

Strategi Pemasaran Online Usaha Jamu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Tanjung Siporkis Kec. Galang Kab. Deli Serdang

Dian Lestari¹, Burhanuddin Al-Butary², Sari Wulandari³

Program Studi Manajemen, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah
Jl. Garu II A, Harjosari I, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia
Email: dianlestari0103@gmail.com, sariwulandari@umnaw.ac.id
(*: coresponding author)

Abstrak

Bisnis rumahan didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif mandiri yang dijalankan oleh individu dan kelompok. Kegiatan ini dibuat dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat untuk pembangunan desa di Desa Tanjung Siporkis, Kecamatan Galang, Kabupaten Deli Serdang. Kegiatan ini difokuskan pada kelompok ibu-ibu yang memproduksi atau membuat jamu tradisional yang ada di desa tanjung siporkis. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pengabdian ini terutama ditujukan kepada masyarakat desa. Kegiatan ini dirancang untuk membekali ibu-ibu di desa tanjung siporkis dengan pengetahuan dan keterampilan tentang pentingnya efisiensi dan efektivitas dalam produksi dan pemasaran online yang baik. Melalui kegiatan ini diharapkan para ibu lebih siap menjalankan bisnis yang sudah ada dan memasarkannya secara online. Kegiatan pendampingan ini dimulai dengan memberikan teori berupa materi produksi dan pemasaran. Materi disampaikan melalui ceramah, diskusi dan tanya jawab. Peserta akan belajar bagaimana mengelola bisnis. Beberapa pengusaha jamu dan warga desa setempat ikut serta dalam pelatihan. Hasil kegiatan ini mampu memberikan keterampilan dan pemahaman terkait pengelolaan usaha produksi dan pemasaran secara online, sehingga memungkinkan para peserta untuk mengembangkan usaha sendiri atau memulai usaha baru khususnya dalam produksi jamu dan pemasaran yang baik serta up to date.

Kata Kunci: Pemasaran Online; Produksi; Pandemi Covid 19.

Abstract

A home business is defined as an independent productive economic enterprise run by individuals and groups. This activity was made in the form of community service for village development in Tanjung Siporkis Village, Galang District, Deli Serdang Regency. This activity is focused on a group of women who produce or make traditional herbal medicine in the village of Tanjung Siporkis. This activity aims to provide knowledge and this service is primarily aimed at rural communities. This activity is designed to equip mothers in Tanjung Siporkis village with knowledge and skills about the importance of efficiency and effectiveness in good online production and marketing. Through this activity, it is hoped that mothers will be better prepared to run existing businesses and market them online. This mentoring activity begins by providing theory in the form of production and marketing materials. The material is delivered through lectures, discussions and questions and answers. Participants will learn how to manage a business. Several herbal medicine entrepreneurs and local villagers participated in the training. The results of this activity are able to provide skills and understanding related to the management of production and marketing businesses online, thus enabling the participants to develop their own businesses or start new businesses, especially in herbal medicine production and marketing that is good and up to date.

Keywords: Online Marketing; Production; Covid 19 Pandemic.

1. PENDAHULUAN

Indonesia terkenal dengan kekayaan rempah-rempah dan tanaman tradisionalnya. Berkat kekayaan ini, banyak orang Indonesia yang mampu mengolah rempah-rempah ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi kesehatan mereka, baik untuk pencegahan maupun pengobatan [1]. Rempah-rempah ini diolah menjadi obat tradisional.

Pada masa industrialisasi, inovasi produk merupakan tanda bahwa produk berkembang ke arah yang lebih maju, dan strategi pemasaran menjadi motor penggerak peningkatan nilai jual produk unggulan yang mencerminkan karakteristik produk unggulan daerah. Seperti halnya Desa Tanjung Siporkis, terdapat beberapa produk yang berkualitas salah satunya adalah herbal. Produk jamu ini terbuat dari jamu yang ditanam oleh desa Tanjung Siporkis sendiri, sehingga para pengusaha jamu dapat dengan mudah mendapatkan bahan utama desa sendiri dari hasil tanaman obat hidup yang mereka tanam.

Permasalahan yang ditemukan, sebagian besar pengusaha UMKM kurang memperhatikan strategi pemasaran yang baik khususnya strategi memikat dan mempertahankan pelanggan jamu tradisional. Akibatnya, saat pandemi COVID-19 banyak warung jamu tradisional yang menutup usaha karena masih melakukan cara tradisional untuk menjalankan usahanya. Berdasarkan check di salah satu warung jamu tradisional di Desa Tanjung Siporkis pengusul menemukan permasalahan bahwa pelanggan jamu di warung tersebut sebagian besar adalah ibu-ibu. Di samping itu mereka merasa pembeli maupun pelanggan datang

sendiri melalui informasi dari mulut ke mulut dan kalau pasar sedang sepi mereka menganggap belum rejekinya.

Bertitik tolak dari pemasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan oleh mahasiswa adalah memberikan pelatihan tentang manajemen pemasaran khususnya strategi memikat calon pelanggan kaum muda yang selama ini jarang ada agar tertarik menjadi pelanggan di warung jamu tradisional yang ada di Desa Tanjung Siporkis. Langkah selanjutnya adalah memberikan pelatihan strategi mempertahankan pelanggan di warung jamu tradisional yang ada di Desa Tanjung Siporkis dengan mengenalkan mengenai digital marketing. Karena banyak kebijakan pemerintah terkait pandemi COVID-19 seperti misalnya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), WFH (*Work from Home*), SFH (*School from Home*) dan lain sebagainya, secara tidak langsung mengubah kebiasaan masyarakat Indonesia melakukan aktivitas belanja menggunakan aplikasi digital baik marketing maupun finansial.

Peningkatan penetrasi akses internet berdampak pada jumlah pedagang yang berjualan online dan hadirnya e-commerce [2]. Pemasaran online merupakan kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet [3]. Perkembangan bisnis online terus berkembang setiap tahunnya. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran produk juga semakin ramai. Namun, sebagian besar dari mereka masih belum sepenuhnya memahami teknologi bisnis berbasis media sosial [1]. Meskipun penerapan teknologi harus menghadapi banyak tantangan, media sosial juga sangat membantu dalam meningkatkan upaya bisnis dalam pemasaran dan membangun jaringan yang kuat dengan pelanggan (Dahnil, Marzuki, Langgat & Fabeil, 2014). Penggunaan teknologi, sosial media membantu pengusaha untuk peningkatan penjualan dengan membuat rekaman videotape, sehingga merek yang dimiliki dikenal oleh pelanggan[4].

Dalam berbisnis online, seorang pebisnis perlu mengetahui strategi pemasaran produk yang akan dijualnya (Knight, 2000). Melalui strategi ini para pelaku bisnis dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Lestari, 2011). Strategi pemasaran berfokus pada mencari pelanggan dan memberikan layanan terbaik untuk mengembangkan bisnis [5]. Strategi pemasaran melibatkan beberapa hal, termasuk jenis pelanggan yang akan menerima layanan dan strategi.

Konsep pemasaran meliputi produksi, produk, penjualan, pemasaran dan pemasaran sosial [6]. Sholahuddin, Analita, Iriani, & Suharto (2019) mengemukakan bahwa menjalankan kegiatan pemasaran membutuhkan keahlian karena dapat meningkatkan pendapatan/penjualan suatu produk. Melalui program Strategi Pemasaran Online Usaha Jamu Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Tanjung Siporkis Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang yang dilakukan, diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan peluang bisnis yang tersedia melalui internet. Rencana kegiatan ini dirancang untuk memungkinkan masyarakat membuka bisnis online secara mandiri untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

Program sosialisasi Strategi Pemasaran Online Usaha Jamu Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Tanjung Siporkis Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang ini ditekankan pada pemberian materi yang dapat digunakan masyarakat dalam memulai bisnis online. Program ini dapat memberikan keterampilan kepada masyarakat berupa pelatihan penggunaan internet dan sosial media untuk memasarkan produk agar dapat menghasilkan tambahan pendapatan bagi masyarakat Desa Tanjung Siporkis Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Jamu adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang sampai saat ini masih bertahan dan terus dilestarikan. Minuman sehat racikan asli Indonesia ini masih jadi pilihan masyarakat tradisional walaupun produk obat-obatan modern sudah muncul di pasaran. Pelaku usaha jamu keliling umumnya adalah perempuan. Mereka meracik sekaligus menjajakannya dari kampung ke kampung secara perseorangan. Meskipun demikian, tak jarang pula para penjual jamu keliling tersebut berkelompok dalam sebuah paguyuban untuk lebih mengembangkan usahanya [7].

Menurut Sampurno (2007), sebagian besar herbal mengandung dua komponen penting, yaitu imunomodulator dan antioksidan, sehingga membantu menjaga dan memelihara kesehatan yang baik serta tidak mudah sakit karena sistem imun tubuh terpelihara dan beroperasi dengan baik. Kementerian Perindustrian (2014) menyatakan bahwa pengembangan obat herbal dan kosmetika Indonesia telah menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Jamu sendiri diartikan sebagai minuman tradisional yang digunakan sebagai obat untuk mengobati penyakit, obat herbal dibuat dari bahan alami seperti akar dan daun [8]. Jamu yang sering digunakan masyarakat untuk mengobati penyakit atau menjaga stamina konsumen masih dalam kondisi baik. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis jamu rumahan berpotensi untuk berkembang meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun kesederhanaan pengetahuan, teknologi dan manajemen serta buruknya peran pemerintah membuat operasional rumah menjadi sulit. Bisnis obat-obatan herbal Cina telah berkembang.

Obat-obatan yang diolah secara tradisional diturunkan dari generasi ke generasi berdasarkan resep nenek moyang, adat istiadat, kepercayaan atau adat setempat, termasuk sihir dan pengetahuan tradisional. Menurut penelitian saat ini, obat tradisional memang memiliki manfaat bagi kesehatan, dan penggunaannya saat ini cukup intensif karena lebih mudah dijangkau masyarakat dari segi harga dan ketersediaan. Obat tradisional saat ini banyak digunakan karena menurut berbagai penelitian tidak menimbulkan efek samping karena masih dapat dicerna oleh tubuh. Bagian obat tradisional yang banyak digunakan atau dimanfaatkan masyarakat adalah akar, rimpang, batang, buah, daun dan bunga. Misalnya, akar alang-alang digunakan sebagai antipiretik. Rimpang temulawak dan rimpang kunyit banyak digunakan dalam pengobatan hepatitis. Batang kina digunakan untuk mengobati malaria. Kulit kayu manis banyak digunakan dalam pengobatan tekanan darah tinggi. Buah mengkudu banyak dipergunakan untuk obat kanker. Buah belimbing banyak dipergunakan untuk 10 obat tekanan darah tinggi. Daun bluntas untuk obat menghilangkan bau badan.

3. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi para Pengusaha, maka solusi yang ditawarkan untuk mendukung realisasi program peningkatan pendapatan rumah tangga berupa:

1. Metode sosialisasi kepada masyarakat dalam penggunaan internet dan sosial media, Penentuan produk yang akan dipasarkan, memberikan informasi tentang bagaimana cara memasarkan produk dengan tujuan mengidentifikasi masalah yang dialami mitra.
2. Metode Pelatihan, dilakukan praktek langsung pembuatan jamu supaya dapat mengetahui apa keunggulan dari produk jamu tersebut.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan yang telah dilakukan dan dicapai dalam pelaksanaan Kegiatan sosialisasi Strategi Pemasaran Online Usaha Jamu Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Tanjung Siporkis Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang diharapkan dapat membantu ibu-ibu untuk dapat menghasilkan pendapatan melalui sosial media. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan terhadap ibu-ibu yang ada di Desa Tanjung Siporkis Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang.

Selama pelaksanaan sosialisasi ini, para ibu-ibu sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini. Serta banyak berdiskusi tentang strategi pemasaran produk secara online. Pemasaran online dapat dijadikan sebagai teori baru dalam melakukan bisnis ultramodern yang melibatkan penawaran produk, pelayanan serta memberikan informasi dan ide melalui media internet serta media elektronik lainnya (El-Gohary, 2010). Pemasaran online merupakan kegiatan menjalin kerjasama dengan pembeli dengan melakukan transaksi online untuk saling bertukar pemikiran, barang dan pelayanan agar tercapai tujuan dari kerjasama tersebut [6]



Gambar 1. Sosialisasi kepada masyarakat

Setelah kegiatan ini dilakukan, hasil yang didapatkan dalam program sosialisasi ini adalah para ibu-ibu memiliki keterampilan memasarkan produk yang dijual secara online melalui media sosial. Pemanfaatan sosial media dapat mempermudah serta memperluas dampak dari pemasaran produk.

1. Praktek langsung pembuatan jamu

Sebelum melakukan pemasaran tentunya akan dilakukan tahap pembuatan jamu terlebih dahulu, dan proses pembuatan jamu dimulai dari pengupasan bahan seperti Kunyit, Jahe, Kencur dan juga

mempersiapkan bahan lainnya seperti gula merah, asam jawa dll. adapun proses selanjutnya dengan melakukan penghalusan, pengrebusan dan penyaringan.



Gambar 2. Proses pembuatan jamu

Strategi-strategi yang dilakukan dalam pemasaran produk dapat dilakukan secara *online* dan *offline*. Secara *offline* dapat dilakukan dengan cara bergabung dengan pengusaha lain misalnya menitipkan produknya ke toko lain. Sedangkan strategi secara *online* dengan adanya penggunaan teknologi seperti social media. Berbagai situs social yang dapat digunakan. Seperti facebook, instagram, *whatsApp* dan lain-lain.

5. KESIMPULAN

Perubahan cara penjualan dari sistem tradisional ke sistem *online* tidak semudah membalikkan tangan. Hal ini tergantung dari faktor usia pemilik warung jamu tradisional. Oleh karena itu disarankan kepada mitra untuk merekrut tenaga atau asisten generasi muda yang melek teknologi untuk membantu sistem pemasaran secara *online* dan melakukan promosi-promosi yang menarik sehingga bisa menjangkau pemasaran yang lebih luas yaitu generasi muda. Dari sistem pengemasan disajikan dalam botol-botol minuman dengan desain yang lebih menarik. Sosialisasi strategi pemasaran berbasis *online* dapat memberikan masyarakat keterampilan dalam penggunaan sosial media sehingga lebih bermanfaat dan dapat mensejahterakan kehidupan para peserta. Program ini diharapkan agar remaja usia produktif dapat menggunakan sosial media sebagai sarana untuk menambah penghasilan. Kegiatan berikutnya yang dapat dilaksanakan adalah pelatihan pencatatan penjualan dan pengelolaan modal dalam berbisnis *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Mindarti and B. Nurbaeti, "Buku Saku Tanaman Obat Keluarga (Toga)," Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Barat, vol. 2, no. 2, p. 2, 2015.
- [2] Sartini, "PEMBERDAYAAN IBU-IBU KADER PKK DALAM UPAYA PENGOLAHAN TANAMAN OBAT MENJADI SEDIAAN JAMU SEDERHANA," *dinamika jurnal*, vol. 2, no. 2, p. 2, 2020.
- [3] sofiati and I. S. K. Anggraeni, "Strategi Memikat Dan Mempertahankan Pelanggan Melalui Digital Marketing Dan Aplikasi Keuangan Fintech Warung Jamu Tradisional Pada Era Pandemi Covid-19," *padma sri kreshna*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2021.
- [4] M. S. G. W. A. A. S. Marliza Noor Hayatie, "SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ONLINE PADA PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH," *bubungan tinggi: jurnal pengabdian masyarakat*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2021.
- [5] F. N. ARIFAH, "ANALISIS SOSIAL MEDIA SEBAGAI STRATEGI MARKETING DALAM BISNIS ONLINE," *jurnal transformasi*, vol. 11, no. 2, p. 2, 2015.
- [6] u. Maulida, "AKSELERASI BISNIS ONLINE BERBASIS INSTAGRAM," *madani syari'ah*, vol. 4, no. 1, p. 1, 2021.
- [7] A. L. S. Q. M. S. Khoirun Nisa, "STRATEGI PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE," *jurnal abdikarya: jurnal karya pengabdian dosen dan mahasiswa*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2018.