

Product Diversification and Marketing Methods of Jamu Gendong in Kampung Jamu Semarang

Diversifikasi Produk Olahan Jamu Gendong Dan Metode Pemasarannya Di Kampung Jamu Semarang

Aditya Marianti^{*1}, R. Susanti², Aji Purwinarko³, Safira Chairani Dimarti⁴, Fitri Arum Sasi⁵, Atika Yuliantika⁶, Azharu Alfi Hasani⁷, Sinta Kurnia Rahmawati⁸

^{1,5,6} Program Studi Pendidikan Biologi, FMIPA, Universitas Negeri Semarang

^{2,7,8} Program Studi Biologi, FMIPA Universitas Negeri Semarang

³ Program Studi Teknik Informatika, FMIPA, Universitas Negeri Semarang

⁴ Program Studi Ilmu Gizi, FIK, Universitas Negeri Semarang

*e-mail: aditya.marianti.am@mail.unnes.ac.id

Abstract

"Kampung Jamu" in Wonolopo, Semarang is the center of herbal medicine drink producers. The marketing is still restricted to Semarang region, making it less competitive compared to similar manufactured products. The purpose of Community Service activity is to upgrade the producers' skills in making, packaging, and market it via online media to cover wider marketing area. This activity uses a participatory method involving 15 members of Sumber Husodo community, intervening on all lines starting from improving skills in making powdered herbal medicine and packaging, creating branding and sales methods through online media. After training, 100% of participants produced & packed powdered herbal medicine and created marketing strategies for their product. However, only 20% of participants were able to practice using social media platforms to promote their product. To conclude, participants have the will to diversify their products and expand the marketing area to survive and compete with manufactured herbal products.

Key word: kampung jamu, Semarang, product diversification, online marketing

Abstrak

Kampung jamu di kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen Semarang adalah sentra produsen jamu gendong. Wilayah pemasarannya masih di Semarang karena produk tidak awet, sehingga berpotensi menurunkan daya saing dengan produk pabrikan. Tujuan kegiatan pengabdian kegiatan Masyarakat (PkM) ini meningkatkan keterampilan mitra membuat jamu serbuk yang berkualitas, mengemasnya dan memasarkannya secara online, sehingga wilayah pemasarannya lebih luas. Kegiatan menggunakan metode partisipatif melibatkan 15 anggota paguyuban Sumber Husodo, mengintervensi semua lini mulai dari peningkatan keterampilan membuat jamu serbuk dan pengemasannya, pembuatan branding dan metode penjualannya melalui media online. Hasil pelatihan adalah 100% peserta dapat mempraktekkan membuat jamu serbuk dan mengemasnya, 100% peserta pelatihan juga dapat membuat branding produk jamunya. Namun baru 20% peserta yang dapat mempraktekkan penggunaan aplikasi berjualan online, menggunakan media sosial. Simpulan dari kegiatan PkM ini adalah mitra memiliki keterampilan diversifikasi produk dan memperluas wilayah pemasarannya, sehingga diharapkan dapat bertahan dan bersaing dengan produk jamu pabrikan.

Kata kunci: Kampung Jamu, Semarang, diversifikasi produk, pemasaran online

1. PENDAHULUAN

Kampung Jamu yang berlokasi di RT 02 dan RT 03 RW 10 kelurahan Wonolopo kecamatan Mijen kota Semarang adalah salah satu kampung tematik. Kampung tematik adalah program inovasi yang digagas oleh pemkot Semarang untuk memenuhi kebutuhan mendasar masyarakat. Melalui program ini, masyarakat beserta lembaga-lembaga terkait dilibatkan dan berpartisipasi aktif, agar terbangun potensi khas yang dimiliki masyarakat di suatu wilayah. Kampung Jamu memiliki keunikan tersendiri, karena wilayah ini merupakan sentra produksi jamu gendong tradisional satu-satunya di kota Semarang. Para perajin tergabung dalam Paguyuban Jamu Gendong "Sumber Husodo". Jumlah anggota Paguyuban Sumber Husodo sebanyak 43 perajin. Keberadaan paguyuban ini berperan mempersatukan para perajin jamu gendong yang berada di wilayah RW 10 kelurahan Wonolopo.

Jamu gendong merupakan salah satu produk suplemen herbal yang banyak disukai masyarakat karena khasiatnya dan harganya relative murah. Jamu gendong ini merupakan hasil racikan para perajin dengan resep turun temurun. Hal ini menyebabkan jamu gendong tetap eksis sampai hari ini. Jenis jamu yang dihasilkan beraneka ragam antara lain gula asam, kunir asam, beras kencur, brotowali, jamu sirih, jamu daun pepaya, temulawak, cabe puyang dan lain-lain. Harga jualnya sangat terjangkau. Satu botol berisi sekitar 330 ml jamu, dijual dengan harga mulai Rp. 5000 sampai Rp. 7000. Informasi yang diperoleh dari salah seorang perajin jamu di Wonolopo, dalam sehari para perajin bisa memproduksi sekitar 20-30 liter atau rata-rata sekitar 50-60 botol per hari. Bahan baku jamu diperoleh dari kelurahan Wonoyoso kecamatan Mijen, jika bahan yang diperoleh kurang maka para perajin baru akan membeli dari luar wilayah.

Sampai saat ini, masyarakat sangat akrab dengan tradisi minum jamu, meskipun sudah banyak pesaing minuman aneka ragam. Persepsi masyarakat di Indonesia terhadap jamu tradisional secara umum positif (Torri, 2013). Hasil penelitian (Andriati & Wahjudi, 2016) menunjukkan bahwa 58% masyarakat golongan ekonomi lemah dan 25% golongan ekonomi menengah di wilayah Surabaya, Bangkalan dan Magetan masih menggunakan jamu sebagai obat alternatif. Jamu merupakan peninggalan nenek moyang bangsa Indonesia, berupa ramuan tumbuhan berkhasiat obat yang sudah dimanfaatkan dari generasi ke generasi. Jamu sudah dibuktikan berkhasiat bagi Kesehatan dan aman dikonsumsi. Asal kata jamu adalah Jampi atau Usodo, berasal dari bahasa jawa kuno. Arti dari kata itu adalah penyembuhan dengan memanfaatkan ramuan dan doa. Informasi dari Direktorat Warisan dan Diplomasi Budaya Kemdikbud RI, pemanfaatan bahan alami untuk pengobatan telah ada digunakan oleh nenek moyang bangsa Indonesia sejak ratusan tahun yang lalu. Hal ini bisa dibuktikan dari ditemukannya catatan sejarah yang tertulis di lembaran daun lontar, batu prasasti dan ukiran relief candi. Selama masa pandemic covid 19. Konsumsi jamu di masyarakat meningkat pesat karena jamu dipercaya memiliki kemampuan meningkatkan sistem imun.

Terdapat 10 jenis ramuan jamu yang biasa dimanfaatkan oleh masyarakat di kecamatan Kromengan kabupaten malang yaitu beras kencur, kunyit asam, sinom, cabe puyang, pahitan, kunci sufruh, kudu laos, uyup-uyup, temulawak dan sari rapat (Wulandari dan Azrianingsih, 2014). Berdasarkan informasi dari ketua Paguyuban Sumber Husodo (Februari 2022), jamu yang paling diminati adalah kunyit asam dan beras kencur. Kedua minuman ini memiliki khasiat yang menyehatkan. Hasil penelitian Mulyani et al., (2014) menyatakan bahwa minuman kunyit asam yang memiliki senyawa antioksidan yang tinggi dengan aktivitas 0,123% dan mengandung juga vitamin C dengan kadar 0,688 mg/100 g. Sementara itu kencur (*Kaempferia galanga*) diketahui memiliki senyawa penting utama *Ethyl-trans-p-methoxy cinnamate* dan *trans-ethyl cinnamate* Bioaktivitas senyawa aktifnya berdasarkan penelitian studi literatur offline maupun online dengan bioinformatika membuktikan kencur memiliki aktivitas sebagai analgesic, antioksidan, antibakteri, antiinflamasi dan anti kanker (Silalahi, 2019).

Produk jamu gendong dari Wonolopo cukup dikenal warga Kota Semarang dan bahkan warga luar kota yang berkunjung ke Semarang. Metode penjualan jamunya berkeliling dari rumah ke rumah atau dijual di kios-kios pasar tradisional. Para perajin jamu ini memiliki wilayah pemasaran yang berbeda-beda sebagai hasil musyawarah dalam kelompok. Musyawarah ini dilakukan untuk meminimalkan tingkat persaingan dagang di antara mereka, mengingat area pemasarannya masih terbatas di kota Semarang.

Penjualan secara online sampai sejauh ini, belum dilakukan dengan alasan jamu yang diproduksi tidak tahan lama hanya bertahan kurang dari 24 jam. Selain itu biaya kirimnya menjadi mahal karena berat per botol jamunya sekitar 350 gr, sehingga berakibat pada naiknya harga jual jamu per botol. Hal ini tentunya tidak menguntungkan. Pengawetan jamu dengan pembekuan juga berdampak pada kenaikan biaya produksi karena alat frozen memerlukan listrik berdaya tinggi, sehingga biaya pemakaian listrik akan meningkat signifikan. Selain itu perlu cara pengiriman khusus apabila harus mengirimkan produk beku dengan biaya yang lebih tinggi.

Keterbatasan penguasaan teknologi digital turut serta berperan menyebabkan para pedagang jamu ini masih bertahan dengan cara-cara berdagang tradisional. Hal ini juga dikeluhkan karena para perajin jamu tersebut sebenarnya menginginkan adanya peningkatan

jumlah produksi dan meningkatnya jumlah penjualan tidak hanya ditingkat lokal kota Semarang tetapi meluas ke wilayah lain.

Beberapa upaya telah pernah dilakukan untuk meningkatkan jumlah produksi jamu. Usaha untuk meningkatkan produksi, telah pernah dilakukan melalui kegiatan KKN PPM UNNES tahun 2017 meliputi 1) peningkatan produksi melalui penggunaan alat bantu mesin penggiling bahan baku jamu, 2) penggunaan kemasan jamu yang lebih menarik, 3) peningkatan higienitas produksi dan pengurusan PIRT, 4) promosi, 5) pendaftaran merk Jamu ke Ditjen KI Kemenkumham RI (Rosidah, *et al.* 2018). Namun kegiatan tersebut belum menyentuh pada perluasan wilayah jual produk jamu.

Salah satu upaya yang dapat ditempuh di era digital saat ini untuk memperluas wilayah pemasaran adalah memanfaatkan aplikasi perdagangan online (*e-commerce*). Menurut Mukhsin, (2019) peluang UMKM untuk memperluas pasar sangat didukung adanya *e-commerce* melalui marketplace. UMKM akan diuntungkan karena dapat melakukan promosi dan menjual produknya. UMKM dapat menambah pelanggan dan memperluas jejaring pasarnya. Promosi melalui internet akan menyebabkan kegiatan promosi tidak dibatasi ruang dan waktu. Hasil penelitian Untari & Fajariana (2018) menunjukkan bahwa pemanfaatan media social instagram sebagai alat pemasaran telah meningkatkan omset pengusaha batik merk Subur dari semula terjual rata-rata 70 kain per bulan meningkat menjadi 200-500 kain batik per bulan. Pemanfaatan Instagram sebagai upaya membekali para pengrajin dengan keterampilan memanfaatkan media social Instagram telah dilakukan juga pernah diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat STMIK Indonesia Padang kepada para pengrajin akrilik di kota Padang dengan hasil pemanfaatan instagram membantu memasarkan produk para pengrajin akrilik dengan pangsa pasar yang lebih luas (Suryani *et al.* 2017).

Berdasarkan uraian pada latar belakang, berhasil ditemukenali 2 aspek permasalahan yaitu aspek diversifikasi produk dan aspek pemasaran. Dari sisi aspek diversifikasi produk, permasalahannya adalah bagaimana menghasilkan produk jamu yang memiliki daya tahan yang lebih lama, memiliki khasiat yang tidak berbeda dengan jamu dalam bentuk cair, dan bagaimana mengemas produk supaya menarik dan praktis sehingga mudah dikirim keluar wilayah kota Semarang. Dari aspek pemasaran, permasalahan yang menjadi fokus untuk diatasi adalah bagaimana membuat branding dan melatih penggunaan aplikasi sistem penjualan online untuk memperluas wilayah pemasaran produk jamu tradisional yang dihasilkan.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka perlu dilakukan intervensi IPTEK melalui kegiatan pelatihan yang dikemas dalam program pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan 1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan membuat jamu serbuk, sebagai bentuk diversifikasi produk olahan jamu, sekaligus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengemas produk olahan jamu sehingga lebih praktis dan mudah dipasarkan, ke luar kota Semarang, 2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat branding dan memasarkan produk secara online.

2. METODE

Metode partisipatif dipilih untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Metode partisipatif adalah metode yang dirancang agar semua pihak yang terlibat berpartisipasi aktif dan memberikan kontribusinya, selama kegiatan berlangsung. Tim pengabdian merencanakan kegiatan berdasarkan skala prioritas. Tahap-tahap kegiatan PPM ini diuraikan pada tabel 1.

Tabel 1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Kampung Jamu Wonolopo

Tahapan kegiatan	Metode pelaksanaan Kegiatan
Persiapan/sosialisasi	1. Koordinasi tim pengabdian masyarakat dengan ketua paguyuban jamu gendong Sumber Husodo berkaitan dengan kegiatan yang akan dilakukan 2. Menyusun materi pelatihan dan jadwal pelaksanaan kegiatan

	3. Menyiapkan alat dan bahan pendukung kegiatan pelatihan 4. Sosialisasi tujuan kegiatan kepada khalayak sasaran dan meminta dukungan dan kesediaan untuk berpartisipasi
Pelaksanaan	<p>Pelatihan tahap 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. pembuatan jamu gendong dalam bentuk serbuk siap minum 2. pelatihan pengemasan produk <p>Pelatihan tahap 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. pelatihan pembuatan <i>branding</i> produk 2. pelatihan penggunaan aplikasi online untuk berjualan
Monitoring dan Evaluasi	Dilaksanakan di tengah program dan diakhir pelaksanaan program. Monitoring di tengah program untuk mendeteksi keterlaksanaan program dan hambatan yang mungkin muncul. Evaluasi di akhir program untuk menganalisis keberhasilan program.

Analisis ketercapaian kegiatan diukur pada saat proses pelatihan dan setelah selesai pelatihan. Data yang diambil berupa hasil wawancara dan survey menggunakan instrument angket. Data dianalisis dengan metode deskriptif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan jamu serbuk telah dilakukan pada tanggal 15 Juli 2022. Varian jamu yang dipilih untuk dibuat serbuk adalah beras kencur karena jamu ini adalah salah satu dari varian jamu yang diminati masyarakat namun dalam bentuk cair daya tahannya hanya berkisar antara 10-12 jam. Pelatihan diikuti oleh 15 anggota perwakilan perajin jamu yang tergabung dalam paguyuban Sumber Husodo. Pelatihan dilakukan di rumah ketua paguyubab di RT 02 RW 10 Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen Semarang. Peserta pelatihan dipilih dari para anggota paguyuban yang aktif memproduksi dan berdagang jamu gendong, berdasarkan saran dari ketua Paguyuban Sumber Husodo. Pelatihan dengan jumlah peserta sedikit ditujukan agar pelatihan bisa berjalan lebih intensif sehingga keberhasilannya diharapkan lebih besar. Para peserta ini diharapkan akan mendesiminasikan hasil pengabdian ini kepada perajin jamu yang lainnya.



Gambar 1. Peserta pelatihan dan penjelasan ketua pengabdian tentang tujuan, manfaat dan teknis kegiatan

Hasil penjajagan awal dengan angket yang diisi oleh peserta diperoleh informasi bahwa:

1. semua peserta belum pernah membuat jamu serbuk instan dan belum memiliki keterampilan cara membuatnya.

2. pemasaran jamu yang diproduksi para peserta seluruhnya masih dijual di wilayah Semarang, belum ada yang menjual ke wilayah lain.
3. Semua peserta menyatakan mereka keberatan memasarkan produk jamunya ke luar wilayah Semarang karena produknya tidak tahan lama dan mahal diongkos pengirimannya.
4. semua peserta menyatakan tertarik untuk memperluas wilayah pemasaran produknya,
5. untuk mengatasi semua hambatan pemasaran, peserta tertarik untuk dapat membuat jamu dalam bentuk serbuk agar lebih praktis dan tahan lama,
6. semua peserta berkeinginan untuk dapat berdagang secara online untuk memperluas wilayah pemasaran produk jamunya.

Selama kegiatan peserta secara langsung berlatih membuat jamu beras kencur serbuk. Bagian paling sulit dan membosankan menurut para peserta adalah tahapan pembuatan kristal jamu, yang membutuhkan kesabaran dan ketelatenan serta relative menghabiskan waktu. Pembuatan jamu serbuk pada dasarnya adalah teknik pengkristalan. Kristalisasi adalah proses pemurnian dan pembentukan partikel melalui fase homogenisasi. Keberhasilan kristalisasi ditentukan antara lain ditandai dengan tercapainya kondisi kepadatan maksimal atau supersaturasi. Kondisi supersaturasi dapat dipercepat dengan metode pendinginan (Gotama & Mahfud, 2015). Kondisi supersaturasi akan memicu munculnya inti kristal baru. Faktor-faktor yang mempengaruhi laju pembentukan kristal adalah temperature, kekentalan, kecepatan pengadukan/agitasi, kecepatan pendinginan, ada tidaknya bahan tambahan, serta tekanan permukaan antara zat terlarut dan pelarutnya. Pengetahuan ini dipraktekkan dalam proses pembuatan jamu serbuk, dengan cara meminta para peserta pelatihan untuk mematikan api kompor saat larutan jamu sudah mulai mengental sambil terus diaduk dengan cepat. Matinya api kompor menyebabkan penurunan suhu larutan dan pengadukan dengan cepat menstimulasi pembentukan inti kristal baru. Tips dan trik inilah yang harus diketahui oleh para perajin jamu yang akan membuat jamu serbuk/instan.



Gambar 2. Peserta berlatih membuat jamu serbuk beras kencur

Kesabaran dan ketelatenan para peserta berbuah manis dengan berhasil dibuatnya jamu beras kencur serbuk yang memiliki rasa mirip dengan jamu beras kencur cair. Namun bentuk kristalnya masih perlu dihaluskan lagi dengan blender. Kurang halusya kristal yang terbentuk dipengaruhi oleh kecepatan pengadukan di saat-saat akhir. Seperti yang dijelaskan oleh Khairunisa et al., (2019) dan Safira et al., (2019), factor kecepatan pengadukan/agitasi berpengaruh terhadap kualitas kristal yang terbentuk. Produk jamu instan beras kencur yang berhasil dibuat kemudian dikemas dalam berbagai kemasan praktis dan diberi label merk dagang dengan desain yang menarik.



Gambar 3 Jamu beras kencur menjadi kristal dan dikemas dalam berbagai kemasan praktis dengan label yang menarik

Untuk mengetahui ketercapaian tujuan pelatihan, di akhir kegiatan peserta diminta untuk mengisi angket. Jawaban pada angket yang diisi peserta menunjukkan bahwa

1. semua (100%) peserta menyatakan pelatihan pembuatan jamu instan serbuk menambah pengetahuan dan keterampilan,
2. semua (100%) peserta menyatakan jamu serbuk instan lebih praktis dan mudah dibawa ke mana-mana,
3. 8 orang peserta (80%) berminat memproduksi jamu instan serbuk berbagai jenis, setelah selesainya pelatihan karena dapat menambah penghasilan, namun ada 2 (20%) peserta yang menyatakan tidak berminat dengan alasan waktu pembuatannya yang relative lama.

Ketercapaian kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat dari partisipasi peserta ditunjukkan dari jumlah kehadiran pada 2 kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dan upaya mereka mempraktekkan keterampilan yang di luar jam pelatihan. Berdasarkan hasil wawancara dengan peserta, mereka telah mempraktekkan pembuatan jamu serbuk, bukan hanya beras kencur tetapi sudah mencoba membuat jamu jahe serbuk dan masih ingin membuat jamu kunyit asam serbuk. Peserta pelatihan bertambah pengetahuan dan keterampilannya dalam mengemas produk menjadi lebih praktis dan menarik.

Pembuatan jamu serbuk yang relative lama dan harus diaduk terus menerus merupakan kendala yang harus diupayakan jalan keluarnya. Kondisi ini akan menyulitkan para perajin, apalagi jika harus membuat jamu serbuk dalam jumlah besar. Solusi untuk masalah ini adalah membuat alat pengaduk elektrik. Untuk itu perlu dibuat alat pengaduk elektrik yang sederhana dan harga terjangkau sehingga dapat digunakan oleh masyarakat.

Setelah berhasil membuat jamu serbuk dan mengemasnya, maka pelatihan berikutnya yang dilaksanakan pada 3 September 2022 adalah pelatihan pembuatan branding produk dan penjualan produk melalui marketplace online. *Brand* yang kuat dan mapan diperlukan untuk mempertahankan eksistensi produk, Branding suatu produk sebaiknya memiliki hubungan emosional dan sesuai ekspektasi konsumen serta sesuai dengan segmentasi dan kelas sosial pelanggan (Nastain, 2017). Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 15 orang peserta dari Paguyuban Sumber Husodo. disarankan peserta yang dapat mengoperasikan smart phone.

Pelatihan diawali dengan menciptakan branding produk jamu yang diproduksinya. Keterampilan membuat branding produk ini penting karena sebelum berjualan mereka harus menyiapkan konten untuk memasarkan produknya. Beberapa unsur yang harus ada dalam branding produk jamu antara lain adalah merek dagang, slogan, manfaat produk, komposisi bahan, cara mengkonsumsi, tanggal kadaluarsa, dan kode PIRT untuk legalitas produk. Beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk membuat merek dagang dan slogan jamu yang menarik antara lain memiliki ciri-ciri: menonjolkan keunggulan jamu, singkat, sederhana, dan mudah dikenal. Para peserta antusias mengikuti dan mempraktekkan membuat branding produk jamunya, mayoritas memilih menggunakan nama atau ciri spesifik mereka sebagai merk dagang antra lain

“Jamu Gendong Kholidi”, “Jamu Mbak Siyam”. Jamu Mbak Endut”. Mereka juga antusias membuat slogan. Salah satu slogan yang dibuat berbunyi: “Jamu gendong segar dan menyehatkan”.



Gambar 4. Pelatihan pembuatan branding dan pemanfaatan e-commerce untuk berjualan jamu online

Setelah berlatih membuat branding pelatihan berikutnya adalah pelatihan memasarkan produk secara online. Tahap pertama adalah pengenalan berbagai marketplace yang ada di internet misalnya shopee, Tokopedia, Gofood. Kemudian dilatihkan cara mendaftar dan memiliki akun. Para peserta terlihat masih asing dengan berbagai aplikasi yang tersedia, namun ada beberapa yang sudah berani mencoba. Beberapa aplikasi yang familiar untuk mereka adalah WhatsApp, Facebook, dan tiktok. Beberapa diantara peserta sudah berusaha membuat toko online-nya, namun demikian masih perlu dibimbing lebih intensif mengingat masih asingnya aplikasi ini bagi sebagian dari mereka. Hanya 3 peserta dari 15 peserta (20%) yang sudah dapat menggunakan aplikasi online. Untuk itu komunikasi lewat WhatsApp dibuka dengan peserta untuk berkomunikasi jika mereka menjumpai kesulitan saat mengaplikasikan berjualan online pada beberapa *marketplace* yang tersedia.

Berdasarkan hasil angket yang diberikan kepada peserta diketahui bahwa semua peserta berminat untuk menjual produknya secara *online* dengan memanfaatkan *e-commerce* maupun media sosial yang mereka miliki. Alasan utama yang dikemukakan adalah mereka berminat memasarkan produknya secara online agar wilayah jualannya menjadi lebih luas dan produknya dapat dikenal oleh lebih banyak orang di seluruh Indonesia. Namun mereka masih memiliki kendala dalam menggunakan aplikasi *e-commerce* karena belum terbiasa. Salah satu solusi yang disarankan adalah melibatkan anak, keponakan atau saudara yang bisa menggunakan aplikasi online untuk membantu mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap pelaksanaan dan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil membuka wawasan para pengrajin jamu tentang perlunya melestarikan usaha dengan jalan melakukan diversifikasi produk olahan jamu. Produk olahan jamu serbuk siap seduh lebih sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern karena praktis namun khasiat dan rasa originalnya tidak berubah. Selain diversifikasi produk olahan jamu, para peserta pelatihan juga menyadari bahwa memperluas wilayah pemasaran keluar kota Semarang, adalah salah satu upaya yang harus ditempuh, sehingga semakin banyak orang yang mengenal dan diharapkan menyukainya. Kesadaran ini dibuktikan dengan kesediaan para peserta pelatihan untuk belajar dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk berdagang dengan membuat slogan dan *branding* yang menarik dan dapat diterima dan diingat oleh masyarakat. Mengingat waktu

untuk kristalisasi dari jamu cair menjadi serbuk memerlukan waktu lama maka disarankan untuk kegiatan berikutnya adalah menerapkan teknologi tepat guna berupa mesin pengaduk untuk pembuatan jamu serbuk, sehingga bisa mengefektifkan waktu pembuatannya dan para pengrajin jamu dapat lebih produktif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih tim penulis sampaikan kepada LPPM UNNES yang telah menyetujui dan memberikan dukungan pendanaan terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berdasarkan Kontrak Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Dosen Tahun Anggaran 2022 Nomor: 226.8.4/UN37 /PPK.3.1/2022. tanggal 08 April 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriati, & Wahjudi, T. (2016). Tingkat penerimaan penggunaan jamu sebagai alternatif penggunaan obat modern pada masyarakat ekonomi rendah-menengah dan atas. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 29(3), 144–145.
- Gotama, B., & Mahfud. (2015). Pengaruh Teknik Seeding terhadap Yield Kristal pada Kristalisasi Patchouli Alcohol dari Minyak Nilam. *Seminar Nasional Teknologi (SENATEK), January 2016*, 1–9.
- Khairunisa, F. L., Widyasanti, L., A., & Nurjanah, A., S. (2019). Kajian Pengaruh Kecepatan Pengadukan terhadap Rendemen dan Mutu Kristal Patchouli Alcohol dengan Metode Cooling Crystallization. *Jurnal Keteknik Pertanian Tropis Dan Biosistem*, 7(1), 55–66.
- Mukhsin. (2019). Manfaat Penerapan Marketing Online (Menggunakan E-Commerce Dan Media Sosial) Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh). *Teknokom*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.31943/teknokom.v2i1.25>
- Mulyani, S., Harsojuwono, B. A., & Puspawati, G. A. K. D. (2014). Potensi minuman kunyit asam (*Curcuma domestica* Val . sebagai minuman kaya antioksidan. *Agritech*, 34(1), 65–71.
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Rosidah, Adhi Kusumastuti, R. D. W. (2018). *Untuk Mendukung Program Desa Wisata Wonolopo Kecamatan Mijen Kota Semarang*. 69–76.
- Safira, L. R., Widyasanti, A., & Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Perbandingan Volume Pelarut Pada Kristalisasi Patchouli Alcohol Dari Minyak Nilam (Pogostemon Cablin Benth) Dengan Metode Cooling Crystallization. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Pertanian Dan Biosistem*, 7(2), 239–248. <https://doi.org/10.29303/jrpb.v7i2.142>
- Silalahi, M. (2019). Kencur (Kaempferia galanga) Dan Bioaktivitasnya. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, 8(1), 127. <https://doi.org/10.31571/saintek.v8i1.1178>
- Suryani, A.I, Ningsih, S.R., Darwas, FR., R. (2017). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran.pdf* (pp. 1–4).
- Torri, M. . (2013). Torri-Knowledge and Risk Perceptions of Traditional Jamu.pdf. *European Journals of Medicinal Plants*, 3(1), 25–39.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta/article/view/4387>
- Wulandari, R.A. dan Azrianingsih, R. (2014). Etnobotani Jamu Gendong Berdasarkan Persepsi Produsen Jamu Gendong.pdf. *Jurnal Biotropika*, 2(4), 198–202.