

PENDAMPINGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS DIGITAL MARKETING PADA UMKM JAMU DI DESA PURWOSARI KECAMATAN SEMBAWA KABUPATEN BANYUASIN

Tiara Ramadini, Siti Komariah Hildayanti, Lesi Hartati

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri
tiaramadini21@gmail.com

Abstract

This Thematic Community Service Program (KKNT) aims to assist herbal medicine (MSME) producers in Purwosari Village, Sembawa District, Banyuasin Regency, through the implementation of digital marketing-based entrepreneurial strategies. The methods used included material delivery, practical training on social media and marketplaces, discussion sessions, and case studies with MSMEs. The results of the program demonstrated an increase in participants' knowledge of digital marketing concepts, basic skills in creating promotional content, and an understanding of the importance of digitalization in expanding the market. Challenges encountered included limited equipment, low digital literacy, and limited time in implementing marketing strategies. Overall, this mentoring program positively contributed to strengthening the competitiveness of herbal medicine (MSME) producers, although ongoing support is needed for optimal results.

Keywords: MSME, Herbal Medicine, Digital Marketing, Entrepreneurship, KKNT.

Abstrak

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) ini bertujuan untuk mendampingi UMKM jamu di Desa Purwosari, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin melalui penerapan strategi kewirausahaan berbasis digital marketing. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, pelatihan praktik penggunaan media sosial dan marketplace, sesi diskusi, serta studi kasus bersama pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta tentang konsep pemasaran digital, keterampilan dasar dalam pembuatan konten promosi, serta pemahaman pentingnya digitalisasi dalam memperluas pasar. Kendala yang ditemui meliputi keterbatasan perangkat, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan waktu dalam penerapan strategi pemasaran. Secara keseluruhan, pendampingan ini mampu memberikan kontribusi positif dalam penguatan daya saing UMKM jamu, meskipun masih dibutuhkan pendampingan berkelanjutan agar hasilnya lebih optimal.

Keywords: UMKM, Jamu, Digital Marketing, Kewirausahaan, KKNT.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian nasional maupun daerah. Di Indonesia, UMKM menjadi sektor strategis karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah

besar serta menjadi penopang utama dalam distribusi produk dan jasa di masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta lebih dari 95% total penyerapan tenaga kerja nasional. Potensi besar ini tentu harus diimbangi

dengan strategi pengembangan yang tepat, khususnya pada UMKM berbasis kearifan lokal seperti usaha jamu tradisional. Jamu tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga nilai budaya dan kesehatan yang menjadikannya sebagai produk unggulan lokal yang perlu terus dilestarikan dan dikembangkan (Nainggolan & Airawaty, 2024).

Desa Purwosari Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pengembangan UMKM jamu. Sebagian masyarakat di desa ini masih memproduksi jamu secara tradisional dengan bahan alami yang diperoleh dari lingkungan sekitar. Namun, kendala yang sering dihadapi adalah keterbatasan pemasaran yang masih bersifat konvensional, hanya mengandalkan penjualan dari mulut ke mulut atau pasar lokal. Kondisi ini membuat daya jangkauan produk jamu menjadi terbatas, sehingga potensi pengembangan usaha belum optimal. Di era digital seperti saat ini, metode pemasaran tradisional harus dipadukan dengan strategi modern agar produk UMKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas (Fatimah et al., 2025).

Penerapan digital marketing menjadi solusi strategis dalam mendukung pengembangan UMKM jamu. Melalui media sosial, marketplace, hingga website, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen yang lebih luas tanpa terkendala batasan geografis. Digital marketing juga memungkinkan adanya interaksi langsung dengan konsumen, membangun brand awareness, serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Bagi UMKM jamu di Desa Purwosari, pendampingan dalam hal pemanfaatan digital marketing menjadi sangat

penting untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas pelaku usaha. Hal ini sekaligus dapat membantu mereka menghadapi tantangan persaingan usaha di era globalisasi (Hadiwiyatno et al., 2024).

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) yang dilakukan oleh mahasiswa hadir sebagai bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan masyarakat. Melalui program pendampingan kewirausahaan berbasis digital marketing, mahasiswa tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga praktik langsung mengenai penggunaan media sosial, pembuatan konten promosi, hingga strategi branding produk jamu. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan UMKM jamu di Desa Purwosari mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, kegiatan pendampingan ini juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam memperkuat UMKM sebagai tulang punggung ekonomi kerakyatan berbasis kearifan lokal

METODE

Kegiatan pendampingan kewirausahaan berbasis digital marketing pada UMKM jamu di Desa Purwosari Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis agar tujuan kegiatan dapat tercapai dengan baik. Adapun metode kegiatan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi Awal

Tahap ini dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi UMKM jamu, meliputi jenis produk yang dihasilkan, cara produksi, pola pemasaran yang

selama ini digunakan, serta hambatan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Observasi juga bertujuan untuk menggali kebutuhan mitra sehingga pendampingan dapat disesuaikan dengan permasalahan nyata di lapangan.

2. Sosialisasi dan Edukasi

Setelah diperoleh gambaran kondisi UMKM, dilakukan sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan digital marketing bagi pengembangan usaha jamu. Materi disampaikan melalui diskusi dan penyuluhan interaktif, agar pelaku UMKM memahami manfaat, peluang, serta urgensi transformasi pemasaran dari cara konvensional menuju digital.



Gambar 1. Sosialisasi dan Edukasi

3. Pelatihan Digital Marketing

Tahap selanjutnya adalah pelatihan teknis, berupa praktik pembuatan akun media sosial bisnis, pengenalan marketplace, teknik dasar fotografi produk, serta cara membuat konten promosi yang menarik. Peserta dilatih langsung agar memiliki keterampilan praktis dalam mengelola pemasaran berbasis digital.

4. Pendampingan Praktis

Untuk memperkuat hasil pelatihan, mahasiswa memberikan pendampingan langsung berupa

simulasi penggunaan aplikasi digital marketing, pembuatan flyer digital, pengaturan fitur iklan media sosial, serta strategi sederhana dalam optimasi konten. Pendampingan dilakukan secara intensif sehingga peserta lebih percaya diri dalam memanfaatkan teknologi pemasaran.

5. Evaluasi Kegiatan

Tahap akhir berupa evaluasi dilakukan melalui monitoring, wawancara, dan penilaian praktik peserta. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan keterampilan UMKM jamu dalam menerapkan digital marketing. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi tindak lanjut agar pendampingan dapat berkelanjutan setelah program KKN berakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pendampingan kewirausahaan berbasis digital marketing pada UMKM jamu di Desa Purwosari menghasilkan beberapa temuan penting sebagai berikut:

1. Peningkatan Pengetahuan Pelaku UMKM

Peserta mulai memahami konsep dasar digital marketing, manfaatnya bagi pengembangan usaha jamu, serta pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan.

2. Keterampilan dalam Menggunakan Media Sosial dan Marketplace

Pelaku UMKM mampu membuat akun media sosial bisnis, mengunggah foto produk, serta menulis deskripsi produk sederhana. Sebagian peserta juga mencoba membuka toko online di marketplace.

3. Antusiasme Tinggi Peserta

Peserta menunjukkan minat besar dalam kegiatan, terlihat dari aktifnya bertanya dan mencoba praktik penggunaan aplikasi promosi digital.

4. Identifikasi Kendala yang Dihadapi

- Rendahnya literasi digital menyebabkan sebagian peserta masih kesulitan mengoperasikan fitur tertentu.
- Terbatasnya perangkat (gawai/laptop) membuat praktik tidak dapat dilakukan secara maksimal.
- Keterbatasan waktu karena pelaku UMKM harus membagi fokus antara produksi jamu dan belajar pemasaran digital.

5. Kesadaran akan Pentingnya Inovasi Promosi

Peserta menyadari bahwa promosi melalui media sosial dan marketplace lebih efektif menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan hanya mengandalkan penjualan offline.

Pembahasan

Hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan positif dari sisi pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM jamu di Desa Purwosari. Sebelumnya, mayoritas peserta masih mengandalkan cara konvensional dalam memasarkan produk, seperti menjual langsung ke konsumen atau menitipkan produk ke warung sekitar. Setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan, mereka mulai menyadari bahwa digital marketing mampu membuka peluang pasar yang lebih luas.

1. Efektivitas Metode Pendampingan

Metode yang digunakan, yaitu

kombinasi antara sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan praktis, terbukti efektif. Peserta lebih mudah memahami materi melalui praktik langsung dibanding hanya mendengar penjelasan teori. Hal ini sesuai dengan prinsip pembelajaran orang dewasa, yaitu belajar lebih cepat melalui pengalaman (Indriana & Ahmad, 2025).

2. Dampak Penerapan Digital Marketing

Penerapan media sosial sebagai sarana promosi mampu meningkatkan jangkauan pemasaran produk jamu. Beberapa peserta melaporkan bahwa setelah mengunggah produk ke media sosial, mereka menerima pertanyaan dan pesanan baru dari luar desa. Hal ini menunjukkan adanya dampak positif meskipun penerapan masih dalam tahap awal (Ramadhani & Fikri, 2024).

3. Kendala Implementasi

Kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan perangkat dan rendahnya literasi digital. Sebagian besar pelaku UMKM hanya memiliki gawai dengan fitur terbatas sehingga tidak mendukung pembuatan konten yang lebih menarik. Selain itu, keterbatasan waktu menjadi hambatan karena usaha dikelola secara mandiri sehingga sulit untuk konsisten mengunggah konten (Cahyana et al., 2024).

4. Implikasi bagi Pengembangan UMKM

Meskipun terdapat hambatan, kesadaran pelaku UMKM jamu terhadap pentingnya digital marketing menjadi modal awal yang baik. Dengan keterampilan dasar yang dimiliki, pelaku UMKM dapat mulai membangun branding produk secara digital, meningkatkan daya saing, serta memperluas pangsa pasar. Ke depan, diperlukan pendampingan lanjutan dan dukungan berupa pelatihan intensif agar

penerapan digital marketing dapat lebih optimal

SIMPULAN

Kegiatan pendampingan kewirausahaan berbasis digital marketing pada UMKM jamu di Desa Purwosari Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk. Peserta mulai memahami konsep digital marketing, mampu mencoba penggunaan media sosial dan marketplace, serta menunjukkan antusiasme tinggi terhadap materi yang diberikan. Meskipun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan perangkat, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan waktu yang perlu mendapat perhatian agar penerapan digital marketing dapat berjalan lebih optimal.

Untuk memaksimalkan hasil kegiatan, perlu dilakukan pendampingan lanjutan secara berkelanjutan, terutama dalam pembuatan konten promosi yang lebih kreatif dan menarik. Pemerintah desa maupun pihak terkait diharapkan dapat memberikan dukungan berupa fasilitas pelatihan tambahan, penyediaan perangkat yang memadai, serta pembinaan rutin agar UMKM jamu dapat mengembangkan strategi pemasaran digital secara konsisten. Dengan demikian, UMKM jamu di Desa Purwosari berpeluang memperluas pasar, meningkatkan daya saing, serta berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Purwosari, Kecamatan Sembawa, Kabupaten Banyuasin. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Purwosari dan seluruh masyarakat, khususnya para pelaku UMKM jamu yang telah memberikan dukungan, partisipasi, serta kerjasama yang baik selama kegiatan berlangsung. Tidak lupa, penulis menghargai bantuan dari dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam setiap tahap pelaksanaan kegiatan. Semoga segala kontribusi dan kerja sama ini dapat membawa manfaat nyata bagi pengembangan UMKM jamu dan peningkatan perekonomian masyarakat desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyana, N. H., Kusumo, Y. W., Indah, S. N., Simanjuntak, O. S., Prabowo, A., & Utami, Y. S. (2024). Pendampingan Transformasi Digital Kelompok UMKM Jamu Gendhong" Mitra Sehat" Desa Kiringan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Ikra-Ith Abdimas*, 8(3), 445–453.
- Fatimah, D., Lorenza, D. A., & ... (2025). Peningkatan Produk Umkm Jamu "Sari Minuman" Melalui Pengembangan Kemasan Menarik Dengan Canva. ... : *Jurnal Sosial Dan ...*, 3, 72–78. <https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.php/SEMAR/article/view/1784%0Ahttps://jurnal.kalim>

- asadagroup.com/index.php/SEM
AR/article/download/1784/898
- Hadiwiyatno, H., Wirayoga, S., Junus, M., Habibi, I. I. A., Huda, M., & Astono, G. Y. (2024). Optimasi Produksi UMKM Jamu NGEJAMU ANG Kekinian Kediri melalui Pelatihan Teknologi Mikrokontroller untuk Mendukung Kualitas dan Efisiensi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 4(6), 1651–1658.
<https://doi.org/10.54082/jamsi.1374>
- Indriana, N., & Ahmad, T. M. (2025). *Pelatihan “E-Commerce dan Digital Marketing” pada UMKM Jamu Gendong menuju UMKM Go-Digital dan Global di Desa Tengger, Kecamatan Ngasem, Bojonegoro*. 8, 81–95.
- Nainggolan, A. F. S., & Airawaty, D. (2024). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Umkm Rumah Jamu Argomulyo. *Jurnal BUDIMAS*, 6(2), 1–8.
- Ramadhani, Y., & Fikri, A. H. (2024). Pendampingan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada Umkm Jamu Tradisional “Qowiya” di Desa Bram Itam Raya. *LOKOMOTIF ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
<https://doi.org/10.30631/lokomotifabdimas.v3i1.2701>