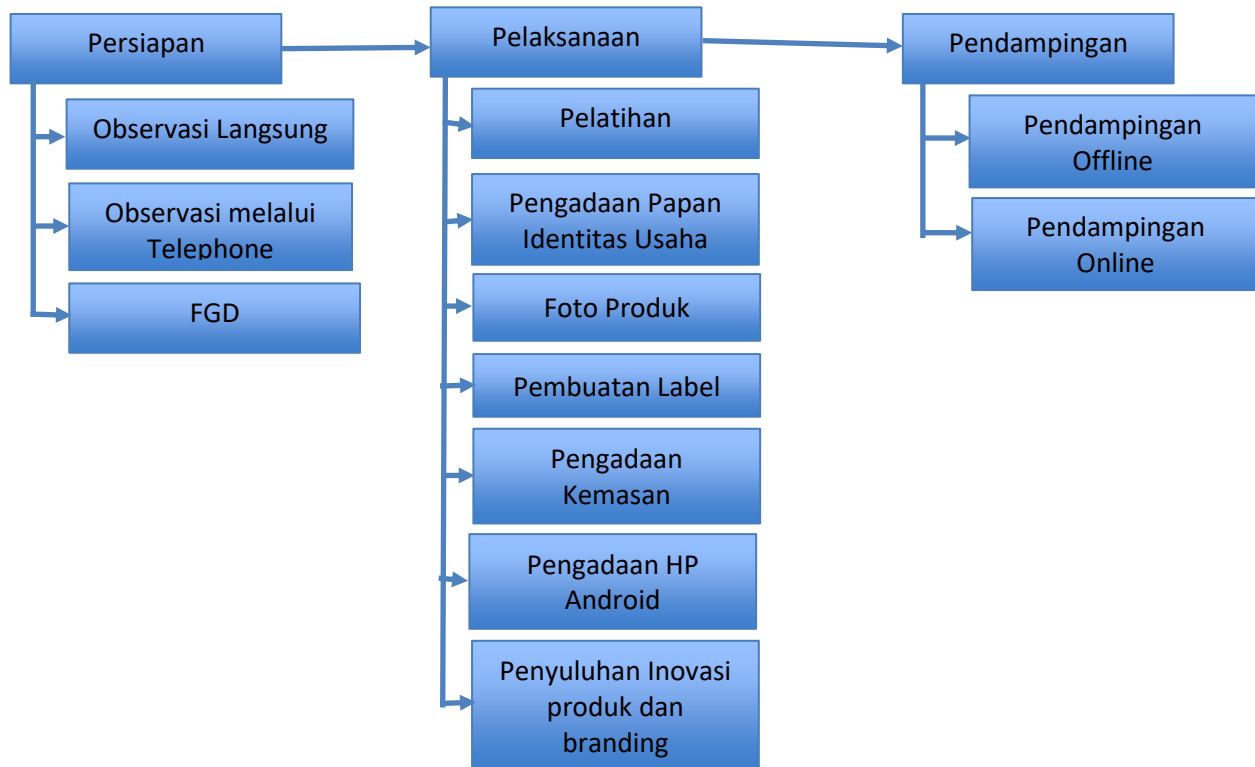
Tabel 2. Prioritas Masalah UMKM Jamu Bu Sri

No.	Prioritas Masalah
1.	Belum memiliki papan nama identitas usaha di tempat produksi jamu.
2.	Terbatasnya pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan inovasi produk.
3.	Terbatasnya pengetahuan tentang <i>branding</i> dan pentingnya <i>branding</i> dalam meningkatkan penjualan.
4.	Terbatasnya kemampuan dalam pembuatan label produk yang menarik.
5.	Terbatasnya kemampuan untuk membuat <i>packaging</i> jamu yang menarik.
6.	Terbatasnya fasilitas dan kemampuan untuk melakukan penjualan secara <i>online</i> dan <i>offline</i> .
7.	Terbatasnya wawasan dan kemampuan untuk menginformasikan khasiat dari produk jamu tradisionalnya bagi kesehatan tubuh dan gigi.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Permasalahan tersebut adalah permasalahan yang sudah dipilih dalam prioritas masalah sebagaimana yang telah dijelaskan pada tabel 2.

Metode Pelaksanaan

Mitra pengabdian yaitu Jamu Bu Sri dipilih dengan terlebih dahulu melakukan FGD ke Ketua RT dan penggerak PKK di wilayah ini. Kemudian dilakukan observasi langsung ke lokasi UMKM untuk melihat layak tidaknya dilakukan pendampingan dalam kegiatan ini. Setelah dilakukan observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha, yaitu Ibu Sri, UMKM jamu ini layak untuk mendapatkan pendampingan. Secara ringkas, tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian di UMKM Jamu Bu Sri ditunjukkan pada bagan berikut.



Gambar 2. Skema Langkah Pelaksanaan Kegiatan

Proses pemilihan khalayak sasaran dilakukan dengan observasi langsung di lapangan dan wawancara langsung dengan Ketua RT, Penggerak PKK, dan Bu Sri sebagai pemilik UMKM. Banyak UMKM di wilayah Gondomanan dan berdasarkan informasi ada beberapa UMKM telah didanai oleh CSR perusahaan. Setelah kami gali informasi lebih lanjut, UMKM Ibu Sri belum pernah mendapatkan pendanaan dari instansi mana pun. Selain itu, setelah dilakukan survei langsung di UMKM ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa UMKM Jamu BU Sri sangat layak dan potensial untuk didampingi. Adanya pandemi Covid-19 merupakan suatu peluang sekaligus tantangan untuk usaha jamu tradisional Bu Sri.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan mengombinasikan antara kegiatan secara *online* dan *offline*, mengingat adanya pandemi Covid-19. Pertemuan dan pendampingan secara *online* dilakukan dengan menggunakan beberapa media, di antaranya media Zoom, Whats App dan Telephone. Setiap satu minggu sekali (minimal), kami melakukan pendampingan secara *offline* di lokasi untuk membantu mitra mencari solusi atas permasalahan yang tidak bisa dilakukan secara *online* dengan protokol kesehatan yang ketat.

Kegiatan pengabdian ini secara garis besar dibagi dalam tiga tahapan. Tahap pertama ialah *persiapan*, meliputi observasi langsung, observasi tidak langsung, serta *Focus Group Discussion* untuk menemukan permasalahan yang urgen untuk segera diselesaikan dan akan di angkat sebagai prioritas masalah yang akan diselesaikan dalam kegiatan ini. Tahap kedua, yaitu tahap pelaksanaan. Dalam melaksanakan program pengabdian masyarakat ini, digunakan beberapa metode yang terdiri atas pelatihan, pengadaan papan identitas usaha, foto produk, pembuatan label, pengadaan kemasan yang menarik, pengadaan HP android, penyuluhan inovasi produk, dan *branding*. Tahap

yang terakhir ialah pendampingan. Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa mitra mampu menyelesaikan permasalahan melalui program-program yang kami jalankan. Jika terdapat kesulitan di lapangan, mitra dibantu untuk menyelesaikan pada kegiatan pendampingan. Pendampingan dilakukan baik secara online maupun *offline*.

Hasil dan Pembahasan

1. Belum memiliki papan nama identitas usaha di tempat produksi jamu.

Papan identitas usaha menjadi bagian penting dalam bisnis, termasuk UMKM. Identitas usaha membantu konsumen dalam menunjukkan alamat lokasi penjualan produk sekaligus bisa digunakan sebagai sarana promosi.



Gambar 3. Identitas Usaha Jamu Bu Sri

Konten dari papan identitas usaha ini telah didiskusikan dengan Bu Sri selaku pemilik usaha. Setelah kontennya disetujui, dibantu melakukan desain. Setelah desain jadi, desain tersebut kemudian ditunjukkan kepada Bu Sri untuk di revisi jika masih ada kesalahan sebelum dicetak. Setelah di setujui, kemudian identitas usaha dicetak dan dipasang di depan rumah tempat usaha Bu Sri. Kegiatan berjalan lancar tanpa kendala yang berarti.

2. Foto produk

Foto produk sangat penting dalam mempromosikan produk, terlebih lagi pada masa pandemi seperti saat ini. Konsumen banyak yang beralih ke belanja *online*. Adanya foto produk akan membantu konsumen dalam menentukan pilihan produk yang akan dibelinya. Foto produk yang menarik juga akan memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk tersebut.



Gambar 4. Foto Produk Jamu

Oleh karena itu, pada kegiatan ini, mitra dibantu untuk melakukan foto produk. Kegiatan foto produk berjalan lancar sesuai dengan rencana. Mitra merasa senang dan puas

dengan hasil foto produk yang dilakukan dalam program ini. Foto produk ini kemudian digunakan untuk mencetak label kemasan. Ke depan, Bu Sri berencana melakukan promosi melalui sosial media sehingga foto produk ini sangat membantu untuk mengisi konten media sosial tersebut.

3. Pelatihan Pentingnya khasiat jamu tradisional bagi kesehatan

Pelatihan ini telah berjalan lancar sesuai dengan rencana. Narasumber dalam kegiatan ini adalah Drg, Dian Yosi Arinawati Ph.D. Kegiatan ini berjalan lancar dan sukses. Latar belakang diadakannya kegiatan ini adalah untuk membantu Bu Sri memberikan referensi dalam melakukan inovasi produk.



Gambar 5. Pelatihan Pentingnya Khasiat Jamu Tradisional

Dalam pelatihan ini, narasumber memberikan informasi mengenai khasiat berbagai tanaman obat yang sangat bermanfaat bagi tubuh. Dengan mengetahui berbagai khasiat tanaman tradisional bagi kesehatan tubuh, diharapkan ke depan Bu Sri bisa lebih banyak lagi melakukan eksplorasi dan menambah varian produknya. Dengan demikian, diharapkan Bu Sri dapat memperluas pasar.

4. Pembuatan label

Label merupakan bagian penting dari sebuah produk. Konsumen perlu tahu informasi suatu produk melalui label. Banyak informasi penting yang harus ada pada label. Oleh karena itu, mitra diberikan wawasan dan didampingi dalam memberikan informasi di label yang akan didesain untuk kemudian dicetak.

Label kemasan jamu yang telah disepakati dengan mitra tampak pada tabel berikut.



Gambar 6. Label Jamu Bu Sri

Selain *brand*, label kemasan juga sangat penting untuk produk makanan, tidak terkecuali produk jamu. Pada produk jamu, informasi seperti bahan baku dan khasiat dari produk merupakan informasi penting yang penting untuk disampaikan kepada konsumen. Menurut (Alsuhendra & Ridawati, 2017), label makanan merupakan media yang bisa digunakan untuk menyampaikan informasi terkait produk makanan kepada konsumen.

5. Penyuluhan pentingnya *branding* dan inovasi produk

Kotler (2009) menyebutkan bahwa *branding* merupakan pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari kesemuanya yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing. Banyak UMKM yang masih belum memiliki wawasan yang memadai mengenai pentingnya *brand*. Padahal, *brand* merupakan salah satu faktor kunci bagi suatu usaha untuk memenangkan persaingan di pasar.



Gambar 7. Penyuluhan *Branding* dan Inovasi Produk

Selain pentingnya *brand*, warga juga diberi wawasan tentang pentingnya melakukan inovasi produk. Hal ini bertujuan agar UMKM bisa terus melakukan inovasi produk menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Peserta pelatihan sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Ini dibuktikan dengan adanya banyak pertanyaan dari peserta. Peserta pelatihan tidak dibatasi hanya UMKM yang didampingi, tetapi juga para pemilik usaha yang ada di wilayah ini.

6. Pengadaan kemasan

Kemasan menjadi salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam penjualan suatu produk. Kemasan yang menarik memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan. Bahkan, tidak jarang, pembeli melakukan pembelian suatu produk bukan karena alasan kebutuhan, melainkan karena kemasannya yang menarik. Akan tetapi, fungsi kemasan tidak hanya untuk menarik konsumen, tetapi juga ada fungsi lainnya.

Kemasan dapat digunakan sebagai pelindung dari produk yang dijual, keamanan dalam pengiriman, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada program kegiatan masyarakat ini, khalayak sasaran diberikan kemasan botol untuk produk jamu dalam berbagai ukuran dan bentuk yang menarik. Harapannya, dengan kemasan yang variative, baik dari sisi bentuk maupun ukuran, akan bisa menarik konsumen lebih banyak dan dapat meningkatkan penjualan.

7. Pengadaan HP android

Handphone selain menjadi sarana komunikasi, kini juga mempunyai fungsi lain yang tidak kalah penting bagi pemilik usaha. Fungsi tersebut adalah untuk mempromosikan produk melalui berbagai media sosial dan *marketplace*.



Gambar 9. Pengadaan HP Android

Khalayak sasaran mengeluhkan bahwa HP yang dimiliki belum android sehingga kesulitan jika akan menjual produknya melalui sosial media. Bu Sri memiliki keinginan dan tekad untuk belajar mempromosikan produknya melalui sosial media dan *marketplace* atau aplikasi seperti Go Food dan sebagainya. Oleh karena itu, pada program pengabdian ini dihibahkan *handphone* untuk mitra.

Simpulan

Seluruh kegiatan telah berjalan lancar. Pemilik usaha merasa sangat terbantu dengan adanya berbagai program pengabdian dan sudah merasakan dampak, yakni peningkatan penjualan dan pengelolaan keuangan yang dapat dilakukan dengan lebih baik daripada sebelumnya. Adanya program pengabdian ini membantu UMKM Jmu Bu Sri untuk tetap bertahan dalam persaingan di tengah pandemi Covid-19. Usaha Jamu ini sangat potensial untuk berkembang pada pandemi ini.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

1. LP3M UMY yang telah mendanai program pengabdian ini.
2. Ketua RT dan Penggerak PKK setempat.
3. KKN UMY kelompok 231.
- 4.

Daftar Pustaka

- Akmalia, A. (2018). Pelatihan Dan Pendampingan Usaha Startup "Iqbal Material" Di Balecatur, Yogyakarta. *Jurnal BERDIKARI*.
- Alsuhendra, & Ridawati. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan dan Label Makanan Bagi Pelaku Usaha Makanan Di Desa Jampang, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Sarwahita*, 85-93.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.