



OPTIMALISASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI DALAM RANGKA PENGUATAN KONTEN MULTIMEDIA, DAN BRANDING BAGI KELOMPOK UMKM JAMU GENDHONG "MITRA SEHAT" DESA KIRINGAN, KECAMATAN JETIS, KABUPATEN BANTUL

Nur Heri Cahyana¹, Sika Nur Indah², Yudhy Widya Kusumo³, Yenni Sri Utami⁴, Oliver Samuel Simanjuntak⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

E-mail address : nur.hericaHYANA@upnyk.ac.id, sika.nurindah@upnyk.ac.id,

yudhy.widya@upnyk.ac.id, yenni.sriutami@upnyk.ac.id

Abstract

Jamu Gendhong "Mitra sehat" incorporated in 1998 by Mr. Sutrisno is the first traditional herbal medicine business in Desa Kiringan, Bantul. However, changes in market trends toward online platforms and COVID-19 pandemic challenges have reduced the competitiveness and sales of this SME's products. The purpose of this Program Kemitraan Masyarakat (PKM) is to address this problem through training and assistance regarding content production, digital marketing management, and organizational communication. This way, it is hoped that the small and medium enterprises of Jamu Gendhong "Mitra Sehat" will improve marketing quality, widen the marketing area and ensure business sustainability in the face of global competition. Program success evaluation is performed mainly to ascertain level of sustainability and implementation effectiveness over time.

Keywords: *Jamu Gendhong, Pemasaran Digital, Multimedia Content.*

Abstrak

UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" yang didirikan pada tahun 1998 oleh Pak Sutrisno, merupakan pelopor dalam industri jamu tradisional di Desa Kiringan, Bantul. Namun, perubahan tren pasar menuju platform online dan tantangan pandemi COVID-19 telah menurunkan daya saing dan penjualan produk UMKM ini. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui pelatihan dan pendampingan dalam produksi konten digital, manajemen pemasaran digital, dan manajemen komunikasi organisasi. Dengan pendekatan ini, diharapkan UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" dapat meningkatkan kualitas pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta mempertahankan keberlanjutan bisnis dalam menghadapi persaingan global. Evaluasi keberhasilan program dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas implementasinya dalam jangka panjang.

Kata kunci: Jamu Gendhong, Digital Marketing, Konten Multimedia

PENDAHULUAN

UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" didirikan oleh Pak Sutrisno pada tahun 1998. Terletak di Dusun Kiringan, Canden, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, UMKM ini telah menjadi salah satu pelopor dalam industri jamu tradisional di wilayahnya. UMKM ini dapat ditempuh sekitar 36 menit menggunakan motor, karena UMKM yang memiliki jarak sekitar 25 Km dari Kampus II UPN Veteran Yogyakarta. Usaha ini didirikan oleh Pak Sutrisno, seorang yang memiliki pengalaman yang luas dalam pembuatan jamu tradisional dan telah mewarisi pengetahuan tersebut dari generasi sebelumnya. Dengan komitmen kuat untuk melestarikan warisan budaya jamu tradisional, Pak Sutrisno telah berhasil mempertahankan kualitas produknya seiring berjalannya waktu. UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" dikenal sebagai pelopor dalam penggunaan bahan-bahan alami berkualitas tinggi dan proses produksi yang mempertahankan keaslian resep tradisional. UMKM ini juga yang menjadi *"market leader"* di Desa Wisata Kiringan ini. Karena Pak Sutrisno sendiri adalah ketua dari Desa Wisata Jamu Gendhong Kiringan. Meskipun mengalami tantangan akibat pandemi COVID-19, Pak Sutrisno tetap gigih dalam menjaga operasional usahanya dan memastikan kelangsungan produksi jamu gendong berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar. Pendirian UMKM ini bukan semata-mata usaha bisnis, melainkan sebuah komitmen untuk melestarikan warisan budaya jamu, yang merupakan obat herbal tradisional yang berakar kuat dalam budaya Indonesia. Model operasional "Mitra Sehat" mencerminkan tren yang lebih luas di mana kearifan lokal dan praktik-praktik tradisional diintegrasikan ke dalam kerangka kerja bisnis modern, sehingga memastikan keberlanjutan dan pelestarian budaya (Musa et al., 2022; Zaifuddin, 2022).



Gambar 1: Gambar Lokasi Maps Jamu Gendong "Mitra Sehat"

Tantangan yang dihadapi UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" selama pandemi COVID-19 menyoroiti kerentanan usaha kecil di masa krisis. Pandemi

mengharuskan pergeseran ke arah strategi pemasaran digital, karena akses fisik ke produk menjadi terbatas. Transisi ini sangat penting karena perilaku konsumen semakin menyukai belanja online, sehingga mengharuskan UMKM untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka (Karnawijaya et al., 2022; Riofita, 2022).



Gambar 2: Jamu Instan produk "Mitra Sehat"

Kurangnya pengetahuan pemasaran digital di kalangan produsen jamu tradisional, termasuk "Mitra Sehat," menggarisbawahi perlunya program pelatihan yang ditargetkan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran (Baroroh, 2023; Rahmawati et al., 2020). Kurangnya pemasaran yang efektif dan kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital juga menjadi hambatan bagi UMKM jamu tradisional ini untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran yang terpadu dan efektif menjadi sangat penting bagi kelangsungan bisnis UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" dan UMKM jamu tradisional lainnya di Desa Kiringan. Dengan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan manfaat produk jamu tradisional, diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan produk dan memperkuat posisi UMKM ini dalam menghadapi tantangan pasar yang terus berkembang.

Permasalahan mitra yang dihadapi dalam UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" ini adalah **Permasalahan Mitra**: Beberapa kendala yang dihadapi meliputi kurangnya pemasaran digital, komunikasi pemasaran yang belum optimal, dan pengelolaan usaha yang masih tradisional. Permasalahan ini menyebabkan UMKM ini kesulitan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Solusi yang ditawarkan berupa Program Kemitraan Masyarakat (PKM) diusulkan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui pelatihan digitalisasi, copywriting, manajemen pemasaran digital, dan penyusunan SOP komunikasi organisasi. Pendekatan ini diharapkan mampu memperkuat kemampuan multimedia UMKM, meningkatkan pemasaran digital, dan mempertahankan kelangsungan usaha jamu tradisional.

METODE DAN PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan keterampilan dalam produksi konten digital dan pemasaran. Proses pelatihan meliputi diskusi kebutuhan multimedia, peningkatan kualitas produk, serta branding yang tepat bagi UMKM. Pelatihan dan pendampingan dilakukan melalui modul tertulis, praktik lapangan, serta alat bantu video dan tayangan lainnya. Proses pendekatan menggunakan pelatihan dan pendampingan untuk memastikan bahwa anggota UMKM dapat menguasai dan mengimplementasikan keterampilan digital dan pemasaran dengan baik. Tahapan metode ini mencakup tiga langkah utama: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan:

Tahap ini diawali dengan koordinasi dengan mitra, identifikasi permasalahan, dan penyusunan metode pelaksanaan. Tahap persiapan mencakup penyusunan materi pelatihan, penyediaan sarana dan prasarana yang diperlukan, dan inventarisasi sumber daya yang ada untuk memaksimalkan keberhasilan program.

2. Tahap Pelaksanaan:

Pada tahap pelaksanaan, tim memberikan pelatihan dan pendampingan dalam beberapa sesi sebagai berikut:

- **Pelatihan Produksi Konten Digital:** Mencakup fotografi dan videografi produk, serta cara mengedit konten agar menarik dan sesuai kaidah visual yang efektif.
- **Teknik Storytelling dan Copywriting:** Untuk membangun pesan pemasaran yang menarik, pelatihan ini mengajarkan cara membuat narasi produk yang mampu meningkatkan minat konsumen.
- **Manajemen Pemasaran Digital:** Pelatihan ini meliputi cara menyusun konten planner, penjadwalan konten mingguan, serta analisis waktu unggah yang optimal untuk mencapai konsumen dengan lebih baik.

3. Tahap Evaluasi:

Evaluasi dilakukan melalui observasi, kuisioner, dan wawancara dengan anggota UMKM untuk mengukur keberhasilan program dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Tahap ini juga mengamati dampak program terhadap peningkatan penjualan dan minat konsumen terhadap produk UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan pemahaman kepada anggota UMKM tentang pentingnya konten digital berkualitas, pembuatan time

table untuk perencanaan konten, serta strategi pemasaran digital yang sesuai dengan tren konsumen. Selain itu, pendampingan dalam teknik storytelling dan manajemen pemasaran digital juga membantu UMKM menyusun narasi yang menarik dan konsisten untuk promosi produk.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan Pemasaran Online

Implementasi digitalisasi dan pemasaran digital pada UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat" telah memberikan hasil positif berupa peningkatan pemahaman anggota terhadap pemasaran digital dan peningkatan minat pelanggan pada produk UMKM ini. Langkah digitalisasi diharapkan memperkuat daya saing UMKM menghadapi tantangan pasar yang terus berkembang. Kegiatan PKM ini menghasilkan beberapa peningkatan nyata di UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat":

1. **Konten Digital yang Berkualitas:** Setelah pelatihan, anggota UMKM mampu menghasilkan foto dan video produk yang menarik, meningkatkan tampilan visual di media sosial dan website. Peningkatan kualitas konten ini membuat produk lebih menarik di mata konsumen.
2. **Peningkatan Branding melalui Storytelling:** Teknik storytelling yang diajarkan dalam program ini membantu UMKM menyusun narasi yang menarik tentang produk mereka. Produk kini memiliki cerita yang dapat menghubungkan konsumen dengan nilai budaya dan manfaat kesehatan dari jamu tradisional. Strategi ini berhasil meningkatkan ketertarikan pelanggan dan mengubah persepsi mereka terhadap produk tradisional.
3. **Komunikasi Pemasaran yang Lebih Terstruktur:** Pelatihan copywriting dan storytelling membantu UMKM membangun identitas produk yang kuat. Identitas produk kini lebih jelas dan terstruktur, meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen digital.
4. **Pengelolaan Pemasaran Digital yang Terencana:** Dengan adanya konten planner dan jadwal unggah konten, UMKM dapat mengelola pemasaran dengan lebih

efektif, sehingga interaksi dengan konsumen semakin meningkat dan penjualan mengalami peningkatan.

5. Struktur Organisasi yang Lebih Profesional: Pelatihan manajemen organisasi berbasis digital memungkinkan UMKM memiliki struktur yang lebih teratur. Setiap anggota kini memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas terkait pemasaran digital, dan mereka mampu menjalankan SOP untuk mengelola e-business secara mandiri.
6. Pelaksanaan program PKM ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan pemasaran digital dapat meningkatkan daya saing UMKM di tengah perkembangan teknologi dan tren konsumen yang semakin dinamis. Dengan memanfaatkan media sosial dan website, UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat" berhasil menjangkau konsumen lebih luas. Peningkatan keterampilan digital anggota UMKM juga membuka peluang pemasaran produk secara lebih efektif dan terencana. Hasil ini membuktikan bahwa pelatihan dan pendampingan yang tepat dapat membantu UMKM dalam menghadapi tantangan digital dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk jamu tradisional. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis anggota dalam produksi konten visual dan pemasaran digital, tetapi juga memungkinkan UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat" memperluas jangkauan pasarnya. Dengan adanya website dan media sosial yang aktif, UMKM ini kini mampu mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional dan memasuki pasar daring dengan lebih percaya diri. Digitalisasi ini juga mendukung keberlanjutan bisnis dengan memperkuat daya saing di era digital yang terus berkembang.



Gambar 4. Pelatihan pemasaran live di media sosial Instagram Jamu Gendong "Mitra Sehat"

KESIMPULAN

Program PKM ini berhasil membantu UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat" dalam mengatasi kendala pemasaran digital dan meningkatkan keterampilan anggota dalam memproduksi konten serta menyusun strategi pemasaran yang sesuai. Dengan dukungan teknologi, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas dan tetap kompetitif di pasar digital. Evaluasi lanjutan akan dilakukan untuk



memastikan keberlanjutan program dan dampaknya terhadap peningkatan daya saing UMKM. Program PKM berhasil memperkuat kemampuan digitalisasi dan strategi pemasaran UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat" melalui pelatihan produksi konten, teknik storytelling, dan manajemen pemasaran digital. Program ini memberikan peningkatan signifikan dalam keterampilan pemasaran digital yang membantu UMKM mencapai konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan. Kualitas konten visual dan narasi produk meningkat secara signifikan, dan pengelolaan e-business yang lebih baik membantu memperluas jangkauan pasar UMKM ini. Dengan adanya website, media sosial, dan komunikasi pemasaran yang terstruktur, UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan bersaing di era digital. Evaluasi lanjutan akan dilakukan untuk memastikan program ini berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pelatihan yang berfokus pada digitalisasi dapat memberikan dampak positif bagi UMKM jamu Gendong "Mitra Sehat". Untuk keberlanjutan jangka panjang, direkomendasikan agar UMKM ini terus didampingi dalam memperbarui teknik pemasaran digital dan menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengukur dampak jangka panjang digitalisasi terhadap performa penjualan dan perkembangan usaha.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua anggota kelompok UMKM Jamu Gendong "Mitra Sehat" Kiringan Bantul yang telah meluangkan waktu dan bekerja sama dalam proses pendampingan ini. Terima kasih juga diucapkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dana hibah untuk pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan kontrak induk Nomor 101/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 dan Nomor Kontrak Turunan 217/UN62.21/DT.06.01/2024; dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Baroroh (2023) "Digitalization and Product Development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Tonjong Village as a Means of Empowering the Community Toward Prosperous" *Journal of community practice and social welfare* doi:10.33479/jacips.2023.3.1.13-27
- Karnawijaya et al. (2022) "*Mentoring MSMEs through E-Promotion as A Rebranding Strategy Based on Local Wisdom*" *Community development journal* doi:10.33086/cdj.v6i1.2916

- Lin et al. (2020) Asnawiyah et al. "Sosialisasi Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Era Digitalisasi" Jurnal Kreativitas Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) (2022) doi:10.33024/jkpm.v5i9.6780.
- Musa et al. (2022) "*Traditional herbal medicine: overview of research indexed in the scopus database*" *Advances in traditional medicine* doi:10.1007/s13596-022-00670-2
- Rahmawati et al. (2020) "Medicinal Plants Used by Traditional Healers for the Treatment of Various Diseases in Ondae Sub-ethnic of Poso District in Indonesia" doi:10.2991/ahsr.k.200215.089
- Riofita (2022) "Developing Digital Empowerment Programs to Enhance the Marketing Performance of Private Islamic Higher Education Institutions" *Muslim business and economic review* doi:10.56529/mber.v1i2.70
- Wardhana (2022) "*Higher Education In Community Empowerment Based On The Strength Of Technology And Information, Online Marketing System Approach*" *International journal of social science* doi:10.53625/ijss.v2i4.4243
- Widayanti "Conjoin Analysis to Measure Consumer Preferences for Traditional Jamu Attributes" (2023) doi:10.2991/978-94-6463-168-5_13