

Economic Improvement through the Development of the Jamu Kiringan Yogyakarta Tourism Village

Peningkatan Ekonomi melalui Pengembangan Desa Wisata Jamu Kiringan Yogyakarta

Alicia Deana Santosa^{*1}, Nur Saudah Al Arifa², Robiul Fitri Masithoh³

¹Universitas Siliwangi

²UNU Yogyakarta

³Universitas Muhammadiyah Magelang

E-mail: alicia@unsil.ac.id*, nur.saudah.ad@unu-jogja.ac.id, robiulfitri83@ummgl.ac.id

Abstract

One of the areas in the Special Region of Yogyakarta, namely Kiringan Village, is unique in that almost all the women there work as traveling herbal medicine sellers. Most people, especially housewives, get additional income from selling herbal medicine, so this village is nicknamed Jamu Kiringan Village. Jamu Kiringan Village is in the process of becoming an Jamu Tourism Village. However, the results obtained are still not optimal because digital marketing strategies have not been implemented to reach consumers from various wide areas. Apart from that, there has been no touch of innovation to increase the added value of becoming a Tourism Village. The community also faces several challenges, such as limited raw materials, lack of product innovation, business licensing, halal certification and digital marketing skills. This service activity seeks to improve the skills of herbal medicine sellers by producing innovative herbal products and planting seeds to create independence in raw materials and can become an additional tourist attraction. We want to present various herbal plants in this village and the process of making herbal medicine as well as education on the benefits of herbal medicine to become a tourist attraction. Apart from that, this activity provides guidance on obtaining halal certification and business permits, creating tour packages, and digital marketing using free platforms such as Canva, Capcut, Klook, and Instagram. These steps aim to strengthen the herbal medicine sector in the village, encouraging innovation, quality assurance and digital outreach, ultimately turning it into a thriving Tourism Village.

Keywords: Tourism Village, Product Innovation, Halal Certification, Digital Marketing

Abstrak

Salah satu wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu Desa Kiringan memiliki keunikan dimana hampir seluruh Wanita disana bekerja sebagai penjual jamu keliling. Sebagian besar masyarakat khususnya ibu rumah tangga mendapatkan tambahan penghasilan dari berjualan jamu, sehingga desa ini dijuluki Desa Jamu Kiringan. Desa Jamu Kiringan ini berproses untuk menjadi Desa Wisata Jamu. Namun, hasil yang diperoleh masih belum optimal karena belum menerapkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau konsumen dari berbagai wilayah yang luas. Selain itu belum ada sentuhan inovasi untuk meningkatkan nilai tambah menjadi Desa Wisata. Beberapa tantangan juga dihadapi oleh Masyarakat seperti terbatasnya bahan baku, kurangnya inovasi produk, perizinan usaha, sertifikasi halal, dan keterampilan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini berupaya untuk meningkatkan keterampilan penjual jamu dengan menghasilkan inovasi produk jamu dan penanaman bibit untuk menciptakan kemandirian bahan baku serta dapat menjadi tambahan daya tarik wisata. Kami ingin menyajikan berbagai tanaman herbal di desa ini dan proses pembuatan jamu serta edukasi manfaat jamu menjadi daya tarik wisata. Selain itu kegiatan ini memberikan bimbingan untuk mendapatkan sertifikasi halal dan izin usaha, pembuatan paket wisata, serta pemasaran digital yang memanfaatkan platform gratis seperti Canva, Capcut, Klook, dan Instagram. Langkah-langkah ini bertujuan untuk memperkuat sektor jamu di desa tersebut, mendorong inovasi, jaminan kualitas, dan penjangkauan digital, yang pada akhirnya mengubahnya menjadi Desa Wisata yang berkembang.

Kata kunci: Desa Wisata, Inovasi Produk, Sertifikasi Halal, Pemasaran Digital

1. PENDAHULUAN

Desa Wisata Kiringan adalah salah satu sentra jamu tradisional di Yogyakarta adalah yang terletak di Desa Canden, Kapanewon Jetis, Kabupaten Bantul. Produk utama yang dihasilkan dari desa wisata ini adalah jamu dimana hampir seluruh wanita di Desa Kiringan berprofesi sebagai penjual jamu gendong. Desa Wisata Kiringan memiliki 4 kelompok usaha jamu yaitu Seruni putih, Mekar sari, Sehat asri, Kayu legi. Dari 4 kelompok jamu terdapat 132 orang pelaku usaha baik UMKM maupun perorangan. Selain memproduksi jamu Desa Wisata Kiringan juga memiliki tanaman obat yang dibina oleh Puskesmas Jetis 2 yaitu sebanyak 15 dasawisma. Budaya Sehat Jamu resmi menjadi Warisan Budaya Takbenda ke-13 dari Indonesia yang ditetapkan oleh UNESCO, capaian ini menjadi prestasi dan upaya melindungi dan mengembangkan jamu sebagai bagian integral dari budaya Indonesia, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kesehatan dan kesejahteraan global. Jamu dipercaya telah ada sejak abad ke-8 yang ditemukan pada relief di Candi Borobudur dan manuskrip-manuskrip kuno lainnya. Dengan dijadikannya jamu sebagai warisan budaya di UNESCO, penting untuk terus bersama-sama melestarikan budaya sehat jamu. Pengembangan Desa Wisata Jamu Kiringan ini diharapkan dapat semakin melestarikan dan mengenalkan jamu lebih luas, termasuk ke generasi muda, dan masyarakat internasional.

Melalui observasi tim di lokasi, terungkap sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Pertama, masalah ketersediaan bahan baku herbal yang masih mengandalkan pembelian dari luar daripada hasil panen sendiri. Untuk mengatasi hal ini, tim bermaksud menghidupkan program Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di lahan yang tersedia, menciptakan kemandirian dalam pasokan bahan baku, meningkatkan pendapatan para pengrajin jamu, serta menambah daya tarik Desa Wisata Jamu Kiringan, di mana pengunjung dapat melihat dan mempelajari TOGA secara langsung, melihat proses pembuatan jamu dan membuat jamu secara langsung, edukasi mengenai manfaat jamu, serta mencicipi langsung Jamu Kiringan.

Kedua, pengrajin jamu belum memiliki Nomor Izin Berusaha (NIB), PIRT, atau sertifikasi halal, serta kurangnya inovasi dalam produk jamu yang dapat menarik minat konsumen. Hal ini menjadi kunci untuk memberikan nilai tambah pada produk jamu, memungkinkan pemasaran yang lebih luas, dan menciptakan daya tarik bagi generasi muda agar tertarik untuk mengenal dan melestarikan warisan jamu. Masalah selanjutnya adalah kurangnya optimalisasi strategi pemasaran, yang saat ini masih berfokus pada metode offline. Oleh karena itu, tim melihat pentingnya memberikan pelatihan dalam bidang pemasaran digital sebagai upaya untuk memperkenalkan produk dan Desa Wisata ini kepada khalayak yang lebih luas.

Tim pengabdian ingin memaksimalkan berbagai potensi (*local wisdom*) di Desa Wisata Jamu Kiringan agar dapat menjadi tempat wisata sekaligus edukasi (*eduwisata*) yang dikenal luas oleh masyarakat dan wisatawan sehingga dapat mensejahterakan para pengrajin jamu disana dan sekaligus melestarikan jamu itu sendiri. Oleh karena itu, melalui program pengabdian masyarakat ini yang mendapatkan dukungan dari PT Paragon Technology and Innovation diharapkan dapat membantu penguatan ekonomi perempuan melalui inovasi pengembangan industri jamu herbal di Dusun Kiringan, program yang dilakukan diantaranya dengan menciptakan kemandirian bahan baku dengan melakukan pembibitan mandiri yang dilakukan oleh warga Dusun Kiringan. Selain kegiatan pembibitan juga dilaksanakan pelatihan digital marketing yang bertujuan untuk meningkatkan branding dan juga penjualan jamu ke jangkauan yang lebih luas, pelatihan ini juga diberikan sebagai bekal untuk para pengrajin jamu di Desa Wisata Jamu Kiringan. Selain itu juga dilakukan pelatihan untuk mengurus perizinan dalam berusaha dan sertifikasi halal produk jamu serta pengembangan inovasi produk jamu untuk menambah variasi produk

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahapan untuk mencapai target luaran. Tahap pertama, Tim pelaksana melakukan diskusi rencana kegiatan dengan mitra. Pada tahap ini Tim pelaksana mencoba menelusuri masalah, sumber daya yang ada serta potensi untuk peningkatan Desa Wisata Jamu Kiringan. Selanjutnya, semua informasi yang diperoleh dipadukan untuk merancang detail pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat. Tahap kedua, Tim pelaksana melakukan pengumpulan materi dan informasi sebagai dasar bahan pelatihan terhadap mitra dalam pengembangan produk jamu dan desa wisata. Beberapa kegiatan yang dilakukan adalah:

1. Pemberian bibit dan Pendampingan Budidaya Tanaman Obat
2. Pelaksanaan Lomba Antar Dasawisma
3. Program Pengembangan Inovasi Produk Jamu
4. Program Pelatihan Digital Marketing
5. Pendampingan NIB, PIRT, dan Sertifikasi Halal

Tahap terakhir adalah Tim pelaksana melakukan penelusuran hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan melalui pengisian kuesioner oleh peserta. Selanjutnya, data kuesioner akan diolah secara deskriptif yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi Tim pelaksana. Proses evaluasi dilakukan dalam bentuk pengisian kuisisioner yang memuat tentang manfaat dari kegiatan pelatihan ini dan hasil kemajuan usaha penjualan jamu. Kemajuan usaha diukur dari adanya peningkatan omzet dari sebelum diberikan pelatihan dan sesudahnya. Jika terjadi peningkatan yang signifikan, maka harus semakin digalakkan proses pengembangan produk dan pemasarannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Budidaya Tanaman Obat untuk Keluarga (TOGA)

Kegiatan ini bertujuan untuk mewujudkan kemandirian bahan baku bagi para pengrajin jamu di Desa Kiringan, serta dapat menjadi objek wisata tambahan melalui pelestarian tanaman TOGA. Pada kegiatan ini diberikan bibit TOGA dan pelatihan pemanfaatan pekarangan untuk penanaman TOGA. Kemudian Bersama dengan warga melakukan penanaman TOGA di tanah hibah warga dan peresmian Kelompok Wanita Tani Berkah Mandiri. Selain itu, dilaksanakan pula lomba budidaya TOGA yang diikuti oleh 15 dasawisma. Beberapa bibit yang ditanam; Jahe, kencur, kunyit temulawak, jeruk nipis, adas pulowaras, bunga telang, tanaman sambung nyawa dll



Gambar 1. Gotong royong dalam pembukaan lahan TOGA dan tanaman pangan dengan Kelompok Tani Berkah Mandiri Kiringan

2. Inovasi Produk Jamu

Pada kegiatan ini, para pengrajin jamu di Desa Kiringan diberikan pelatihan inovasi produk jamu dengan menggunakan teknologi simplisia dan inovasi teh celup herbal. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi bekal untuk para pengrajin jamu agar dapat melakukan inovasi produk sehingga dapat meningkatkan penjualan produk jamu Desa Kiringan. Jamu dalam

bentuk simplisia dan teh celup dapat dikemas dengan lebih mudah sehingga dapat menjangkau pelanggan secara lebih luas dengan memanfaatkan teknologi digital. Selain itu, inovasi produk ini juga dapat dijual sebagai souvenir bagi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata jamu Kiringan. Inovasi produk jamu dalam kemasan modern juga menjadi daya tarik tambahan dan salah satu upaya untuk menjaga kelestarian produk jamu.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Inovasi Produk Jamu

3. Pendampingan Sertifikasi Halal dan Izin Usaha

Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan, tetapi juga memberikan pendampingan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan produk jamu di Desa Wisata Kiringan untuk mendapatkan sertifikasi halal dan izin usaha. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk menyediakan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya pengajuan sertifikasi halal dan tata cara pengajuannya dalam bentuk konvensional. Selain itu diberikan juga pelatihan dan pendampingan untuk mendapatkan izin usaha NIB dan PIRT (Trismiyanto et al., 2022; Wahyuni et al., 2023).



Gambar 3. Foto kegiatan pendampingan sertifikasi halal dan izin usaha

4. Pelatihan dan Konseling Pemasaran Digital

Tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan digital marketing bagi para penjual jamu dan masyarakat di Desa Kiringan. Pelatihan tersebut memberikan pengetahuan dasar tentang pemasaran digital dan pemanfaatannya dalam mempromosikan produk herbal dan desa wisata. Selain materi pemasaran digital, peserta juga mendapatkan bimbingan dalam pembuatan desain dan konten untuk materi pemasaran digital menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup panduan dalam memanfaatkan media sosial, pembuatan akun media sosial, serta pengembangan paket wisata di platform digital. Peserta pelatihan tidak terbatas pada para penjual jamu, melainkan juga mencakup kelompok pemuda di desa Kiringan, karena peran pemuda memiliki peranan yang penting dalam mempromosikan desa wisata ini. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu para penjual jamu dan praktisi wisata untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas dan mempromosikan Desa Wisata Kiringan beserta produk jamunya. (Joesyiana et al., 2023; Santosa et al., 2019, 2022; Sukma & Iswara, n.d.)

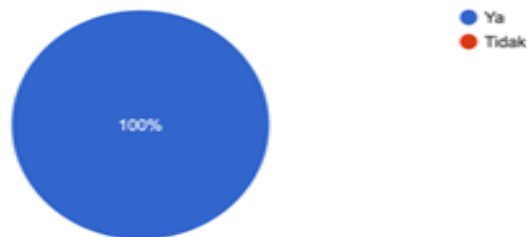


Gambar 4: Pelatihan dan Konseling Digital Marketing

Di akhir pelatihan, dilakukan evaluasi dengan meminta peserta mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Hasil masukan dari peserta menunjukkan apresiasi tinggi terhadap pelatihan yang dilakukan dan harapan untuk mendapatkan pelatihan lain di masa depan. Peserta juga menyampaikan terima kasih atas pelatihan yang diberikan, karena sesuai dengan kebutuhan mereka dan memperkaya keterampilan untuk menghasilkan produk jamu yang lebih kompetitif dan memajukan Desa Wisata Jamu. Mereka juga berencana menerapkan keterampilan ini untuk mengembangkan produk yang dihasilkan (Gambar 5).

Apakah materi pelatihan ini sesuai dengan kebutuhan?

15 responses



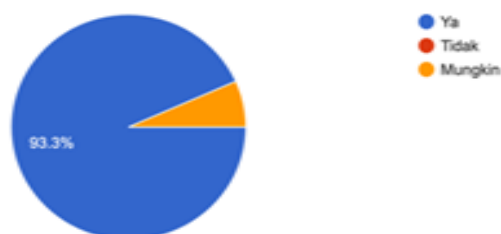
Apakah materi pelatihan ini bermanfaat untuk memajukan Desa Jamu Kiringan?

15 responses



Apakah keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini akan diterapkan?

15 responses



Gambar 5. Hasil Kuesioner Peserta Pelatihan

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan pada Desa Wisata Jamu Kiringan ini meliputi budidaya tanaman obat untuk keluarga (TOGA), inovasi produk jamu, pendampingan sertifikasi halal dan izin usaha, dan pelatihan digital marketing memiliki kesimpulan sebagai berikut:

1. Kegiatan budidaya tanaman obat untuk keluarga (TOGA) memberikan dukungan kesehatan yang berkelanjutan, memungkinkan keluarga untuk memanfaatkan tanaman obat alami sebagai alternatif Kesehatan dan juga agar dapat tercipta kemandirian bahan baku pembuatan jamu. Dengan kemandirian bahan baku, para penjual jamu di Desa Kiringan dapat mengurangi biaya produksi dan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Selain itu, budidaya TOGA yang disebar di lahan hibah, dasawisma dan pekarangan setiap keluarga dapat menjadi daya tarik tambahan untuk wisata edukasi tanaman herbal di Desa Wisata Kiringan Yogyakarta.
2. Inovasi produk jamu berkontribusi pada pengembangan produk lokal yang berdaya saing (Lestari et al., 2020). Hal ini meningkatkan nilai tambah produk jamu serta menciptakan peluang bisnis yang lebih besar bagi masyarakat setempat. Selain itu, inovasi produk jamu dapat membantu keluarga dalam menciptakan sumber pendapatan tambahan. Pada pelatihan ini para pengrajin jamu membuat inovasi jamu celup, dalam jangka panjang beberapa inovasi produk lain sudah direncanakan.
3. Pendampingan sertifikasi halal dan izin usaha membantu pengusaha produk jamu memenuhi persyaratan pasar dan konsumen yang semakin mengutamakan kepatuhan dan keamanan produk. Ini memungkinkan produk jamu untuk lebih mudah diakses oleh lebih banyak orang dan mendapatkan kepercayaan yang lebih tinggi dari masyarakat luas. Sertifikasi halal dan izin usaha juga menjadi nilai tambah produk di pasar. Pada kegiatan ini, telah dilakukan pendaftaran sertifikasi halal dan izin usaha.
4. Pelatihan digital marketing membantu para pelaku usaha jamu dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara lebih efektif. Ini juga memungkinkan mereka untuk mencapai pasar yang lebih luas melalui platform online (Hollebeek & Macky, 2019; Khairani & Fachira, 2021; Terho et al., 2022). Tidak hanya memasarkan produk jamu, namun pada pelatihan ini juga diberikan pelatihan untuk memasarkan Desa Wisata. Kegiatan yang diberikan meliputi pelatihan pembuatan design konten melalui aplikasi canva dan capcut, pembuatan akun di social media Instagram, dan paket wisata.

Para pengrajin jamu dan Masyarakat desa terlihat sangat antusias dan berpartisipasi aktif dalam pelatihan. Hal ini terlihat dari keseriusan peserta mengikuti pelatihan dan melakukan rangkaian proses pelatihan. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 100% peserta menyatakan pelatihan ini sangat bermanfaat dan akan menerapkan dalam pemasaran usahanya di waktu yang akan datang. Direncanakan akan dilakukan pendampingan yang lebih intensif lagi pada kegiatan pengabdian pada masyarakat berikutnya. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat yang mencakup berbagai aspek ini memberikan manfaat yang signifikan bagi keluarga, pengusaha jamu, dan komunitas secara keseluruhan, baik dalam hal kesehatan, ekonomi, maupun kemajuan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT. Paragon Technology and Innovation yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>
- Joesyiana*, K., Zainal, H., Harahap, A. R., Mildawati, R., Yuzalmi, N., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Strategi Promosi Media Sosial Kelompok Wanita Tani Beringin Indah. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(5), 1264–1272. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i5.15369>
- Khairani, A., & Fachira, I. (2021). The Influence of Different Digital Content Marketing on Consumer Engagement in The Tourism Sector. *International Journal of Social Science and Business*, 5(3), 443. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i3.38109>
- Lestari, R., Pradani, T., & Digdowiseiso, K. (2020). The Effects of Digital Marketing, Entrepreneurship Orientation, and Product Innovation on Competitive Advantage and Its Impact on the Marketing Performance of Talas Bolu Sangkuriang in Bogor City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 5(1), 2081–2087.
- Santosa, A. D., Alversia, Y., & Rahmawati, M. (2022). *Factors influencing consumer attitudes towards web series content marketing*. 4(5), 2193–2203.
- Santosa, A. D., Bintari, I. V., & Hamzah, R. A. (2019). *Peran kepercayaan dan brand image dalam pengambilan keputusan pembelian secara online di instagram*. 5(Mei), 60–68. <https://doi.org/10.37058/jem.v5i1.856>
- Sukma, A., & Iswara, V. D. (n.d.). *The Influence Of Digital Marketing And Brand Awareness On Purchase Decisions For Local Micro Small And Medium Enterprises Fashion Brands In Post-New Normal Bandung City*.
- Terho, H., Mero, J., Siutla, L., & Jaakkola, E. (2022). Digital content marketing in business markets: Activities, consequences, and contingencies along the customer journey. *Industrial Marketing Management*, 105, 294–310. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.06.006>
- Trismiyanto, H. H., Taifan, A., Nurdin, I., & ... (2022). The assistance of msme in Halal Licensing Certification to Improve Consumer Trust and Health in Cimahi City. *ABDIMAS: Jurnal ...* <http://journal.umtas.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/view/2716>
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & ... (2023). Verification of Business Actor's Statement for Halal Certification of Micro Enterprises in Sidoarjo Regency, East Java. *ABDIMAS: Jurnal ...* <http://journal.umtas.ac.id/index.php/ABDIMAS/article/view/2796>