

MENINGKATKAN DAYA JUAL SECARA KOMERSIAL JAMU TRADISIONAL DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN BUNGARAYA

Supentri¹, Muhammad Faisal Zam², Ricky Martin Giovanny³, Silvi Eka Putri⁴, Ajeng Atikah Merlinda⁵, Putri Prameswari Utami⁶, Ayu Mesa Lestari⁷, Nur Adilah Isdawati⁸, Enjelina Simbolon⁹, Claudia Sinaga¹⁰, Yulia Safitri¹¹

¹Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

^{2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia

muhammad.faisal5131@student.ur.ac.id

Abstrak: Sumber ekonomi masyarakat setempat di Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak adalah area pertanian, peternakan, dan umkm sebagai usaha sampingan maupun usaha utama bagi masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Bungaraya, Sumber daya alam yang sangat mudah didapatkan dan ditanam sendiri oleh masyarakat setempat menjadi hal yang sangat penting bagi keberlangsungan ekonomi masyarakat dan masyarakat disini sangat antusias terhadap hal pertanian maupun peternakan dan umkm seperti jamu tersebut ada karena mudahnya mendapatkan bahan-bahan tradisional dalam pembuatan jamu tradisional. Hal yang menjadi hambatan bagi pelaku UMKM jamu tradisional di Desa Kemuning Muda Kecamatan Bungaraya masih kurang berinovasi tentang olahan jamu terutama dari pemasaran. Jenis jamu tradisional yang dibuat oleh UMKM di Desa Kemuning Muda adalah jamu yang umum ditemukan diminum oleh dewasa, remaja, anak-anak seperti beras kencur, kunyit asam dan temulawak. Jamu yang dibuat para pelaku UMKM jamu tradisional di Desa Kemuning Muda masih menggunakan bahan-bahan alami dan dalam pemanisnya masih berasal dari yaitu gula jawa atau gula pasir. Keaslian rasa jamu tradisional masih sangat di pertahankan supaya esensi minuman jamu tradisional masih dapat dirasakan dan akan merusak rasa dan khasiat jamu tradisional tersebut jika menggunakan pemanis tidak alami. Jamu tradisional di Desa Kemuning Muda masih di jual secara berkeliling Desa atau biasanya disebut jamu gendong, jamu tradisional masih berbentuk cair dan dimasukkan kedalam botol-botol yang tidak akan tahan lama. Setelah melakukan sosialisasi pelaku UMKM jamu tradisional di Desa Kemuning Muda yang sebelumnya hanya mengetahui tentang jamu tradisional dan hanya memasarkan dengan cara berkeliling menggunakan sepeda sekarang lebih memahami cara meningkatkan penjualan dengan cara berinovasi dalam pemasaran yang dapat dikenal dan dipahami masyarakat.

Kata Kunci : Jamu tradisional, Pemasaran, Inovasi, UMKM

Abstract: *The economic resources of the local community in Kemuning Muda Village, Bunga Raya District, Siak Regency are agricultural, livestock, and MSME areas as a side business as well as the main business for the Kemuning Muda village community. It is important for the sustainability of the community's economy which is not low, and the people here are very enthusiastic about agriculture and agriculture and SMEs such as herbal medicine because it is easy to get traditional ingredients in making traditional herbal medicine. The thing that becomes an obstacle for traditional herbal medicine SMEs in Kemuning Muda village is that they are still less concerned about processed herbal medicine, especially from marketing. Types of traditional herbal medicine made by SMEs in the village of Kemuning Muda are herbs that are commonly found drunk by adults, teenagers, children such as kencur rice, tamarind turmeric and temulawak. The herbal medicine made by SMEs in traditional herbal medicine in the village of Kemuning Muda still uses natural ingredients and the sweetener comes from palm sugar or granulated sugar. The authenticity of the taste of traditional herbal medicine is still maintained so that the essence of traditional herbal drinks can still be felt and will damage the taste and efficacy of the traditional herbal medicine if using unnatural sweeteners. Traditional herbal medicine in Kemuning Muda village is still sold around the village or usually called jamu gendong, traditional herbal medicine in liquid form and put in bottles that will not last long. After socializing the traditional herbal medicine SMEs in the village of Kemuning Muda, who previously only knew about traditional herbal medicine and only marketed it by going around using bicycles, now they understand more about how to increase sales by way of marketing that can be recognized and recognized by the community.*

Keywords: *traditional herbs, marketing, innovations, UMKM*

Pendahuluan

Desa Kemuning Muda merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Bunga Raya, Kabupaten Siak Provinsi Riau. Desa Kemuning Muda adalah Desa pemekaran dari Desa Bunga Raya, kebanyakan penduduk berasal dari Eks Transmigran yang di datangkan dari Jawa seperti Cilacap, Indramayu, Madiun, dan daerah lain yang jumlahnya sedikit. Sekitar tahun 1980-1982 dipimpin oleh KUPT Sunar BA kemudian tahun 1982 diganti oleh Wahman. Desa kemuning muda berbatasan sebelah utara dengan Desa Jati Baru, sebelah timur berbatasan dengan desa Bunga Raya, sebelah selatan berbatasan dengan desa Buntan Lestari, dan sebelah barat berbatasan dengan desa Tuah Inda Pura. Luas wilayah Desa Kemuning Muda Kecamatan Bungaraya adalah 10,5 Km² dimana geografi berupa dataran yang bertopografi datar, mempunyai iklim kemarau dan penghujan hal tersebut membuat Desa Kemuning Muda mempunyai tanah yang cocok untuk melakukan perkebunan dan pertanian.

Desa Kemuning Muda memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.574 orang yang terdiri secara umum mata pencaharian warga Desa Kemuning Muda berprofesi sebagai petani sebanyak 2.251 orang dari seluruh total jumlah penduduk dan sisanya 323 orang yang berprofesi berbagai macam. Desa Kemuning Muda Kecamatan Bungaraya memiliki pembagian wilayah menjadi 3 Dusun yaitu, Dusun 1 Tani Mukti, Dusun 2 Tani Jaya dan Dusun 3 Suka Tani. Dimana setiap Dusun mempunyai wilayah pertanian dan perkebunan, sementara pusat desa berada di Dusun 2 Tani Jaya dan setiap Dusun dipimpin oleh seorang Kepala Dusun (Kadus). Sumber daya manusia adalah sumber utama suatu desa untuk dapat berkembang atau sebagai modal awal suatu desa, namun dengan banyaknya sumber daya manusia tetapi itu tidak dapat menjadi modal utama ketika sumber daya manusianya masih yang kurangnya pendidikan dan hanya mengerjakan suatu hal dengan pengetahuan yang mereka punya tanpa membuat hal baru yang mampu membuat perkembangan usaha dan desa mereka (Putri et al., 2017). Dapat ditemukan kenyataan dilapangan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA) Mahasiswa Universitas Riau, bahwasannya masih terdapat pelaku jamu tradisional yang dimana ditekuni oleh para ibu-ibu di Desa Kemuning Muda ini masih menerapkan cara tradisional dalam segi produksi maupun dalam penjualan.

Ibu-ibu yang berjualan jamu dengan memopong jamunya disebut jamu gendong. Jamu gendong merupakan jamu tradisional yang bahan-bahannya atau ramuannya berasal dari bermacam-macam dari tanaman berkhasiat yang alami seperti terdiri dari kunyit, jahe, kencur, kulit kayu lemon, daun sirih, kembang melati, temulawak, buah mahoni, beras, dan bahan-bahan alami lainnya sebagai pelengkap. Jamu tersebut di racik dan berbentuk cairan yang dapat diminum langsung oleh konsumen (anak-anak, remaja, dewasa). Para pelaku UMKM jamu tradisional biasanya memiliki kebiasaan terhadap jenis jamu yang mereka buat dimana mereka tergantung kepada pengalaman yang mereka pelajari tentang jamu dan serta pesanan yang

diminta oleh pelanggan(Kusumo et al., 2020). Proses pembuatan jamu tradisional belum memenuhi standart hygenis dan untuk penjualannya dilakukan dengan cara berkeliling. Untuk packaging atau kemasannya umumnya hanya menggunakan botol plastik bekas maupun botol kaca yang digunakan berkali-kali dan itu membuat kualitas jamu tersebut rendah dan packagingnya yang ala kadarnya membuat harga jamu tersebut rendah, sehingga jamu hanya dipandang sebelah mata(Susetyarsi, 2012).

Selain itu kemasan merupakan hal yang peting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai peling terhadap produk, tetapi kemasan digunakan juga sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian. Daya tarik kemasan sangat penting guna terlengkapnya stimulus oleh konsumen yang disampaikan oleh produsen. Bila konsumen telah tertarik atas produk tersebut diharapkan konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Daya tarik praktis dari kemasan menurut Wirya (1999) antara lain kemasan menjamin dapat melindungi produk, kemasan mudah dibuka atau ditutup untuk disimpan, kemasan dengan porsi yang sesuai, kemasan yang dapat digunakan kembali, kemasan yang mudah dibawa, dipegang dan dijinjing, kemasan yang memudahkan pemakai dalam menghabiskan dan mengisinya kembali.

Jamu adalah obat tradisional dari Indonesia yang dibuat dari bahan-bahan alami, seperti akar-akaran, daun-daun, dan kulit batang. Salah satu manfaat jamu mislanya pada jamu beras kencur adalah berkhasiat dalam menghilangkan pegal linu (Purwaningsih, 2013). Melalui program KUKERTA Universitas Riau dilaksanakan sebuah metode/program dengan sosialisasi dan inovasi olahan jamu tersebut di kemas dalam kemasan yang memiliki daya tarik dan lebih hygenis yang berupaya untuk meningkatkan penjualan jamu dan meningkatkan nilai ekonomis jamu tradisional pada Desa Kemuning Muda. Tujuan dan maanfaat kegiatan sosialisasi dan inovasi pada olahan jamu tradisional untuk memberikan edukasi kepada pelaku jamu tradisional di Desa Kemuning Muda dalam meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam pengelolaan jamu tradisional sehingga usaha yang mereka jalankan dapat lebih berkembang.

Metode

Persiapan dan pembekalaan yang dilakukan untuk program pengabdian kepada masyarakat ini adalah :

- 1.Mahasiswa KUKERTA melakukan survey lokasi kesalah satu pelaku UMKM jamu tradisional untuk mengetahui potensi dan permasalahan yang sejalan dengan tujuan porgram pengabdian.
- 2.Melakukan diskusi kepada pelaku UMKM jamu tradisional untuk memperoleh informasi tentang situasi dan kondisi pelaku jamu tradisional dalam menjalankan usahanya.
- 3.Melakukan pendampingan yang lebih mengarah kepada aktifas yang berhubungan dengan keterampilan desain dan pemasaran untuk menginformasikan identitas produk, pengemasan

produk, khasiat produk.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini melakukan beberapa tahapan kegiatan untuk mencapai tujuan. Kegiatan pertama dengan menetapkan jadwal survey, diskusi, dan pelaksanaan. Tahapan kedua melakukan tahapan survey untuk mengetahui kondisi pelaku jamu tradisional dan kondisi dilapangan dalam pemasarannya. Selanjutnya melakukan diskusi untuk memecahkan permasalahan dengan data-data yang diberikan pelaku jamu tradisional. Setelah teridentifikasi maka dilaksanakan penyuluhan dan pemberian sample kemasan, label dan pembuatan video tutorial pembuatan jamu tradisional kepada pelaku jamu tradisional. Tahapan akhir dari kegiatan ini adalah melihat hasil dan mengevaluasi untuk melihat keefektifitasan program kegiatan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Secara umum, hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat ditinjau ke dalam empat aktifitas, yang diantaranya adalah :

1. Membuat desain untuk identitas produk

Identifikasi produk mengacu pada secara umum yang pertama desain produk harus memiliki identitas yang unik agar menjadi pembeda dan menjadi daya tarik terhadap produk kompetitif lainnya. Selanjutnya kedua desain produk dibuat agar mudah diingat dan mudah diucapkan oleh konsumen. Jamu tradisional pada program KUKERTA Universitas Riau diberi nama "Jamu Buk Sar" dalam kaitkanya dengan produk jamu sejatinya identitas "Jamu Buk Sar" belum banyak dikenal di sekitar desa karena para konsumen hanya membelinya seketika. Terkait dengan identitas lainnya, yaitu ornamen logo dan informasi produk, dilakukan beberapa pembenahan sederhana. Awal "Jamu Buk Sar" tidak memiliki identitas berupa gambar logo dan semacamnya. Konsumen mengenali "Jamu Buk Sar" dari kemasan dan logo, serta didalamnya ada informasi tentang nomor untuk melakukan pemesanan.



Gambar 1. Logo Jamu Buk Sar

Pengabdian ini mengusulkan desain identitas berupa logo dan dan kemasan berupa botol. Perubahan digunakan dengan harapan dapat mengubah mindset jamu tradisional memiliki eksistensi lebih di produk minuman walaupun tradisional.

Dari sisi pengemasan, misalnya, sudah cukup diketahui bahwa sebagian penjual jamu tradisional yang menggunakan botol plastik bekas air mineral sebagai media penyimpanan jamu tradisional. Padahal kemasan botol air mineral yang seharusnya hanya digunakan sekali pakai setelah isinya habis. Kemasan dan pemasaran merupakan indikator terjadinya keputusan jual beli, sebab ia langsung berhadapan dengan konsumen. Karena itu kemasan dan pemasaran merupakan hal yang mempengaruhi konsumen untuk mendapatkan respon positif terhadap produk tersebut. Dampak yang diharapkan produk jamu tradisional tersebut mendapatkan peningkatan penjualan.

2. Penjualan pendistribusian dan pemasaran

Dari segi penjualan maka hal yang perlu dilakukan setelah melakukan desain terhadap label dan perubahan pada kemasan hal yang paling penting adalah penjualan, pendistribusian, dan pemasaran. Sejauh ini pelaku usaha jamu tradisional di Desa Kemuning Muda masih menjualnya dari rumah ke rumah atau dengan berkeliling menggunakan sepeda. Dan kadang kala bisa dalam sehari tidak ada yang membeli dan jamu yang dibuat terbuang dan tidak bisa dijual kembali di besok harinya. Dalam segi pemasaran tidak ada hal yang membuat jamu tersebut dikenal selain pengalaman ketika mereka membeli jamu dan disampaikan lagi kepada calon konsumen selanjutnya. Dengan media pemasaran yang sempit tersebut tentunya sejauh ini untuk dapatnya diingat dan menjadikan jamu tradisional hal yang dicari dan tau dimana mencarinya belum cukup, karena belum terpenuhinya pemasaran yang baik.

Keberhasilan penjualan sangat bergantung pada citra yang diciptakan oleh kemasan dan pemasaran produk tersebut. Penampilan haruslah sedemikian rupa dibuat agar konsumen dapat memberikan reaksi baik secara verbal maupun non verbal. Pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan penjualan jamu tradisional di Desa Kemuning Muda dengan mengambil strategi kemasan dan strategi pemasaran dari produk.



Gambar 2. Kemasan botol Jamu Buk Sar

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini menargetkan pembenahan dari permasalahan kemasan yang berorientasi kepada perluasan konsumen, proses edukasi dengan pembuatan

video tutorial pembuatan jamu sehingga dapat dilihat oleh masyarakat.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai edukasi dan sosialisasi terhadap kemasan pada produk yang dimana dapat meningkatkan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk jamu tradisional di lingkungan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bungaraya, Dengan program KUKERTA Universitas Riau melalui UMKM jamu tradisional ini diharapkan timbul pemikiran yang lebih terbuka di masyarakat yaitu (a) Pengetahuan tentang akan pentingnya pemasaran dan kemasan dari produk (b) Dengan pendampingan yang dilakukan akan membuka pengetahuan yang lebih kreatif dan inovatif terhadap kemasan jamu.

Referensi

- Kusumo, A. R., Wiyoga, F. Y., Perdana, H. P., Khairunnisa, I., Suhandi, R. I., & Prastika, S. S. (2020). Jamu Tradisional Indonesia: Tingkatkan Imunitas Tubuh Secara Alami Selama Pandemi. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2),465. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.465-471>
- Purwaningsih, E. H. (2013). Jamu, Obat Tradisional Asli Indonesia: Pasang Surut Pemanfaatannya di Indonesia. *EJournal Kedokteran Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.23886/ejki.1.2065.85-89>
- Putri, R., Paud, P., & Medan, B. (2017). Prosiding Seminar Nasional Tahunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan Tahun. *Kompetensi Dan Peran Guru Dalam Pembelajaran*, 2, 293–297. <http://semnasfis.unimed.ac.id>
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, BentukKemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan PengaruhnyaTerhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman MizoneDi Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 21–22.