

Pelatihan *Digital Marketing* di Desa Wisata Jamu Kiringan, Kabupaten Bantul

Digital Marketing Training at Jamu Kiringan Tourism Village, Bantul Regency

Dheny Arina Hertawaty¹, Meita Pusa Dewi¹, Vida Sholihah¹, dan Nur Syafaah¹

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Fakultas Industri Halal, Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Abstrak

Dunia pemasaran saat ini semakin maju dengan adanya *digital marketing*, yang merupakan suatu bentuk pemasaran dengan memanfaatkan internet baik dalam promosi maupun transaksinya. Penggunaan *digital marketing* memungkinkan jangkauan pemasaran menjadi lebih luas dan efisien sehingga mampu meningkatkan hasil penjualan. Berbagai macam produk mampu dipasarkan melalui *digital marketing*, termasuk jamu tradisional. Dusun Kiringan, Canden merupakan desa wisata jamu tradisional yang cukup populer di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengembangkan dan meningkatkan Desa Wisata Jamu Kiringan dengan pelatihan *digital marketing* menggunakan salah satu *e-commerce* yang banyak diminati oleh semua kalangan baik remaja hingga dewasa. Kegiatan pelatihan *digital marketing* ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pelatihan, demonstrasi, dan praktik langsung. Hasil kegiatan pelatihan antara lain memperluas proses pemasaran jamu tradisional bagi pengrajin jamu Dusun Kiringan dengan menggunakan *Shopee e-commerce*.

Kata kunci: *digital marketing*; pelatihan

Abstract

The world of marketing is currently increasingly advanced with the existence of digital marketing, which is a form of marketing by utilizing the internet both in promotions and transactions. The use of digital marketing allows marketing reach to be wider and more efficient so that it can increase sales results. Kinds of products can be marketed through digital marketing, including traditional herbal medicine. Kiringan Village, Canden, is a traditional herbal medicine tourism village that is quite popular in the Special Region of Yogyakarta. This activity aims to develop and improve the Jamu Kiringan Tourism Village with digital marketing training using one of the e-commerce sites that are in great demand today by all groups, both teenagers and adults. This digital marketing training activity is carried out using training methods, demonstrations, and hands-on practice. The results of the training activities include expanding the marketing process of traditional herbal medicine for the herbal medicine craftsmen of Kiringan Village by using Shopee e-commerce.

Keywords: *digital marketing*; training

PENDAHULUAN

Jamu adalah obat tradisional yang hingga saat ini masih digunakan oleh masyarakat Indonesia secara turun temurun, hal tersebut menjadikan jamu sebagai warisan budaya bangsa yang masih sangat populer. Dalam sejarahnya, keluarga kerajaan telah menggunakan jamu untuk penyembuhan penyakit, meningkatkan kebugaran hingga menjaga kecantikan (Zuraina *et al.*, 1990 dalam Prabawa dan Fitriani, 2020).

Digital marketing adalah memasarkan atau mempromosikan suatu produk melalui internet untuk mencapai dan mengubah prospek menjadi pelanggan, serta tujuan utamanya yaitu mempromosikan merek dan meningkatkan penjualan

* **Corresponding author:** dheny@unu-jogja.ac.id

Citation: Hertawaty, D. A., Dewi, M. P., Sholihah, V., & Syafaah, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing di Desa Wisata Jamu Kiringan, Kabupaten Bantul. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 55–59. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66520>

(Saputra *et al.*, 2020). Sedangkan menurut *American Marketing Association* (AMA), *digital marketing* merupakan aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi dengan teknologi digital dalam menciptakan dan mengkomunikasikan kepada konsumen (Kannan dan Hongshuang, 2017).

Menghadapi tantangan pemasaran saat ini, jamu tradisional masih sangat tertinggal dibandingkan dengan obat-obatan kimia yang mana telah tersebar di berbagai daerah dan juga sudah banyak yang memasarkan dengan media *digital marketing* baik *e-commerce* maupun media sosial. Hal ini menjadi permasalahan yang cukup serius untuk mengatasi ketertinggalan pada pemasaran jamu tradisional. Seharusnya pengrajin jamu mampu memasarkan tidak hanya secara *offline* yaitu berjualan dengan berkeliling desa terdekat saja, tetapi juga mampu menjual secara *online* dengan menggunakan teknologi yang terus berkembang dari masa ke masa. Salah satu teknologi pemasaran secara *online* adalah menggunakan *e-commerce* ataupun media sosial, sehingga pemasaran produk tersebar lebih luas dan efisien. Pemasaran secara *online* dapat menjangkau masyarakat dari berbagai daerah yang mungkin masih jarang terdapat pengrajin jamu, sehingga masyarakat bisa dengan mudah mengonsumsi jamu tradisional kapan pun.

Desa wisata jamu berlokasi di Dusun Kiringan, Desa Canden, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa tersebut dijuluki desa wisata jamu karena mayoritas penduduknya adalah pengrajin jamu. Berdasarkan observasi di lapangan, Dusun Kiringan terbagi menjadi lima rukun tetangga (RT) dan pada setiap RT terdapat tiga dasawisma, yang berarti di Dusun Kiringan terdapat 15 kelompok dasawisma. Aktivitas para pengrajin jamu yang berkeliling untuk berjualan jamu di pagi hari sudah berlangsung cukup lama. Hingga saat ini semua pengrajin jamu masih menjual hasil produksinya dengan cara yang sama, masih sangat sedikit dari pengrajin jamu di Dusun Kiringan menggunakan *e-commerce* dikarenakan pengetahuan yang minim bagi para pengrajin jamu di dusun tersebut. Hal ini yang menjadi latar belakang dilaksanakannya pelatihan *digital marketing* untuk para pengrajin jamu di Dusun Kiringan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk menambah wawasan para pengrajin jamu dan membimbing para pengrajin jamu untuk mempromosikan dan memasarkan produk jamunya dengan menggunakan *digital marketing*. *E-commerce* yang dipilih untuk memperluas pemasaran jamu pada kegiatan pengabdian ini adalah *Shopee*, salah satu aplikasi yang sangat populer khususnya di Indonesia dengan jumlah pengunjung yang cukup banyak yaitu sejumlah 30.843.400 kunjungan. *Shopee* merupakan aplikasi belanja *online* yang menyediakan berbagai media penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. *Shopee* menjadi aplikasi belanja daring pertama yang membuat pengguna aplikasi tersebut dapat menjelajahi, berbelanja maupun menjual berbagai jenis produk (Saidani *et al.*, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan *digital marketing* terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya: a) Observasi, tahap ini dilakukan untuk menentukan permasalahan yang ada dan bahan untuk penyusunan proposal serta mengetahui sejauh mana pemasaran yang ada di Desa Wisata Jamu Kiringan; b) Penjelasan, dalam tahap ini pemateri menyampaikan materi terkait *digital marketing* dengan membuat *slide power point* yang ditampilkan ke layar menggunakan LCD proyektor. Modul ringkas kegiatan *digital marketing* dibagikan ke peserta untuk bahan baca selama pemaparan materi. Pemateri dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur *sharing* atau berbagi pengalaman mengenai penggunaan *digital marketing* dalam promosi bisnis *online* dan cara meningkatkan omzet penjualan yang dimiliki pemateri sehingga dapat memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta; c) Praktik langsung, metode ini digunakan agar semua peserta bisa langsung berlatih *digital marketing* dan bagaimana cara membuat akun media sosial, cara membuat materi *posting* yang menarik dan mudah dicari, dan kapan harus mengunggah *post*.

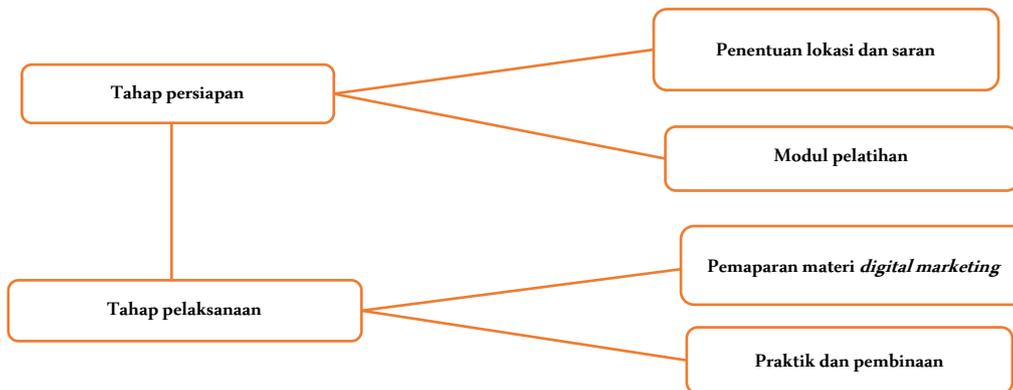
HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan *digital marketing* untuk para pengrajin jamu di Dusun kiringan, Desa Canden, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul telah dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana yang telah disiapkan. Pelatihan ini dihadiri oleh ketua dari masing-masing kelompok jamu dan juga beberapa pengrajin muda. Pelatihan dilaksanakan melalui beberapa tahapan seperti yang terlihat pada Gambar 1.

Tahap persiapan bertujuan untuk memberikan waktu mempersiapkan hal-hal yang diperlukan dalam pelaksanaan pelatihan *digital marketing*. Hal-hal yang dipersiapkan meliputi: a) Menentukan lokasi dilaksanakannya pelatihan *digital*

marketing dan peserta pelatihan, b) Menyiapkan dan membuat materi yang akan digunakan dalam pelaksanaan pelatihan *digital marketing* seperti yang terlihat pada Gambar 2. Pembuatan materi bertujuan untuk mempermudah peserta pelatihan dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk mencoba sesuai dengan langkah-langkah pembuatan akun *e-commerce*.

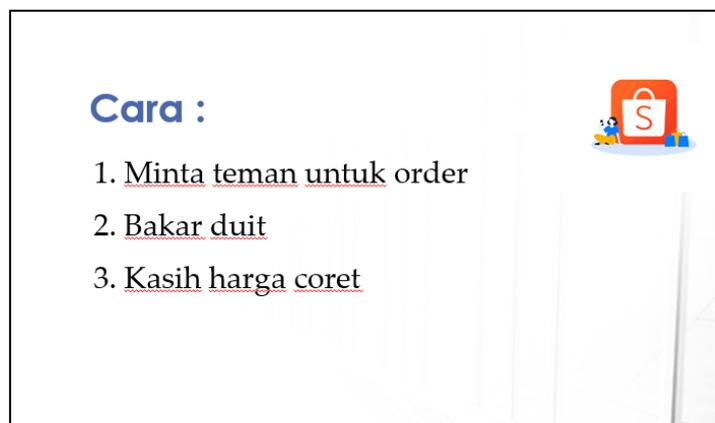
Tahap ke dua yaitu tahap pelaksanaan dengan perincian kegiatan pelatihan *digital marketing* sebagai berikut; a) Pelaksanaan kegiatan pelatihan *digital marketing* dilakukan pada hari jumat tanggal 31 Desember 2021, kegiatan ini dibuka langsung oleh PIC Program *Digital Marketing* dan Kepala Dusun Kiringan. Setelah penyampaian sambutan oleh Kepala Dusun Kiringan, dilanjutkan penyampaian materi “Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan” oleh narasumber dari Program Studi Agribisnis Universitas Nahdlatul Ulama Yogyakarta, adapun isi materi seperti yang terlihat pada Gambar 3.



Gambar 1. Alur tahapan pelatihan *digital marketing*



Gambar 2. Modul pelatihan *digital marketing*



Gambar 3. Materi pelatihan *digital marketing*

Pada kegiatan ini, tim pengabdian telah memilih salah satu *e-commerce* yang akan dijadikan sarana dalam proses pemasaran bagi pelaku usaha jamu di Dusun Kiringan yaitu *platform Shopee*. Selanjutnya, tim pengabdian menyampaikan langkah-langkah pembuatan akun *Shopee* dengan cara demonstrasi dan praktik langsung oleh peserta pelatihan yang didampingi oleh tim mahasiswa pengabdian (Gambar 4 dan 5) dengan langkah-langkah sebagai berikut: 1) Daftar akun *Shopee*, dapat menggunakan nomor telepon, *facebook* dan e-mail; 2) Melengkapi profil, dengan mengisi nama, tanggal lahir, jenis kelamin, dan nomor *handphone*; 3) Mengatur nomor rekening pada *Shopee*, mengisi nama lengkap pemilik rekening, nomor rekening, dan nama bank; 4) *Upload* produk, pilih mulai jual dan mengatur alamat baru, jasa kirim, dan menambahkan produk; 5) Mengatur pengiriman, terdapat 2 pilihan pengiriman yaitu bisa diantar ke *counter* dan *pickup*; 6) Mengatur pencairan dana, saldo bisa masuk *ShopeePay* dan rekening *bank*.



Gambar 4. Pemaparan materi digital marketing oleh narasumber



Gambar 5. Tutorial dan praktik pembuatan akun *Shopee*

Dilaksanakannya kegiatan pelatihan *digital marketing* ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan para pengrajin jamu dalam hal pemasaran produk. Adapun indikator tercapainya tujuan dari kegiatan pengabdian ini meliputi; a) Pengetahuan tentang *digital marketing* sebelum dan sesudah pelatihan; b) Pengetahuan penggunaan akun *Shopee* sebelum dan sesudah pelatihan; c) Pengetahuan dalam mendeskripsikan dan mempromosikan produk di *Shopee* sebelum dan sesudah pelatihan. Uraian mengenai peningkatan pengetahuan pengrajin jamu tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator keberhasilan pelatihan *digital marketing*

Uraian	Sebelum pelatihan	Sesudah pelatihan
Pengetahuan tentang digital marketing	Belum banyak pengrajin jamu yang mengerti tentang digital marketing	Pengrajin jamu yang mengikuti pelatihan mengerti apa itu <i>digital marketing</i> salah satunya dengan mengakses beberapa <i>online shop</i>
Penggunaan akun <i>shopee</i>	Pengrajin jamu di Dusun Kiringan belum mempunyai akun <i>shopee</i>	Setelah mengikuti pelatihan peserta membuat dan memiliki akun <i>shopee</i> untuk media pemasaran
Mendeskripsikan dan mempromosikan produk di <i>shopee</i>	Peserta belum mengerti cara mendeskripsikan atau mempromosikan produknya di <i>shopee</i>	Setelah mengikuti pelatihan peserta mengetahui cara mempromosikan dan mendeskripsikan produknya di <i>shopee</i>

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan *digital marketing* dapat disimpulkan bahwa: (1) para peserta mendapatkan modul langkah-langkah pembuatan akun *shopee*; (2) pengetahuan tentang digital marketing baik menggunakan *e-commerce* maupun sosial media. Dari kegiatan yang telah dilaksanakan di Desa Kiringan diharapkan para pengrajin jamu di desa tersebut mampu menggunakan *digital marketing* sebagai bagian dari usaha jamu mereka, dengan terselenggaranya program pengabdian masyarakat di Desa Kiringan para pengrajin jamu bisa meneruskan penjualannya di *shopee* dan media sosial seperti yang telah disampaikan saat pelatihan dengan tujuan mampu mengembangkan usahanya dan meningkatkan hasil penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kannan, P. K., & Hongshuang, A. L. (2017). Gigital Marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- Prabawa H.W., & Fitriani A.D., 2022. Mempertahankan eksistensi jamu tradisional melalui perubahan desain dan pengemasan. *DEDIKASI: Community Service Reports*, 2(1), 35–46. <https://doi.org/10.20961/dedikasi.v2i1.35848>
- Saidani, B., Lusiana, L. M., & Aditya, S. (2019). Analisis pengaruh kualitas website dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk minat pembelian ulang pada pelanggan *shopee*. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10(2), 425–444. Tersedia dari <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jrmsi/article/view/12319>
- Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, R., Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Tersedia dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=usbSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Digital+Marketing:+Komunikasi+Bisnis+Menjadi+Lebih+Mudah&ots=drUoBe10Gi&sig=4w4jFRdo65PIE9GT7gWyL_953fY&redir_esc=y#v=onepage&q=Digital%20Marketing%3A%20Komunikasi%20Bisnis%20Menjadi%20Lebih%20Mudah&f=false