

## Strategi Pemasaran Digital dan Event Produk sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Jamu Imopuro di Metro Pusat

Bobby Bachri<sup>(1,a)</sup>, Meliyanti<sup>(1, b)</sup>

<sup>(1,a)</sup> Manajemen, <sup>(1,b)</sup>Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 35142, Indonesia

Email :<sup>(a)</sup> bobby\_bachry@darmajaya.ac.id, <sup>(b)</sup>meliyanti@darmajaya.ac.id

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Mulyojati dalam memanfaatkan platform e-commerce serta mendampingi proses pembuatan sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT). Pemanfaatan e-commerce menjadi solusi strategis untuk memperluas jangkauan pasar bagi usaha rumahan, sementara sertifikasi P-IRT diperlukan untuk memastikan legalitas dan standar keamanan pangan produk yang dipasarkan. Kegiatan ini melibatkan pelatihan intensif mengenai penggunaan platform e-commerce, seperti Tokopedia, Shopee, dan media sosial sebagai sarana penjualan. Selain itu, pendampingan dalam pembuatan sertifikat P-IRT mencakup pengisian dokumen administrasi, uji produk, hingga pemenuhan standar kebersihan dan keamanan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan digital pelaku usaha, dengan sekitar 80% peserta berhasil membuat akun di platform e-commerce dan memulai aktivitas penjualan online. Selain itu, 10 pelaku usaha di bidang pangan berhasil mengajukan permohonan sertifikat P-IRT. Program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM setempat, memperluas akses pasar, dan memperkuat legalitas usaha mereka.

**Kata kunci:** e-commerce, UMKM, P-IRT

### ABSTRACT

*This community service aims to improve digital-based financial management skills among micro, small and medium enterprises (MSMEs) Vista Abadi, Banjar Negeri Village, Way Lima District, through training in using the Buku Warung application. The methods used in this training include socialization about the importance of good financial management, freezing the use of applications, and direct practice by participants. The results of the training showed a significant increase in digital literacy and participants' ability to operate the Buku Warung application. Approximately 70% of participants switched from manual recording methods to digital recording, which increases accuracy and efficiency in financial management. Positive feedback from participants represents satisfaction with the material presented. Although the direct impact on business operations took longer to evaluate, participants reported improvements in cash flow management. It is hoped that this training can contribute to the growth of MSMEs and improve community welfare in the digital era.*

**Keywords:** e-commerce, MSMEs, P-IRT

Submit: 15.10.2024	Revised: 21.10.2024	Accepted: 22.10.2024	Available online: 24.10.2024
-----------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

## PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk nyata dari kontribusi perguruan tinggi atau institusi terhadap perkembangan dan pemberdayaan komunitas. Dalam konteks ini, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peran penting, terutama dalam meningkatkan perekonomian lokal. Jamu sebagai produk herbal tradisional Indonesia menjadi salah satu komoditas yang memiliki potensi besar, baik dari segi kesehatan maupun ekonomi. Imopuro adalah sebuah kelurahan yang terletak di Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro, Lampung, Indonesia. Kelurahan ini memiliki peran penting sebagai pusat pemerintahan Kota Metro dan juga dikenal dengan Taman Merdeka Metro yang menjadi ikon kota.

Sentra Jamu Imopuro dikenal sebagai wadah bagi para penjual jamu tradisional berkumpul mengembangkan produk-produk jamu untuk menjadi pusat UMKM. Beralamat di JL. Cut Nyak Dien No. 131, Hadimulyo Barat, Kecamatan Metro Pusat, Kota Metro Imopuro, sebagai salah satu produsen jamu lokal di Metro Pusat, menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar di era digital. Awal pemasaran produk jamu ini dilakukan dengan memasarkan di sekeliling desa atau pasar lokal saja. Kendala yang dihadapi UMKM ini ialah kurangnya SDM yang paham akan sosial media, pemasaran yang belum optimal dalam memasarkan produk jamu, kurangnya perlengkapan alat untuk pembuatan jamu, dan sering terjadi kerusakan pada alat penggilingan jamu sehingga memperlambat proses pengolahan bahan baku. Usaha jamu ini belum mempunyai sosial media yang berdampak pada pemasaran yang tidak luas. Oleh karena itu, kami menyarankan untuk membantu membuat akun sosial media marketing untuk membantu pemasaran produk Jamu Metro. (Bachry, B, dkk (2021)).

Persaingan yang semakin ketat serta pergeseran perilaku konsumen ke arah platform digital memaksa pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital menjadi kunci penting dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan (Swissia, P., dkk (2023)). Selain itu, penyelenggaraan event atau acara produk juga berperan dalam memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen dan membangun brand awareness. Melalui program pengabdian masyarakat ini, implementasi strategi digital marketing dan penyelenggaraan event produk diharapkan dapat membantu Imopuro meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha lokal dalam menghadapi era digitalisasi.

## IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah kami laksanakan, kendala yang dihadapi UMKM ini adalah kurangnya SDM yang paham akan sosial media, pemasaran yang belum optimal dalam memasarkan produk jamu, kurangnya perlengkapan alat untuk pembuatan jamu, dan sering terjadi kerusakan pada alat penggilingan jamu sehingga memperlambat proses pengolahan bahan baku. Usaha jamu ini belum mempunyai sosial media yang berdampak pada pemasaran yang tidak luas. Oleh karena itu, kami menyarankan untuk membantu membuat akun sosial media marketing untuk membantu pemasaran produk Jamu Metro.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan terstruktur yang melibatkan pihak UKM dan masyarakat luas (Meizary, A, dkk (2023)). Berikut adalah tahapan-tahapan metode yang digunakan:

### 1. Tahap Persiapan

Tim pengabdian melakukan observasi awal dan diskusi dengan pihak Imopuro untuk memahami kondisi bisnis, tantangan pemasaran yang dihadapi, serta target pasar yang ingin dicapai. Berdasarkan hasil analisis, disusun rencana strategi digital marketing yang mencakup platform media sosial, website, SEO, serta penggunaan iklan berbayar. Selain itu, disusun juga konsep acara produk yang sesuai untuk memperkenalkan jamu Imopuro secara langsung kepada konsumen. Persiapan materi promosi digital seperti konten visual (foto, video), narasi pemasaran, serta alat pendukung untuk acara produk seperti brosur, banner, dan sampel produk.

## 2. Tahap Pelatihan dan Workshop

Tim pengabdian memberikan pelatihan kepada tim pemasaran Imopuro terkait strategi pemasaran digital, termasuk cara memanfaatkan media sosial (Instagram, Facebook, TikTok), email marketing, dan platform e-commerce. Untuk mendukung pelaksanaan event produk, tim pengabdian memberikan panduan terkait perencanaan dan pelaksanaan acara, mulai dari pemilihan lokasi, penataan produk, hingga interaksi dengan pengunjung.

## 3. Tahap Implementasi

Imopuro mulai menerapkan strategi digital marketing yang telah disusun. Aktivitas ini mencakup posting rutin di media sosial, iklan berbayar yang terarah, serta kolaborasi dengan influencer lokal untuk meningkatkan jangkauan. Acara promosi produk diselenggarakan di tempat strategis dengan tujuan memperkenalkan jamu Imopuro kepada masyarakat secara langsung. Dalam acara ini, juga dilakukan sesi demonstrasi pembuatan jamu, pemberian sampel gratis, serta diskon khusus bagi pengunjung.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat bertujuan untuk mengimplementasikan strategi digital marketing dan penyelenggaraan event produk untuk meningkatkan penjualan Jamu Imopuro di Metro Pusat telah terlaksana dengan baik. Berdasarkan hasil yang diperoleh, berikut adalah rincian dan analisis dari pelaksanaan program :

1. Peningkatan Aktivitas di Media Sosial Setelah dilakukan pelatihan dan implementasi strategi pemasaran digital, akun media sosial Jamu Imopuro mengalami peningkatan yang signifikan dari segi jumlah pengikut, interaksi (engagement), dan jangkauan konten. Platform seperti Instagram dan Facebook, yang sebelumnya kurang optimal digunakan, mulai aktif dengan konten yang lebih terarah dan menarik. Pada media sosial Instagram terjadi peningkatan pengikut sebanyak 35% dalam satu bulan pertama setelah pelatihan. Konten berupa gambar produk, testimoni pelanggan, serta video singkat tentang proses pembuatan jamu mendapatkan respons positif dari audiens. Pada Facebook meskipun pertumbuhan lebih lambat dibandingkan Instagram, namun melalui strategi beriklan berbayar (Facebook Ads), Imopuro mampu menjangkau konsumen baru di luar Metro Pusat.

2. Website resmi Imopuro yang sebelumnya hanya berfungsi sebagai katalog online, kini telah dioptimalkan menggunakan teknik Search Engine Optimization (SEO). Hal ini berkontribusi pada peningkatan kunjungan organik sebanyak 25%, dengan peningkatan durasi kunjungan pengguna serta penurunan bounce rate. Website ini juga dilengkapi dengan fitur e-commerce yang memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian secara langsung.

3. Salah satu dampak positif dari penerapan strategi digital marketing adalah peningkatan penjualan online. Dalam tiga bulan setelah implementasi, penjualan Jamu Imopuro melalui platform e-commerce dan website meningkat hingga 40%, terutama dari kalangan konsumen yang sebelumnya tidak terjangkau di luar wilayah Metro Pusat. Penjualan ini juga didorong oleh strategi promosi seperti diskon online dan kolaborasi dengan influencer lokal.

4. Penyelenggaraan Acara Promosi Acara promosi produk Jamu Imopuro dilaksanakan di lokasi strategis di Metro Pusat dengan target pengunjung masyarakat umum dan pengusaha kecil. Acara ini berhasil menarik lebih dari 200 pengunjung, di mana 30% di antaranya melakukan pembelian langsung di tempat. Acara ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan, tetapi juga untuk edukasi tentang manfaat jamu bagi kesehatan. Melalui demonstrasi langsung cara pembuatan jamu dan pembagian sampel gratis, acara tersebut berhasil membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen.

5. Brand Awareness Event ini juga berperan besar dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) Jamu Imopuro di kalangan masyarakat Metro Pusat. Berdasarkan survei singkat yang dilakukan setelah acara, 85% dari pengunjung mengaku lebih mengenal produk Jamu Imopuro setelah menghadiri acara, dan 70% menunjukkan minat untuk membeli produk secara berulang.

Implementasi strategi digital marketing dan penyelenggaraan event produk terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan brand awareness Jamu Imopuro. Pendekatan yang digunakan, yaitu kombinasi antara pemasaran digital dan promosi langsung melalui event, merupakan langkah strategis untuk menghadapi persaingan di era digital. Pemasaran digital memungkinkan Jamu Imopuro menjangkau konsumen baru yang lebih luas, sementara event produk memberikan kesempatan untuk interaksi langsung yang membangun kepercayaan konsumen terhadap produk.

Beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat :

1. Berkoordinasi terkait program kerja dan kegiatan yang dilakukan di Kelurahan Imopuro



**Gambar 1 Koordinasi dengan perangkat kelurahan**

2. Melakukan survey untuk mengetahui potensi apa saja yang ada pada UMKM Kelurahan Imopuro



**Gambar 2 Survei UMKM**

3. Melakukan survei lokasi dan silaturahmi dengan pemilik UMKM di Kelurahan Imopuro agar kegiatan PKPM ini dapat berjalan dengan baik



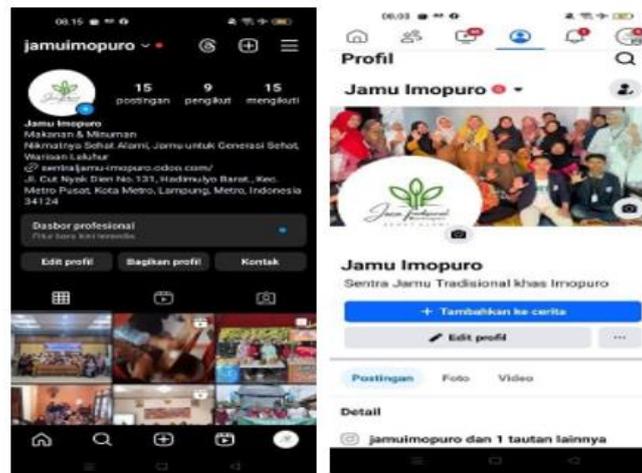
**Gambar 3. Silaturahmi dengan pemilik UMKM Jamu**

4. Melihat Proses produksi jamu merupakan serangkaian kegiatan yang mengubah input (bahan baku, tenaga kerja, mesin, dan modal) menjadi output (produk atau jasa) yang memiliki nilai tambah. Dalam kegiatan ini proses produksi masih sangat tradisional dengan menggunakan alat seadanya mulai dari proses pembersihan bahan baku, pemotongan, penjemuran bahan-bahan dan merebus serta pengemasan produk.



**Gambar 4 Proses pembuatan Jamu Jahe Bubuk**

5. Pembuatan akun sosial media yaitu Instagram @jamuimopuro dan Facebook jamu imopuro. Dengan tujuan mendapatkan konsumen baru juga meluaskan jangkauan pemasaran secara digital. Bersaing dengan para UMKM Jamu lainnya melalui media digital merupakan tantangan yang besar bagi pemilik agar bertahan ditengah kemajuan teknologi yang semakin pesat. Adanya konten kalender diharapkan dapat membantu mengatur jadwal promosi, membuat konten yang menarik bagi pelanggan tetap maupun calon pelanggan baru di media sosial.



**Gambar 5 Sosial media Instagram UMKM**

6. Membantu mempromosikan hasil produk UMKM dengan mengunggah foto produk ke sosial media serta memberi keterangan produk guna meningkatkan jaringan pemasaran yang lebih luas.



**Gambar 6 Promosikan Produk Jamu UMKM**

7. Mengikuti kegiatan Event Produk bersama Pemilik Jamu Imopuro di Kelurahan Imopuro



Gambar 7 Mengikuti kegiatan Event Produk

### KESIMPULAN

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan digital pelaku usaha, dengan sekitar 80% peserta berhasil membuat akun di platform e-commerce dan memulai aktivitas penjualan online. Selain itu, 10 pelaku usaha di bidang pangan berhasil mengajukan permohonan sertifikat P-IRT. Program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM setempat, memperluas akses pasar, dan memperkuat legalitas usaha mereka

### Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada segenap masyarakat Kelurahan Imupuro, Kec. Metro Pusat yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam pengabdian ini. Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada tim yang telah terlibat dalam kegiatan dan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada tim pengabdian ini.

## REFERENSI

- Amnah, A., & Meizary, A. (2023). Pengembangan Website Desa dalam Peningkatan Informasi dan Data Penduduk Di Era Digital Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 91-96.
- Bachry, B., Agus, I., & Septarina, L. (2021). Peningkatan Teknologi Informasi Bagi Santri Pada Pondok Pesantren Al Hidayah Pesawaran. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(7), 1551-1554.
- Desfiandi, A., & Meizary, A. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Untuk Pembentukan Karakter Cerdas dalam Pengelolaan Uang Pada Anak SMPN 31 Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 3(1), 10-15.
- Firdayanti, A., & Meliyanti, M. (2023). Pengenalan Elemen Komputer Dan Pelatihan Dasar Microsoft Office Pada Siswa Siswi Sd Mi Sunan Muria Di Desa Cilimus. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 311-316.
- Jaya, I., & Nisar, N. (2023). Inovasi Pemasaran Umkm Tahu Di Desa Kalirejo Lampung Tengah Menggunakan E-Commerce. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 5943-5948.
- Khaidarmansyah, K., & Firdayanti, A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Penjualan Umkm Chio Snack Keripik Lumer Di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 128-133.
- Khaidarmansyah, K., Nisar, N., Wasilah, W., & Halimah, H. (2023). Peningkatan Kualitas Usaha Di Desa Cilimus Melalui Sosialisasi Dan Pendampingan Dalam Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission (Oss). *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 69-76.
- Meizary, A., & Magdalena, B. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Umkm Dapoer Ibu Hayra. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 85-92.
- Meliyanti, M. (2023). Optimalisasi Pemasaran Produk Melalui Social Media Marketing pada Umkm Kopi Aroma Gs di Desa Gunung Sari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 134-140.
- Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Branding keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, No. 4(1): 49  
<https://doi.org/10.30587/Jre.V4i1.2217>
- Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Branding Pada UMKM Tempe Mbah Mul Di Desa Purwotani. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5949-5956.
- Supriyadi, S., Yuliawati, D., Andriyadi, A., & Bachry, B. (2023). Pelatihan Pengembangan Ui/Ux Desain Pada Produk Digital Di Sma/Smk Bandar Lampung. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 5969-5974.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Melalui Pengembangan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(1), 73-80.
- Putra, D., Swissia, P., Irawati, A., & Pulungan, M. S. (2023, August). Pemanfaatan Pisang Sebagai Olahan Donat Di Pekon Karta Kecamatan Kota Agung Timur Kabupaten Tanggamus. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya (Vol. 1, Pp. 32-36)*.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pengaruh Aplikasi Stroberi Kasir Terhadap Efisiensi Keuangan Pada Umkm Kripik Pisang Lumer Chio Snack Di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 122-127.