

**PELATIHAN USAHA PRODUKSI JAMU TRADISIONAL DI BIDANG  
PENGEMASAN, LABELISASI, DAN DIGITAL MARKETING**

**Giati Anisah, Mundzar Fahman**  
Institut Agama Islam Sunan Giri Bojonegoro  
Email: anisahgiati@gmail.com

**ABSTRAK**

Produksi jamu tradisional di Desa Sumberwangi, Kecamatan Kanor, Kabupaten Bojonegoro sudah berlangsung turun-temurun dan dipercaya kualitas rasa serta khasiatnya oleh masyarakat sekitar. Pengemasan dan pemasaran jamu tradisional ini masih relatif sederhana sehingga hanya mampu menjangkau masyarakat sekitar Desa Sumberwangi. Pelatihan di bidang pengemasan, labelisasi, dan digital marketing penting dilakukan untuk meningkatkan daya tawar dan menjangkau pasar yang lebih luas. Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ABCD (Aset Based Community Development). Pelatihan ini diharapkan mampu meningkatkan perekonomian warga Sumerwangi. Pelatihan ini dilaksanakan dengan melibatkan beberapa mitra, yaitu pemerintah Desa Sumberwangi, gerakan PKK Desa Sumberwangi, dan Dinas Kesehatan Kabupaten Bojonegoro. Hasil pengabdian ini dapat dilihat dari meningkatnya kualitas pengemasan dan labelisasi jamu tradisional serta jangkauan pasar akibat adanya digalakkannya digital marketing melalui media sosial.

**Kata Kunci** : *digital marketing, jamu tradisional, labelisasi, pengemasan*

**PENDAHULUAN**

Jamu tradisional adalah karya orisinil masyarakat Indonesia sejak dahulu yang dinikmati dan dipercaya untuk meringankan berbagai macam gejala negatif kesehatan. Jamu termasuk obat bahan alam. Obat bahan alam merupakan obat yang menggunakan bahan baku berasal dari alam (tumbuhan dan hewan). Obat bahan alam dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis yaitu jamu, obat herbal terstandar, dan fitofarmaka. Jamu tradisional secara turun temurun digunakan oleh masyarakat untuk mengobati beberapa penyakit tertentu yang bahannya dapat diperoleh secara bebas di alam<sup>1</sup>.

Seiring meningkatnya teknologi, banyak obat kimia diproduksi untuk menggantikan fungsi jamu. Akan tetapi, kepercayaan masyarakat Indonesia akan jamu tradisional tak luntur. Jamu tetap diproduksi dan dikonsumsi di berbagai daerah, terutama di desa. Produksi jamu rumahan telah menjadi usaha masyarakat desa yang mampu menopang perekonomian keluarga.

---

<sup>1</sup> I Made Oka Adi Parwata. Obat Tradisional. (Jurusan Kimia Laboratorium Kimia Organik FMIPA Universitas Udayana, 2016), (online), (<https://simdos.unud.ac.id/>) halaman 6

Kelemahan Unit Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia adalah kurangnya pemodalannya yang baik, kurangnya kemampuan manajerial, dan terbatasnya pemasaran<sup>2</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan pengobatan tradisional sebagai warisan budaya bangsa atau etnomedicine perlu terus ditingkatkan dan didorong pengembangannya melalui penggalan, penelitian, pengujian dan pengembangan serta penemuan obat-obatan termasuk budidaya tanaman obat tradisional yang secara medis dan dapat dipertanggungjawabkan. Terdapat lima hal pokok yang perlu diperhatikan dalam etnomedicine, yaitu agroindustri tanaman obat, iptek kefarmasian dan kedokteran, teknologi kimia dan proses, pembinaan dan pengawasan produksi atau pemasaran bahan dan produk obat tradisional<sup>3</sup>.

Jamu tradisional produksi warga Desa Sumberwangi Kecamatan Kanor Kabupaten Bojonegoro dikemas dan dipasarkan secara sederhana. Jamu dikemas dalam botol plastik berukuran 1,5 Lt, ketika ada pembeli barulah cairan jamu dituang dalam kantong plastik. Media pemasaran jamu tradisional di Desa Sumberwangi masih terbatas. Pemasaran dilakukan dengan berkeliling desa membawa sejumlah jamu untuk didistribusikan secara sederhana ke warga sekitar. Pemasaran dilakukan oleh tiga orang dengan rute penjualan yang berbeda. Seorang penjaja jamu gendong dapat membawa lima hingga sepuluh jenis jamu setiap harinya, diantaranya gepyok, kunyit asem, beras kencur, temu, dan paitan. Jumlah yang dibawa pun sangat terbatas, mengingat mereka berkeliling hanya menggunakan sepeda motor. Jamu pun belum memiliki nama, logo, dan label tersendiri. Kondisi ini sangat disayangkan mengingat khasiat dan rasa jamu tradisional produksi warga Sumberwangi tergolong baik.

Berdasarkan uraian di atas peneliti berniat melakukan pelatihan usaha produksi jamu tradisional dalam hal pengemasan, labelisasi, dan *digital marketing* di Desa Sumberwangi. Pelatihan tersebut diharapkan mampu meningkatkan nilai tawar jamu tradisional dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dampak positif yang diharapkan setelah pelatihan ini dilaksanakan adalah meningkatnya perekonomian masyarakat Desa Sumberwangi.

## METODE

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ABCD (*Aset Based Community Development*). Secara umum, metode ABCD dapat didefinisikan sebagai pendekatan pengembangan masyarakat yang didasarkan pada aset lokal yang terdapat di suatu

---

<sup>2</sup> Yuli Rahmini Suci. Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* Vol 6 No 1 Januari 2017 (<https://www.neliti.com/publications>), diakses 16 Mei 2020, halaman 51

<sup>3</sup> I Made Oka Adi Parwata. Obat Tradisional. (Jurusan Kimia Laboratorium Kimia Organik FMIPA Universitas Udayana, 2016) (<https://simdos.unud.ac.id/>) diakses tanggal 16 Mei 2020, halaman 6

wilayah. Aset tersebut dikembangkan sehingga dapat memecahkan masalah-masalah yang terdapat di wilayah dimana proses pemberdayaan dilaksanakan

Berdasarkan hasil wawancara dengan perangkat desa dan produsen jamu tradisional di Desa Sumberwangi, permasalahan utama yang dihadapi adalah belum adanya label serta pegemasan dan pemasaran yang relatif sederhana. Guna mengantisipasi permasalahan tersebut, maka solusi yang diberikan sebagai berikut.

- 1) Pelatihan labelisasi jamu tradisional Desa Sumberwangi. Pelatihan ini terfokus pada pemberian nama produk, desain logo, dan desain stiker label produk.
- 2) Pelatihan pengemasan produk jamu Desa Sumberwangi. Pelatihan diberikan dengan memberikan wawasan serta contoh berbagai macam alternatif pengemasan. Pengemasan jamu siap konsumsi bisa menggunakan botol kemas 400 atau 500 ml. Pengemasan serbuk jamu dapat dilakukan dengan plastic kemas 100 gram.
- 3) Pelatihan pemasaran digital. pelatihan ini digunakan sebagai solusi atas permasalahan di bidang pemasaran, yakni penggunaan pemasaran secara digital. Contoh implementasi digital marketing adalah pembuatan akun *instagram business*, *facebook business*, *sharing online platform* (Bukalapak, Tokopedia, Shopee).

Metode pelaksanaan kegiatan melibatkan beberapa pihak, yaitu pemerintahan desa Sumberwangi, gerakan PKK Desa Sumberwangi, serta Dinas Kesehatan Kabupaten Bojonegoro. Hal ini diharapkan dapat mengantisipasi tumpang tindih pembinaan, seperti yang dijelaskan oleh Kuncoro bahwa pembinaan UKM yang dilakukan oleh berbagai instansi (pemerintah & non pemerintah) sering tumpang tindih karena adanya perbedaan persepsi pada masing-masing instansi yang berakibat ketidakefektifan arah pembinaan dan tidak adanya indikator keberhasilan yang seragam<sup>4</sup>.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kegiatan menggunakan pendekatan pelatihan secara formal. Pelatihan formal didefinisikan sebagai inisiatif yang dapat diidentifikasi oleh peserta dan pelaksana pelatihan dalam bentuk intervensi metode pelaksanaan terstruktur yang bertujuan untuk memberikan pengenalan atau pembekalan pengetahuan tentang proses atau aktivitas dalam lingkungan kerja<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> M. Kuncoro. Usaha Kecil di Indonesia: Profil, masalah, dan strategi pemberdayaan. (Sumber 2000), halaman 6-8.

<sup>5</sup> D. Patton & S. Marlow. The determinants of management training within smaller firms in the UK. What role does strategy play? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(3) 2000 (<https://doi.org/10.1108/14626000210438580>) diakses tanggal 16 Mei 2020, halaman 260-270.

Sasaran peserta program kegiatan adalah prosusen jamu tradisional Desa Sumberwangi, Kecamatan Kanor, Kabupaten Bojonegoro. Pelaksanaan kegiatan melibatkan pemerintah setempat, Gerakan Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK), dan juga Dinas Kesehatan Kabupaten Bojonegoro.

Sebagaimana Peraturan Presiden RI No 99 Tahun 2017 tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga Pasal 1, Gerakan PKK adalah gerakan dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat, menuju terwujudnya Keiuarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat, sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender, serta kesadaran hukum dan lingkungan<sup>6</sup>. Gerakan PKK diharapkan menjadi subjek penggerak keberlanjutan program yang sudah dikembangkan sehingga akan terus dilaksanakan dan ditingkatkan.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan berlangsung selama satu bulan dengan jadwal kegiatan seperti yang tertera dalam Tabel 1.

Minggu	Kegiatan
<b>Pertama</b>	Observasi dan penentuan objek pengabdian
<b>Kedua</b>	Pelatihan labelisasi dan pengemasan produk jamu tradisional
<b>Ketiga</b>	Pelatihan <i>marketing digital</i>
<b>Keempat</b>	Seminar kesehatan untuk sosialisasi hasil pelatihan dan launching produk

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan Pelatihan

Pada minggu pertama, dilakukan observasi dan penentuan objek pengabdian. Observasi dilakukan dengan menggali informasi mengenai aset Desa Sumberwangi yang mungkin diberdayakan. Terdapat banyak aset yang mungkin diberdayakan, di antaranya produksi sosis,

<sup>6</sup> Peraturan Presiden RI No 99 tahun 2017 tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, Pasal 1. (online), (<https://sipuu.setkab.go.id/>) diakses 16 Mei 2020.

kerajinan kain perca, dan produksi jamu tradisional. Pemberdayaan jamu tradisional dipilih dikarenakan berpotensi memberikan manfaat terbesar bagi perekonomian masyarakat Sumberwangi.

Setelah target pengabdian ditentukan, dilakukan wawancara guna mengetahui sejauhmana perkembangan produksi jamu tradisional di Desa Sumberwangi serta mendeteksi permasalahan yang dihadapi. Kisi-kisi pertanyaan dan hasil wawancara disajikan pada Tabel 2.

Pertanyaan	Hasil Wawancara
Labelisasi	Produk jamu tradisional belum memiliki nama, logo dan label pada kemasan
Pengemasan	Produk jamu tradisional belum dikemas secara praktis. Selama ini dikemas dalam botol 1,5 Lt dan dituang ke kantong plastik jika ada konsumen yang membeli
Pemasaran	Pemasaran dilakukan oleh tiga orang dengan berkeliling desa menggunakan sepeda motor dengan rute yang telah ditentukan.

Tabel 2. Kisi-kisi Pertanyaan dan Hasil Wawancara



Gambar 1. Wawancara dengan Produsen Jamu Tradisional Desa Sumberwangi

Pada Tabel 2 terlihat bahwa sebelum dilakukan pelatihan kondisi pelabelan, pengemasan, dan pemasaran produk jamu tradisional di Desa Sumberwangi relatif sederhana. Solusi yang ditawarkan oleh KKN Institut Agama Islam Sunan Giri Bojonegoro Sunan adalah melakukan pelatihan mengenai pelabelan, pengemasan, dan *digital marketing*.

Pelatihan pelabelan, pengemasan, dan digital marketing dilaksanakan dengan indikator pencapaian sebagaimana tertera pada Tabel 3.

Jenis Pelatihan	Indikator Pencapaian
Labelisasi	Terwujudnya nama produk Terwujudnya logo produk Terwujudnya desain label produk
Pengemasan	Terwujudnya kemasan praktis yang siap dipasarkan lebih luas ke luar Desa Sumberwangi, baik dalam Kabupaten Bojonegoro maupun luar Kabupaten Bojonegoro
Digital Marketing	Terwujudnya akun sosial media bisnis, yaitu facebook business dan instagram business Terwujudnya akun jamu tradisional Desa Sumberwangi di <i>market place</i> , yaitu Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.

**Tabel 3.** Indikator Pencapaian Pelatihan Pelabelan, Pengemasan, dan Digital Marketing Jamu Tradisional Desa Sumberwangi.

Materi pelatihan disesuaikan dengan indikator pencapaian yang telah ditentukan. Adapun materi pelatihan labelisasi adalah memilih nama produk yang kekinian, fungsi logo, langkah-langkah membuat logo produk, fungsi label, alternatif desain label, dan hal-hal yang harus ada pada label produk. Materi pelatihan pengemasan adalah nilai penting pengemasan, fungsi pengemasan, perubahan kimia yang mempengaruhi masa simpan, kenyamanan penggunaan kemasan, kemudahan penanganan sampah kemasan, hal-hal yang harus diperhatikan dalam memilih kemasan. Materi pelatihan *digital marketing* meliputi pemahaman *digital marketing*, manfaat *digital marketing*, *digital marketing* yang efektif, pemanfaatan contoh-contoh *digital marketing* melalui facebook, instagram, dan *market place*, cara beriklan di sosial media. Pelatihan yang dilakukan telah sesuai dengan temuan Casell, Nadin, dan Gray

bahwa pelatihan di UKM lebih efektif ketika difokuskan pada kesesuaiannya dengan kebutuhan atau *tailor made*<sup>7</sup>.

Hasil dari pelatihan yang telah dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.

Pertanyaan	Hasil Wawancara
Labelisasi	Terwujudnya nama produk yaitu “Sumber Sehat Mbak Ayu” Terwujudnya logo produk berupa gambar-rempah dalam lumpang yang disertai alu  Terwujudnya label produk
Pengemasan	Terwujudnya kemasna praktis siap minum 200 ml dan 500 ml Pengemasan dalam bentuk serbuk dalam proses
<i>Digital Marketing</i>	Terwujudnya akun media sosial facebook business yaitu Depot Jamu Mbak Ayu dan akun instagram business @depot_jamu_mbak_ayu Akun di <i>market place</i> dalam pengembangan

**Tabel 4.** Hasil Pelatihan

Setelah semua pelatihan dilaksanakan, diadakan Seminar kesehatan untuk sosialisasi hasil pelatihan dan *louching* produk. Seminar bertemakan *Jaga Kesehatan dengan Jamu Tradisional*. Seminar dilaksanakan pada tanggal 27 Januari 2020 bertempat di balai desa Sumberwangi dengan mengundang narasumber seminar Ibu Nadlif Ulfiah dari Kementerian kesehatan kabupaten Bojonegoro.

<sup>7</sup> C. Cassell, S. Nadin, M. Gray, & C. Clegg, . Exploring human resource management practices in small and medium sized enterprises. *Personnel Review*, 31(6) 2002, (<https://doi.org/10.1108/02656710210415703>) halaman 671-692.





**Gambar 2.** Jamu Sumber Sehat Mbak Ayu



**Gambar 3.** Seminar Kesehatan

**Gambar 4.** Launching Produk



Pelatihan yang dilakukan secara berkesinambungan telah meningkatkan daya saing jamu tradisional Desa Sumberwangi. Selain lebih dikenal karena telah memiliki akun media sosial, kemasan jamu pun telah memenuhi syarat agar dapat dipasarkan lebih luas. Hal tersebut sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Jayawarna, Mac Pherson, dan Wilson bahwa bahwa pelatihan secara formal memiliki hasil lebih baik daripada informal dalam meningkatkan kinerja UKM<sup>8</sup>.

Adanya peningkatan daya saing tersebut diharapkan akan sebanding dengan peningkatan perekonomian masyarakat Desa Sumberwangi.

## SIMPULAN

---

<sup>8</sup> D. Jayawarna, A. MacPherson, A., & A. Wilson. Managers' perceptions of management development needs in manufacturing SMEs. *Education and Training* 48 98/9) Oktober 2006. (online), (<https://www.researchgate.net/>) diakses 16 Mei 2020.



Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Sumberwangi Kecamatan Kanor Kabupaten Bojonegoro ini merupakan usaha pemberdayaan yang berbentuk pelatihan. Terdapat tiga pelatihan yang dilakukan yaitu pelatihan pelabelan, pengemasan, dan digital marketing jamu tradisional.

Setelah keseluruhan pelatihan dilaksanakan, produk jamu tradisional Desa Sumberwangi memiliki daya saing yang lebih tinggi dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Hal tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat Desa Sumberwangi.

## DAFTAR PUSTAKA

- D. Patton & S. Marlow. (2002). The determinants of management training within smaller firms in the UK. What role does strategy play? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(3), 260-270.  
(<https://doi.org/10.1108/14626000210438580>) diakses tanggal 16 Mei 2020.
- Jayawarna, D. MacPherson, A., & Wilsonm, A. (2006). Managers' perceptions of management development needs in manufacturing SMEs. *Education and Training* 48 98/9) Oktober 2006. (online), (<https://www.researchgate.net/>) diakses 16 Mei 2020.
- Kuncoro, M. (2000). *Usaha Kecil di Indonesia: Profil, masalah, dan strategi pemberdayaan*. (online), (<http://sintak.unika.ac.id/>), dikases 16 Mei 2020.
- Parwata, I Made Oka Adi. (2016). *Obat Tradisonal*. Jurusan Kimia Laboratorium Kimia Organik FMIPA UNiversitas Udayana (<https://simdos.unud.ac.id/>) diakses tanggal 16 Mei 2020.
- Peraturan Presiden RI No 99 tahun 2017 tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, Pasal 1. (online), (<https://sipuu.setkab.go.id/>), diakses tanggal 16 Mei 2020.
- Suci, Yuli Rahmini. (2017). Perkembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol 6 No 1 Januari 2017* (<https://www.neliti.com/publications>), diakses 16 Mei 2020