

## **Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada Umkm Jamu Tradisional “Qowiya” di Desa Bram Itam Raya**

**Yerix Ramadhani<sup>1</sup>, Abdulah Haikal Fikri<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

*Yerixramadhani@uinjambi.ac.id*

### **Abstrak**

Perkembangan teknologi digital semakin dapat kita rasakan. Salah satunya yaitu kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai solusi bisnis mereka. Konsep tentang digital marketing memberikan solusi mendapatkan informasi, berinteraksi langsung bersama konsumen, memperluas produk di pangsa pasar serta meningkatkan produk penjualan bagi pelaku UMKM. Tim pengabdian KKN membantu memajukan salah satu UMKM ternama di Desa Bram Itam Raya Kecamatan Bram Itam Kabupaten Tanjung Jabung Barat yakni Usaha Jamu Tradisional “Qowiya”. Usaha “Qowiya” membutuhkan solusi di bidang pemasaran dan pengembangan kualitas produk dalam bisnis. Tim pengabdian melakukan pelatihan dan pendampingan pada usaha jamu “Qowiya”. Tim pengabdian membantu dalam pembuatan akun instagram, pembuatan konten dan editing poster produk. Hasil evaluasi setelah kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa adanya perubahan cara pemasaran usaha jamu “Qowiya” dalam mempromosikan produknya menggunakan media sosial.

**Kata kunci:** *Digital marketing, UMKM, Bram Itam Raya.*

### **Abstract**

*We can feel the development of digital technology more and more. One of them is the activities of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in utilizing information technology as their business solution. The concept of digital marketing provides solutions for obtaining information, interacting directly with consumers, expanding product market share and increasing product sales for MSME players. The KKN service team helped advance one of the well-known MSMEs in Bram Itam Raya Village, Bram Itam District, West Tanjung Jabung Regency, namely the Traditional Herbal Medicine Business "Qowiya". The "Qowiya" business requires solutions in the field of marketing and product quality development in business. The service team conducts training and assistance in the "Qowiya" herbal medicine business. The service team assists in creating Instagram accounts, creating content and editing product posters. The evaluation results after the training activities showed that there were changes in the way of marketing the herbal medicine business "Qowiya" in promoting its products using social media.*

**Keywords:** *Digital marketing, UMKM, Bram Itam Raya.*

## **PENDAHULUAN**

Pesatnya perkembangan teknologi dalam dunia digital tentunya akan mempengaruhi perekonomian dunia juga. Tren pemasaran di seluruh dunia berubah menjadi online. *Digital marketing* sendiri merupakan suatu proses jual beli yang memanfaatkan media online digital atau internet seperti *e-commerce* maupun media sosial untuk mempromosikan kegiatan terkhusus produk di bidang ekonomi. *Digital marketing* juga sering didefinisikan sebagai suatu proses dimana produk dan jasa dipasarkan melalui media online (Sumarni, 2019). *Digital marketing* tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga mempromosikan produk dan layanan baru, *branding*, dan membangun hubungan pelanggan yang baik. Hal ini sangat baik bagi produsen jika menerapkan strategi *Digital Marketing* ini, karena memungkinkan calon konsumen mendapatkan berbagai informasi mengenai produk melalui internet (Abed, et al., 2022).

*Digital marketing* adalah alat yang sangat berharga untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang ingin memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas, dan berinteraksi lebih efektif dengan pelanggan. Dengan menerapkan strategi digital marketing yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh platform digital untuk mengembangkan bisnis mereka dan mencapai audiens yang lebih luas.

*Digital marketing* sendiri memiliki beberapa kelebihan dan kelemahan yang perlu ditelaah sebelum memulai. *Digital marketing* memiliki kekuatan bagi UKM yaitu; modal yang dibutuhkan relatif kecil, karena tidak memerlukan sewa tempat usaha; jangkauan luas kepada seluruh masyarakat, dimanapun berada; dan dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Kekurangannya sendiri adalah koneksi internet yang tidak dimiliki semua orang di Indonesia. Oleh karena itu, para pengusaha mulai merambah dunia bisnis digital untuk memperluas jaringan bisnisnya. Namun, keberadaan *digital marketing* menimbulkan beberapa kendala lain. Dalam hal ini yang menjadi kendala adalah ketidakpahaman sebagian pelaku bisnis terhadap perkembangan bisnis digital mulai dari pembuatan bisnis digital dan pengoperasian bisnis digital.

Dikutip dari (Muhtar, 2023) hingga Januari 2023, tercatat jumlah pengguna sosial media di Indonesia mencapai 167 juta orang. Dimana, dari data tersebut diketahui 3 sosial media dengan pengguna terbanyak di Indonesia yakni WhatsApp (92,1%), Instagram (86,5%) dan Facebook (83,8%). Tentu saja ini menjadi peluang yang cukup menjanjikan jika dimanfaatkan dengan baik untuk menjangkau lebih banyak *engagement* terhadap produk yang dijual.

Desa Bram Itam Raya merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Bram Itam Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Desa ini terdiri dari 3 dusun dan 19 RT dengan lebih dari 80 KK. Sebagian besar masyarakat desa ini bekerja sebagai petani pinang dan berdagang, dan sebagian kecil masyarakat desa bekerja sebagai pegawai negeri dan swasta serta membuka usaha kecil. Salah satu usaha yang cukup dikenal di desa ini serta produknya menjadi produk yang paling dicari saat covid-19 mewabah yakni produk Jamu Tradisional “Qowiya”.

Usaha jamu tradisional “Qowiya” memproduksi jamu yang berbentuk serbuk instan dalam kemasan yang terbuat dari bahan-bahan herbal. Usaha ini telah mengantongi Surat Izin Berdagang dan sedang dalam proses pengurusan sertifikasi halal. Namun, dalam pengelolaannya, jamu “Qowiya” ini kurang adanya inovasi dalam mempromosikan produknya, yakni hanya “memfoto random” produk dan meng-uploadnya di *story* WhatsApp dan status Facebook. Usaha ini belum memiliki instagram, sosial media yang paling banyak digunakan oleh UMKM untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, produk hanya dikenal pada wilayah tertentu saja, yakni masyarakat sekitar yang memang sudah tahu tentang keberadaan produksi/usaha tersebut dan desa sekitar.

Permasalahan prioritas yang ditemui pada usaha Jamu Tradisional “Qowiya” di Desa Bram Itam Raya, Kecamatan Bram Itam, Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang telah disesuaikan dengan kebutuhannya yakni a) kurangnya kreatifitas dan inovasi dalam mempromosikan produk; b) minimnya

pengetahuan di bidang pemasaran produk; c) perlunya pengembangan di bidang kualitas produk. Hal ini yang menggerakkan kami untuk membantu usaha Jamu Tradisional “Qowiya” dengan cara mulai melakukan pengembangan di dalam dunia bisnis digital dengan bentuk program pembuatan platform tambahan untuk menjual yaitu *social media instagram*.

Beberapa pengabdian masyarakat dalam pendampingan kewirausahaan telah banyak dilakukan, seperti program pendampingan kewirausahaan produksi rengginang dan opak mendapatkan respon positif terhadap pelaksanaan pendampingan, dan hasil pelaksanaan kegiatan tersebut bahwa adanya pola baru dalam proses pengolahan produksi dan administrasi pembukuan serta strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan jejaring online (Maq, 2022). Pemberdayaan kewirausahaan masyarakat Desa Cisempur dan pendampingan kewirausahaan berbasis ecommerce, dengan pelaksanaan kegiatan sosialisasi membuat tumbuhnya kesadaran serta jiwa kewirausahaan pada diri mahasiswa maupun masyarakat guna siap bersaing pada era percepatan ilmu pengetahuan dan teknologi (Karlina et al., 2020).

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, kami berupaya untuk membantu usaha Jamu Tradisional “Qowiya” dalam mengelola dan mengembangkan usahanya yaitu dengan dilakukan pemberdayaan dalam rangka meningkatkan pengetahuan manajemen usaha melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan strategi pemasaran, branding dan hal pendukung lainnya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan profit usaha ini.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kegiatan pendampingan oleh mahasiswa bersama dosen pembimbing dalam kegiatan kuliah kerja nyata angkatan ke 50 Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada pelaku UMKM di Desa Bram Itam Raya Kabupaten Tanjung Jabung Barat Jambi. Pendampingan ditujukan untuk meningkatkan kepedulian mahasiswa pada persoalan-persoalan yang terjadi di tengah masyarakat. Kegiatan diawali dengan observasi secara langsung dan dilanjutkan dengan pendampingan.

### **1. Observasi**

Observasi dalam pengabdian masyarakat adalah proses sistematis untuk mengamati dan memahami kondisi, kebutuhan, dan dinamika komunitas atau kelompok sasaran dari suatu program pengabdian masyarakat. Ini adalah langkah awal yang penting untuk merancang intervensi yang efektif dan relevan. Observasi yang dilakukan secara sistematis dan menyeluruh memungkinkan penyusunan strategi yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan dalam pengabdian masyarakat. Ini membantu memastikan bahwa program atau proyek yang dilaksanakan benar-benar memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat yang dilayani.

Kegiatan observasi telah dilakukan dengan diskusi dengan mitra usaha “Qowiya”. Kegiatan observasi dilanjutkan dengan berkomunikasi langsung dengan mitra. Dari hasil observasi dan wawancara

yang telah dilakukan, telah didapatkan informasi terkait permasalahan dari mitra dan telah dirumuskan beberapa solusi untuk menangani permasalahan tersebut. Kegiatan ini untuk membangkitkan motivasi berwirausaha dalam menghadapi permasalahan dari mitra. Materi yang diberikan adalah menganalisis kembali kelayakan bisnis sehingga diharapkan dapat melakukan produksi kembali. Tim telah menyusun langkah-langkah secara sistematis dalam menjalankan solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra. Adapun beberapa langkah-langkah yang akan dilakukan yaitu a) membantu membuat akun *instagram*; b) pengenalan pengoperasian *instargram*; dan c) pelatihan pembuatan konten dan editing poster produk.

## 2. Pendampingan

Selain melakukan observasi dan wawancara kepada mitra usaha “Qowiya”, kami juga memilih pelatihan dan pendampingan sebagai metode pelaksanaan. Pelatihan dilakukan guna mengenalkan dan menerapkan sosial media tepat guna, peningkatan kecakapan dalam pembuatan konten promosi dan pelatihan pemasaran media sosial melalui *adsense*. Di samping itu, metode pendampingan juga dilakukan untuk melakukan pemantauan dan evaluasi, baik pada kegiatan yang sedang dilakukan maupun yang dilakukan setelah terlaksananya pelatihan. Tujuannya adalah untuk mengurangi risiko kesalahan dalam pelaksanaan kegiatan.

Pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat adalah proses mendukung dan membimbing komunitas atau kelompok agar dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi mereka sendiri untuk meningkatkan kesejahteraan dan kapasitas mereka. Proses ini melibatkan berbagai aktivitas yang bertujuan untuk membangun kemampuan, pengetahuan, dan sumber daya yang diperlukan agar masyarakat dapat mandiri dan berkelanjutan. Pendampingan yang efektif melibatkan pendekatan yang berbasis pada partisipasi aktif dan kolaborasi, serta menekankan pemberdayaan masyarakat agar mereka dapat mandiri dan mencapai tujuan mereka secara berkelanjutan.

Pendampingan merupakan upaya pemberian bantuan berupa arahan, dukungan kepada individu/kelompok dalam menjalankan suatu proses kewirausahaan. Upaya pendampingan memberikan pengetahuan dan motivasi dalam proses pelaksanaan kewirausahaan individu/kelompok untuk menjadi lebih baik lagi. Menurut Departemen Sosial, (2005,h.7) pendampingan adalah proses pembimbingan atau pemberian kesempatan kepada masyarakat, khususnya masyarakat miskin yang dilakukan oleh para pendamping atau fasilitator melalui serangkaian aktivitas yang memungkinkan komunitas tersebut memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam menghadapi permasalahan di seputar kehidupannya. Selain itu juga bahwa makna pendampingan ialah memberi bantuan individu untuk mengembangkan solusi mereka dan melatih proses berpikir yang kemudian dapat diterapkan secara mandiri untuk perkembangan masa depan. Secara tinjauan bahasa istilah pendampingan berasal dari kata kerja “mendampingi” yaitu suatu kegiatan menolong yang karena sesuatu sebab butuh didampingi. Menurut Deptan (2004), pendampingan adalah kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunikator, dan dinamisator.

Kemudian kelompok kami juga membantu memperkenalkan penggunaan media sosial kepada usaha jamu “Qowiya” yaitu *instagram* sebagai media pemasaran *online* dan *capcut* serta *canva* sebagai media editing konten. Setelah tim memperkenalkan penggunaan media yang telah disebutkan, tim pengabdian membuat dan memperbaharui akun milik usaha jamu “Qowiya” agar pemasaran online dapat berjalan sesuai rencana. Selanjutnya kelompok kami mengadakan pelatihan dan pendampingan untuk usaha jamu “Qowiya” yakni pelatihan *branding* dan *editing* serta pendampingan pemasaran *online* agar dapat beroperasi secara mandiri di kemudian hari guna meningkatkan omset penjualan. Kegiatan dilaksanakan dalam 3 tahap yang dirinci dalam tabel berikut ini:

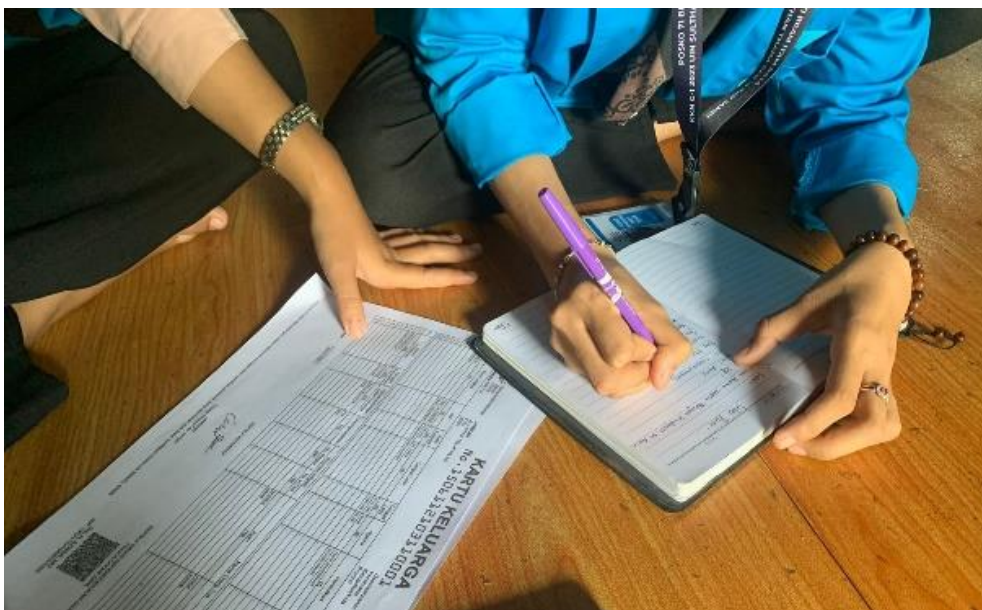
Tahap Perencanaan	Tahap Pelaksanaan		Tahap Evaluasi
	Luring	Daring	
Perizinan ke rumah produksi jamu tradisional “Qowiya” terkait pelaksanaan kegiatan.	Memberikan interpretasi tentang <i>digital marketing</i>	Berdiskusi dengan usaha jamu tradisional “Qowiya” tentang penerapan Digital Marketing dengan media daring.	Melakukan evaluasi penerapan Digital Marketing yang dilakukan pada usaha jamu tradisional “Qowiya”.
Menganalisa permasalahan yang dapat diselesaikan dengan <i>digital marketing</i> pada usaha jamu tradisional “Qowiya”.	Menjelaskan hasil analisis dan berdiskusi tentang proses penerapan <i>digital marketing</i> pada usaha jamu tradisional “Qowiya”.		Melakukan penbenahan ulang pada kendala yang terdapat pada penerapan Digital marketing pada usaha jamu tradisional “Qowiya”.
	Melakukan pendampingan dalam penerapan Digital Marketing pada usaha jamu tradisional “Qowiya”.		
	Menganalisa proses penerapan digital marketing dan Perkembangan bisnis pada usaha jamu tradisional “Qowiya”.		

Tabel 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dengan melakukan perizinan ke rumah produksi jamu tradisional “Qowiya” terkait pelaksanaan kegiatan. Dalam dalam proses perizinan membantu UMKM untuk memahami persyaratan, menghindari kesalahan, dan memastikan bahwa usaha mereka beroperasi secara legal dan sesuai dengan peraturan yang berlaku sebelum memasuki tahap Memberikan interpretasi tentang *digital marketing* dan berdiskusi dengan usaha jamu tradisional “Qowiya” tentang penerapan Digital Marketing dengan media daring.

Pada tahap analisis, kegiatan pengabdian dilaksanakan menggunakan metode wawancara, observasi, pelatihan, serta pendampingan terdapat hasil yang menunjukkan bahwa usaha jamu tradisional “Qowiya” telah mengantongi Surat Izin Berdagang. Namun, dalam pengelolaannya usaha jamu tradisional “Qowiya” belum mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan lancar. Hal tersebut disebabkan kurangnya manajemen yang baik. Selain itu, produk olahan hanya dikenal pada wilayah tertentu saja yaitu masyarakat sekitar yang memang sudah tahu tentang keberadaan produksi/usaha tersebut dan sedikit relasi keluar desa yang dimiliki oleh Ibu pemilik. Pertanyaan yang dilemparkan menjelaskan usaha jamu “Qowiya” cukup mengenal media sosial, namun hanya sebatas sarana berbagi aktivitas secara online yang sering kali digunakan atas nama individual. Ada pun media sosial yang digunakan oleh pihak usaha terkait usahanya yaitu WhatsApp dan Facebook melalui status sekaligus menjadi tempat promosi kepada teman dan kerabat. Disamping itu, terdapat beberapa media sosial dan *e-commerce* yang dapat dimanfaatkan untuk membantu perkembangan usaha seperti Shopee untuk memasarkan salah satu varian jamu yakni sari jahe, namun sudah lama tidak aktif.





**Gambar 1** : Tim sedang melakukan Observasi

Pada tahap selanjutnya, tim pengabdi melakukan pelatihan dan pengembangan digitalisasi. Pelaksanaan pelatihan dan pengembangan digitalisasi mendapat respon sangat baik. Pada pelaksanaannya akan diberikan penjelasan mengenai apa itu *digital marketing*, perkembangan *digital marketing*, kelemahan dan keunggulannya.

Selain itu, pemilik akan diperkenalkan mengenai strategi pemasaran digital melalui beberapa media yang terdiri dari Instagram dengan menggunakan akun profil bisnis dan *instagram adsense* dan Whatsapp untuk media pemasaran dan dapat digunakan juga sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Kemudian pemilik akan dibimbing oleh tim untuk dapat mengaplikasikan teori tersebut ke dalam bisnisnya. Pelatihan dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting dilakukan. Hal ini menurut Sulaksono (2020) dikarenakan pelatihan mampu memberikan pengetahuan pada para pelaku ekonomi kreatif terkait bagaimana cara maupun tahapan utamanya dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya. Pelatihan kemudian dilihat sebagai salah satu upaya agar pelaku ekonomi kreatif mampu meningkatkan keunggulan produknya ketika harus bersaing dengan produk lainnya yang serupa. Untuk menunjang kelancaran usaha jamu tradisional “Qowiya”, tim juga memberikan saran dan membantu dalam pembuatan konten promosi, akun sosial media instagram dan *editing* poster promosi sebagai bahan media pemasaran online. Hal ini diharapkan pemasaran produk yang diproduksi dapat lebih menarik dan mendapatkan perhatian konsumen yang lebih.





**Gambar 2** : Pendampingan mitra usaha “Qowiya”

Branding produk melalui kemasan (packing) menjadi strategi penting bagi mitra usaha “Qowiya” untuk membedakan produk di pasar dan menarik perhatian konsumen. Kemasan yang efektif tidak hanya melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran. Kemasan bukan hanya sarana untuk melindungi produk tetapi juga merupakan bagian penting dari strategi branding yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan menciptakan kesan positif tentang merek “Qowiya”.







**Gambar 3** : Branding “Qowiya”

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada pelaku UMKM mitra usaha “Qowiya” telah dilakukan dan dapat disimpulkan sebagai berikut: hasil evaluasi menunjukkan bahwa adanya perubahan cara pada usaha jamu tradisional “Qowiya” dalam mempromosikan merek dagang dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat dan relevan. Melalui pemanfaatan teknologi informasi yang saat ini sedang trend salah satunya yaitu media sosial. Pemilihan digital marketing dapat menjadi alasan utama bagi para pelaku UMKM untuk menggunakan media online sebagai jalan keluar efektif dan efisien untuk dapat memperluas jangkauan bisnis/usahanya. Pelaksana pendampingan perlu memantau perkembangan usaha para peserta agar dapat mengevaluasi kembali keberhasilan kegiatan pendampingan. Penyelenggara pembinaan sebaiknya melanjutkan kegiatan pengabdian dengan pendampingan usaha khususnya berkaitan dengan peningkatan kemampuan TIK serta pengajuan perijinan dan merek dagang dan perlunya dukungan tambahan permodalan untuk menunjang pengembangan kewirausahaan yang bersangkutan.

Kami mengucapkan terimakasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan yang telah mendampingi selama kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung, dari penyusunan program dan proposal hingga penyusunan laporan. Kami juga mengucapkan terimakasih sebesar –besarnya kepada pihak mitra UMKM “Qowiya” dan pihak pemerintah Desa Bram Itam Raya yang telah bersedia mengizinkan melaksanakan kegiatan ini sebagai bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat, dan kami memohon maaf sebesar –besarnya epada seluruh pihak bila selama kegiatan berlangsung ada ucapan maupun sikap yang kurang berkenan.

## **LOKOMOTIF ABDIMAS**

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

Volume 3, Nomor 1, Juli 2024

E-ISSN:2986-0962

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abed, M. Y., Maulidah, F., Madina, N. I., Fitriyah, R. H., Fikri, A., Syafitri, N. A., Budiwitjaksono, G. S. (2022). Pelatihan kewirausahaan berbasis digital marketing pada umkm di kecamatan lakarsantri: praktik kuliah kerja nyata. *jurnal abdimas patikala*, 1(4).
- Muhtar. (2023, April 4). *UICI*. Retrieved from UICI Web site: <https://uici.ac.id/ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-diindonesia>
- Fadila, A. (2020, Maret 26). Industri food & beverage ikut terdampak wabah virus corona. Kontan.co.id. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/news/industri-food-beverageikut-terdampak-wabah-virus-corona>.
- Nuslih Jamiat, S. E. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing pada pengerajin Tahu Bungkeng Kabupaten Sumedang. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 67-88.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47
- Karlina, N., Halim, H. A., Azizi, M. F., Athusholihah, A., & Tarliyah, A. (2020). Pemberdayaan Jiwa Kewirausahaan Masyarakat Desa Cisempur Dan Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Ecommerce. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 262. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i3.24592>
- Maq, M. M. (2022). Program Pendampingan Kewirausahaan Kecil Menengah pada Usaha Makanan Ringan di Desa Leuwimunding. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari*, 1(6), 493-498. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i6.1295>