

PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA KELOMPOK INDUSTRI JAMU MADURA BERBASIS FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD) DI KABUPATEN PAMEKASAN

Alfan Biroli¹⁾, Mohammad Afifuddin²⁾, Yudho Bawono³⁾, Priyo Sandi Bawono⁴⁾,
Fitri Nayatul Aisah⁵⁾

¹⁾Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia, ²⁾Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia,

³⁾Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia, ⁴⁾Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia,

⁵⁾Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Email : alfan.biroli@trunojoyo.ac.id¹⁾, m.afifuddin@trunojoyo.ac.id²⁾, yudho.bawono@trunojoyo.ac.id³⁾,
priyobawono21@gmail.com⁴⁾, fitrinayaash@gmail.com⁵⁾

Abstrak: Industri jamu di Pamekasan, Madura, yang diwariskan turun-temurun, menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran di era digital. Sebagian besar pengusaha jamu masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti penjualan langsung dan pemasaran dari mulut ke mulut, yang membatasi jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat berbasis pelatihan pemasaran digital diadakan untuk membantu mereka memanfaatkan teknologi digital guna memperluas jangkauan pasar. Pelatihan ini menggunakan metode Focus Group Discussion (FGD) dan melibatkan enam pelaku usaha jamu di Pamekasan. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan dasar pemasaran digital, strategi penggunaan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta cara optimalisasi marketplace seperti Tokopedia dan Shopee. Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya pemasaran digital untuk mengembangkan bisnis. Meski begitu, masih terdapat beberapa kendala, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan regulasi izin edar yang cukup rumit. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak positif dengan membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas. Diperlukan pendampingan berkelanjutan dan penyederhanaan regulasi untuk memastikan keberhasilan transformasi digital industri jamu di Pamekasan.

Kata Kunci : *Pemasaran Digital; Pelatihan; Jamu; UMKM; Madura*

Abstract: The traditional herbal medicine (jamu) industry in Pamekasan, Madura, which has been passed down through generations, faces significant challenges in marketing in the digital era. Most jamu entrepreneurs still rely on conventional marketing methods, such as direct sales and word-of-mouth, which limit their market reach. Therefore, a community service program based on digital marketing training was conducted to help these entrepreneurs utilize digital technology to expand their market. The training employed a Focus Group Discussion (FGD) method and involved six jamu business owners from Pamekasan. The material covered the basics of digital marketing, strategies for using social media platforms like Instagram and Facebook, as well as marketplace optimization for platforms such as Tokopedia and Shopee. The results of the training showed an increase in participants' understanding of the

importance of digital marketing in business development. However, there were still challenges, including low digital literacy, limited technological infrastructure, and complex regulatory requirements for product licensing. Overall, this training had a positive impact, helping the entrepreneurs enhance their competitiveness in broader markets. Continued mentoring and regulatory simplification are needed to ensure the success of the digital transformation of the jamu industry in Pamekasan.

Keywords: Digital Marketing; Training; Jamu; MSME; Madura

Pendahuluan

Jamu merupakan minuman herbal khas Indonesia yang terbuat dari olahan rempah-rempah seperti rimpang (akar-akar), daun-daunan, kulit batang, dan buah sehingga jamu digunakan untuk obat tradisional Indonesia yang telah ada sejak dahulu dan sudah terbukti khasiatnya¹. Jamu memiliki berbagai ragam bentuk dengan berbagai ragam fungsi dari berbagai macam daerah di Indonesia². Jamu dinilai sangat bermanfaat untuk menyembuhkan segala macam penyakit juga untuk menjaga kekebalan tubuh. Di berbagai macam daerah tentunya memiliki banyak sekali industri kecil menengah yang menjual produk jamu.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk menjawab kebutuhan masyarakat. Kegiatan program pengabdian Masyarakat dilaksanakan sebagai bentuk pengimplementasian dari Tridharma perguruan Tinggi³. Dengan melakukan kegiatan ini diharapkan dapat membantu masyarakat agar masyarakat dibekali dengan pengetahuan-pengetahuan tentang permasalahan pengembangan ilmu pengetahuan salah satu pengetahuan yang bermanfaat untuk masyarakat, khususnya para pengusaha industri jamu adalah terkait pemasaran produk di era digital.

Industri jamu merupakan salah satu sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah lama berkembang di Indonesia, termasuk di Madura. Jamu, sebagai bagian dari warisan budaya kesehatan tradisional Indonesia, memiliki nilai ekonomi dan sosial yang tinggi. Di Kabupaten Pamekasan, Madura, terdapat banyak kelompok industri rumahan yang memproduksi jamu secara turun-temurun maupun otodidak. Produk-produk ini tidak hanya digunakan oleh masyarakat lokal, tetapi juga berpotensi untuk dipasarkan ke pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun luar negeri.

Namun, industri jamu di Pamekasan menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam pemasaran produk. Sebagian besar kelompok industri jamu masih menggunakan metode pemasaran konvensional seperti penjualan masih mengandalkan jaringan lokal

¹ Sako, M. E., & Hutapea, N. A. (2016). Analisis Pendapatan Usaha Industri Jamu di Kelompok Tani Prima Mandiri Desa Usapinonot. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering, Volume 1 No. 3*.

² Satriyati, E. (2017). Menjaga Tradisi Minum Jamu Madura Dengan Penyampaian Pesan Interpersonal Kesehatan Antara Peramu Dan Pengguna. *DIMENSI*.

³ Emilia, H. (2022). BENTUK DAN SIFAT PENGABDIAN MASYARAKAT YANG DITERAPKAN OLEH PERGURUAN TINGGI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 2 No. 3*.

atau pemasaran dari mulut ke mulut, yang terbatas oleh jarak dan kapasitas produksi. Jamu tradisional yang diproduksi oleh para indutri kelompok jamu di Pamekasan dipasarkan dengan ada yang menjualnya di pasar, dirumah, dan dijual pada saat *Car Fee Day*. Di era digital seperti saat ini, banyak UMKM yang mampu berkembang pesat berkat pemanfaatan teknologi informasi, khususnya melalui pemasaran digital (digital marketing). *Platform-platform* seperti media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp) serta *marketplace* lokal dan internasional (Tokopedia, Shopee, Lazada, Amazon) telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasarnya.

Berdasarkan hasil survei pada Februari 2022 yang dilakukan oleh *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 2204,7 juta atau 73,7% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 277,7 Juta orang⁴. Dengan begitu, dari tahun ke tahun pengguna aplikasi *marketplace* juga mengalami kenaikan, seperti shopee dan tokopedia yang masih memimpin pasar *e-commerce* di Indonesia. Belanja online menjadi pilihan yang terbaik bagi para konsumen untuk dapat memenuhi segala kebutuhannya tanpa harus mengeluarkan tenaga dan waktu, karena dengan belanja online konsumen mendapat kemudahan dalam segala hal, termasuk pembayaran dan harga yang cukup terjangkau dengan kualitas barang yang bagus. Dengan adanya *marketplace* menjadi sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang dapat memperluas jaringan antara penjual dan pembeli untuk saling melakukan kegiatan transaksi.

Pada saat ini pelatihan digital marketing menjadi sangat penting bagi para pelaku usaha yang ingin memasarkan produknya secara online⁵. Digital marketing menawarkan berbagai kesempatan bagi industri kecil dan menengah untuk berkembang dengan biaya yang relatif rendah namun memiliki jangkauan yang luas. Digital marketing mampu memudahkan promosi penjualan, seperti pada penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh pemasar⁶. Dengan begitu, penggunaan *platform* digital seperti *website*, media sosial, dan *marketplace* dapat membantu pelaku industri jamu untuk meningkatkan kualitas produk, memperkuat *brand*, serta memperluas pasar ke wilayah yang lebih luas baik nasional maupun internasional. Namun, penerapan strategi digital marketing tidak selalu mudah, terutama bagi pelaku usaha yang kurang fasih dalam hal teknologi. Berdasarkan identifikasi, sebagian besar pelaku industri jamu di Pamekasan belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam hal pemasaran digital. Mereka masih terkendala dengan izin edar, rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, dan minimnya dukungan pelatihan yang relevan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi melalui program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan digital marketing.

⁴ Social, W. A. (n.d.). *Digital 2022 Indonesia :all the data, trends, and insights you need to help you understand how people use the internet, mobile, social media, and ecommerce*. Retrieved from <https://wearesocial.com/digital-2021>

⁵ Ari Muhandono, D. A. (2023). Pelatihan Digital Marketing Melalui Aplikasi Shopee Bagi Pemuda Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tirto Kota Pekalongan. *Jurnal Pustaka Mitra*, 3(2), 84-89.

⁶ Riyanto, S., Azis, M. L., & Putera, R. A. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM dikabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI*, Volume 5 No. 1.

Program pelatihan yang dirancang ini menggunakan pendekatan *Focus Group Discussion* (FGD) bertujuan untuk mendorong transformasi pemasaran yang lebih modern, efektif, dan berbasis teknologi bagi kelompok industri jamu di Pamekasan. *Focus Group Discussion* merupakan salah satu metode pengumpulan data secara kualitatif dalam penelitian sosial. FGD dilakukan dengan teknik diskusi terfokus dari suatu group untuk membahas permasalahan tertentu dengan suasana informal sehingga diskusi menjadi lebih santai⁷.

Dengan adanya diskusi terfokus, diharapkan pelaku industri jamu di Pamekasan dapat lebih siap dan kompeten dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Produk kearifan lokal yang sudah ada sejak dahulu dan diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi untuk menjaga kelestarian dan eksistensinya. Dan juga untuk lebih memahami kebutuhan dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh para pelaku industri jamu, sehingga materi pelatihan dapat disesuaikan dengan konteks lokal dan kondisi masing-masing kelompok usaha.

Adapun tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha industri jamu Madura di Pamekasan mengenai cara mempromosikan produk jamu ke *platform* digital dan *marketplace* untuk memperluas pasar ke wilayah yang lebih luas.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing dilakukan di rumah ketua paguyuban jamu Potre Madura, Pamekasan Bapak Imam Suhairi di Jln. Masjid Bagandan Rt 01/Rw 04, Kelurahan Juncangcang dan diperuntukan bagi para kelompok usaha industri jamu yang tersebar di Pamekasan. Waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan dimulai tanggal 30 September 2024 pukul 16:00 WIB. Peserta yang terlibat yaitu sebanyak 6 orang yang diidentifikasi berdasarkan potensi mereka untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital. Metode penelitian yang digunakan dalam pelatihan digital marketing yaitu *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan dengan penyampaian materi, berdiskusi, tanya jawab, dan curah pendapat. Dengan begitu metode FGD memiliki kebebasan berpendapat kepada para individu yang terlibat dan juga dapat memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data yang lebih banyak dari responden dalam kurun waktu yang singkat⁸. Adapun tahapan kegiatan sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

⁷ Purwanto, A. J. (2022). Implementasi Model Pembelajaran Focus Group Discussion Tema Bjorka dan Hacker Mata Pelajaran Matematika di SMK Negeri 1 Pujer. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 3, nomer 3(pendidikan).

⁸ Afyanti, y. (2008). FOCUS GROUP DISCUSSION (DISKUSI KELOMPOK TERFOKUS) SEBAGAI METODE PENGUMPULAN DATA PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Volume 12, No. 1.

Pada tahap ini menentukan strategi, mengidentifikasi sumber daya yang diperlukan, dan menyusun rencana kerja yang terperinci. Seperti menentukan tanggal, lokasi, menentukan target, agenda acara, dan pembuatan perjanjian kepada mitra (Ketua paguyuban jamu Potre Madura, Pamekasan Bapak Imam Suhairi) dengan perjanjian dan kesepakatan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan.

2. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan persiapan tempat dalam hal ini ruangan yang digunakan dalam mengadakan FGD, menyiapkan alat seperti seperti proyektor, banner, dan menyiapkan materi pelatihan digital marketing.

3. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini ketua pengabdian kepada masyarakat yaitu Bapak Alfan Biroli mempresentasikan materi mengenai pelatihan digital marketing. Adapun beberapa tahap dalam kegiatan pelatihan ini yaitu:

Tahap pengenalan dasar-dasar digital marketing, dimana peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital bagi usaha kecil. Mereka juga diperkenalkan dengan berbagai *platform* digital, seperti media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) dan *marketplace* (Shopee, Tokopedia), serta cara-cara untuk memasarkan produk melalui platform tersebut.

Tahap strategi pemasaran melalui media sosial, peserta diajarkan cara membuat akun bisnis di media sosial, mendesain konten visual yang menarik, serta menulis caption yang efektif untuk meningkatkan interaksi dan jangkauan dengan konsumen. pemateri juga mengajarkan cara memaksimalkan fitur-fitur media sosial seperti *Instagram Stories, Reels, dan Facebook Ads* untuk mempromosikan produk mereka.

Tahap optimasi pemasaran melalui *marketplace*, peserta dilatih untuk membuka toko online di *platform marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia. Mereka belajar cara membuat akun, cara berjualan, mengatur katalog produk, menentukan harga, serta memanfaatkan fitur promosi yang tersedia di *marketplace* untuk menarik lebih banyak pelanggan baru.

Tahap evaluasi, tanya jawab, dan curah pendapat. Berisi diskusi mengenai digital marketing yang pernah dilakukan oleh para pelaku usaha jamu tradisional tersebut dan kesulitan-kesulitan apa yang membuat mereka masih belum bisa untuk melakukan proses jual barang produksi melalui platform digital tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai pelatihan digital marketing di rumah ketua paguyuban industri jamu Madura, di Jln. Masjid Bagandaan Rt 01/ Rw 04, Kelurahan Jungcangcang Kabupaten Pamekasan. Dimana para pelaku usaha jamu harus memiliki pengetahuan dalam mempromosikan produk jamu di marketplace maupun platform digital lainnya seperti (Shopee, Lazada, Bukalapak, Tokopedia, dll).

Tahapan dalam kegiatan pelatihan ini ada beberapa tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap persiapan kegiatan, tahap pelaksanaan meliputi tahap pengenalan dasar-dasar digital marketing, tahap strategi pemasaran melalui media sosial, tahap optimasi pemasaran melalui *marketplace*, dan tahap evaluasi, tanya jawab, dan curah pendapat.

Tahap perencanaan kegiatan dilakukan melalui perwakilan dari tim pengabdian yang berjumlah 5 orang mahasiswa melakukan wawancara dengan ketua paguyuban jamu terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh para pelaku usaha jamu yang ada di Pamekasan yaitu permasalahan produk jamu di era digital saat ini. Oleh karena itu tim pengabdian masyarakat berencana mengadakan pelatihan digital marketing.

Tahap persiapan dilakukan dosen pembimbing lapangan dan mahasiswa dalam menyiapkan bahan pelatihan seperti materi berupa power point dan alat seperti LCD untuk memudahkan untuk menyampaikan materi. Selanjutnya tim pengabdian mempersiapkan ruangan untuk diadakan FGD dengan pelatihan digital marketing dan pengisian daftar hadir bagi peserta.



Gambar 1. Tahap Persiapan Kegiatan



Gambar 2. Pengisian Daftar Hadir Peserta

Selanjutnya, tahap pelaksanaan kegiatan, pada tahap ini dilakukan dengan tahap pengenalan dasar-dasar digital marketing, kegiatan ini dibuka dan diawali oleh dosen

pebimbing lapangan yang mempresentasikan penjelasan mengenai perubahan pasar di era digital dan manfaat digital marketing.



Gambar 3. Tahap Pelaksanaan Penyampaian Materi oleh Pengabdi

Selanjutnya pemberian materi dilanjutkan oleh mahasiswa yaitu tahap strategi pemasaran melalui media sosial dan tahap optimasi pemasaran melalui *marketplace*, dimana mahasiswa mempresentasikan konsep dasar pemasaran digital, termasuk pentingnya memiliki sarana media sosial dan cara memanfaatkan media sosial. Mahasiswa memperkenalkan e-commerce sebagai salah satu platform untuk memasarkan produk secara online. Peserta diberikan informasi tentang berbagai marketplace yang ada, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain serta bagaimana cara mendaftar dan menjual produk di platform tersebut. Dalam menjelaskan tutorial, peserta diajarkan cara membuat akun Seller di e-commerce. Proses ini dilakukan secara langkah demi langkah, dengan mahasiswa yang menunjukkan setiap tahap di layar proyektor.



Gambar 4. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Memperkenalkan *E-commerce* dan *Marketplace*



Gambar 5. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Menjelaskan Langkah-Langkah Berjualan di Media Sosial



Gambar 6. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Menjelaskan Manfaat yang Didapatkan dari Berjualan di *E-commerce* dan *Marketplace*

Kemudian tahap evaluasi, tanya jawab, dan curah pendapat. Dimulai dari penyampaian pendapat dari salah satu peserta yaitu ketua paguyuban jamu Bapak Imam Suhairi :

"Mengenai target pasar, jamu masih kurang menarik bagi anak muda, yang lebih cenderung memilih produk modern atau yang lebih instan (seperti obat-obatan). Perlu pendekatan yang lebih inovatif untuk menjangkau permasalahan ini"



Gambar 7. Diskusi Terkait Permasalahan yang Sedang Dihadapi oleh Para Pelaku Usaha Jamu

Meskipun jamu merupakan warisan budaya yang kaya, daya tariknya bagi generasi muda sering kali minim. Banyak anak muda yang lebih tertarik pada produk kesehatan modern yang dianggap lebih praktis. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif, yang bisa menarik perhatian mereka. Hal ini dapat melibatkan penggunaan media sosial dan konten digital yang menarik, seperti video pendek yang menjelaskan manfaat jamu dengan cara yang inovatif bagi anak muda. Namun sebenarnya dari kelompok usaha industri jamu sudah sedikit mengerti mengenai media sosial seperti Tik Tok, Instagram, dan WhatsApp tetapi atas keterbatasan dari SDM (Sumber Daya Manusia) yang kurang mendukung.

Di sisi lain, industri jamu juga menghadapi tantangan dalam mencari regenerasi. Banyak pengusaha jamu yang merupakan generasi tua, dan upaya untuk menarik generasi muda ke dalam industri ini belum maksimal. Diperlukan pendekatan yang lebih proaktif dalam melibatkan anak muda. Dengan memberdayakan generasi muda, industri jamu dapat melestarikan warisan budaya sekaligus memastikan kelancaran produksi jamu di masa depan.

Dari kelompok industri jamu sudah memasarkan jamu dengan berbagai cara, ada yang memasarkan lewat pasar, menitipkan ketoko, dan berjualan di depan rumah. Selain itu cara jual beli pun berbeda ada yang bisa melalui barter dengan barang lain (Hj Sumiati) dan ada yang menerima barter tetapi jika musimnya bahan jamu, seperti musim asam (Ibu Ibnu), serta ada yang hanya menerima uang tidak menerima barter. Para pelaku usaha jamu memiliki nama industri sendiri untuk memasarkan jamu; Industri cipta Madura (Ibu Setyawati), UD Barokah (Ibu Hoiriyah), My herbal (Ibu Ibnu), Wahyu Utama (Ibu Ila).



Gambar 8. Para Pelaku Usaha Jamu yang Memiliki Nama Industri Sendiri.

Keterbatasan regulasi juga menjadi perhatian penting. Banyak pelaku usaha merasa kesulitan dalam memenuhi regulasi yang ketat, terutama dalam hal pendetailan produk dan izin edar. Proses pengajuan izin yang rumit dan memakan waktu sering kali membuat pengusaha kecil merasa terhambat untuk mengembangkan produk baru. Dari pemerintah memiliki aturan dalam proses izin edar yakni ruangan steril, ruangan produksi harus terpisah dengan rumah, ruangan harus memiliki akses pintu keluar dan masuk serta jika memasuki ruangan diharuskan memakai baju ganti.

Oleh karena itu, diskusi perlu difokuskan pada bagaimana cara menyederhanakan proses ini dan menjalin komunikasi yang lebih baik dengan pihak berwenang, seperti Dinas Kesehatan. Di samping itu, ada keputusan strategis untuk tidak menjual jamu ke luar kabupaten demi melindungi produk lokal dari pihak luar. Meskipun hal ini mungkin bertujuan untuk menjaga keaslian dan identitas produk, pembatasan ini juga dapat membatasi potensi pertumbuhan pasar. Oleh karena itu, penting untuk membahas apakah kebijakan ini perlu ditinjau ulang, sehingga industri jamu tetap dapat tumbuh dan bersaing di pasar yang lebih luas. Kemasan produk merupakan aspek lain yang perlu diperhatikan. Meskipun sudah ada upaya untuk merubah kemasan agar lebih menarik dan modern, izin edar yang belum terurus dapat membuat upaya tersebut menjadi sia-sia. Diskusi harus mencakup langkah-langkah konkret untuk memastikan bahwa inovasi kemasan diiringi dengan proses izin yang efektif, sehingga produk dapat dengan mudah dipasarkan dan diterima oleh konsumen.

Secara keseluruhan, hasil dari FGD menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing ini sangat dibutuhkan oleh pelaku industri jamu di Pamekasan. Meskipun ada tantangan yang harus diatasi, peserta menunjukkan kemauan untuk belajar dan beradaptasi dengan perubahan. Dengan dukungan yang tepat, mereka memiliki potensi untuk mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.



Gambar 9. Foto Bersama dengan Para Pelaku Usaha Jamu yang Ada di Pamekasan.

Selain itu ketua paguyuban industri jamu Madura di Pamekasan menyatakan bahwa sangat puas dengan yang dilakukan oleh dosen bersama mahasiswa dari prodi Sosiologi dalam bentuk pelatihan digital marketing. Bapak Imam Suhairi juga meminta agar melaksanakan kegiatan pelatihan seperti ini lagi dimasa yang akan datang dan akan mengundang peserta yang lebih banyak lagi.

Kesimpulan

Pelatihan digital marketing yang dilakukan terhadap kelompok usaha industri jamu di Pamekasan memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengembangan bisnis jamu tradisional. Kegiatan ini tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis dalam menggunakan platform digital, tetapi juga membuka wawasan mereka terhadap pentingnya transformasi digital di era modern. Pelatihan melalui pendekatan Focus Group Discussion (FGD) terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi antara pelaku usaha, dosen, dan mahasiswa, sehingga menghasilkan diskusi yang mendalam mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri jamu di era digital.

Salah satu pencapaian utama dari pelatihan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya pemasaran digital sebagai cara untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelaku usaha diperkenalkan dengan berbagai platform seperti media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp) dan marketplace (Shopee, Tokopedia) yang memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pelanggan, baik di tingkat nasional maupun internasional. Pelatihan ini juga mengajarkan keterampilan praktis seperti pembuatan akun bisnis di media sosial, optimalisasi konten pemasaran, hingga cara memaksimalkan fitur marketplace yang dapat menarik lebih banyak pelanggan baru.

Meskipun demikian, pelatihan ini juga mengungkap beberapa tantangan utama yang dihadapi industri jamu di Pamekasan. Pertama, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, terutama generasi tua, menjadi hambatan dalam adopsi teknologi. Banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami cara memanfaatkan media sosial dan pasar untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Kedua, kendala regulasi seperti izin edar dan persyaratan produksi yang ketat seringkali menjadi kendala dalam pengembangan usaha. Banyak pelaku usaha yang mengeluhkan bahwa proses perizinan yang kompleks dan mahal membuat mereka kesulitan untuk bersaing di pasar yang lebih luas.

Selain itu, diskusi selama pelatihan menunjukkan bahwa keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah Pamekasan, serta kurangnya dukungan pelatihan berkelanjutan, memperlambat upaya transformasi digital. Beberapa peserta juga menyoroti bahwa generasi muda kurang tertarik pada produk jamu tradisional, yang dianggap kurang modern dibandingkan produk kesehatan instan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemasaran yang lebih kreatif dan inovatif, seperti pembuatan konten digital yang menarik bagi anak muda, agar industri jamu dapat terus bertahan dan berkembang di masa depan.

Namun demikian, hasil evaluasi dari pelatihan ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha memiliki potensi besar untuk beradaptasi dengan teknologi digital dan memperluas pasar mereka jika didukung dengan program pelatihan yang relevan dan berkesinambungan. Keberhasilan pelatihan ini memberikan harapan baru bagi industri jamu di Pamekasan untuk dapat bersaing di era digital, menjamin tantangan regulasi, literasi digital, dan infrastruktur dapat diatasi melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan institusi pendidikan.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital bagi

pelaku usaha jamu di Pamekasan. Diharapkan, melalui pelatihan lanjutan dan dukungan yang lebih intensif, industri jamu tradisional dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu bersaing di pasar yang semakin global.

Saran yang mungkin bisa dilakukan pada pengabdian selanjutnya yaitu : 1). Pelatihan pemasaran digital perlu dilanjutkan dengan program pendampingan berkelanjutan agar para pelaku usaha dapat terus memperbarui keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat. 2). Pemerintah perlu mempertimbangkan penyederhanaan regulasi terkait izin penjualan produk jamu untuk mendukung pengusaha kecil, sekaligus memberikan bantuan dalam bentuk infrastruktur teknologi dan pendanaan. 3). Untuk menarik generasi muda, diperlukan inovasi dalam strategi pemasaran yang lebih kreatif, seperti penggunaan video pendek dan konten interaktif yang dapat dipromosikan melalui platform media sosial yang populer di kalangan anak muda. 4). Pelaku usaha diharapkan lebih proaktif dalam mengikuti perkembangan teknologi dan menggali potensi pasar digital yang masih sangat luas, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Trunojoyo Madura, perusahaan Hj. Sumiati BRB Pamekasan, Paguyuban Jamu POTRE Madura, Kelompok MBKM Pengabdian Masyarakat, serta seluruh perangkat desa dan warga Kelurahan Jungcangcang, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan yang telah membantu pelaksanaannya program Pengabdian Masyarakat ini.

Referensi

- Afiyanti, yati. 2008. „FOCUS GROUP DISCUSSION (DISKUSI KELOMPOK TERFOKUS) SEBAGAI METODE) PENGUMPULAN DATA PENELITIAN KUALITATIF.” *Jurnal Keperawatan Indonesia, Volume 12, No. 1.*
- Ari Muhardono, Daru Anggara M, Milla Imadiya, Yovita Christi. 2023. „Pelatihan Digital Marketing Melalui Aplikasi Shopee Bagi Pemuda Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Tirto Kota Pekalongan.” *Jurnal Pustaka Mitra 3 (2): 84-89.*
- Emilia, Herlina. 2022. „BENTUK DAN SIFAT PENGABDIAN MASYARAKAT YANG DITERAPKAN OLEH PERGURUAN TINGGI.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 2 No. 3.*
- Purwanto, Ageng Jelly. 2022. „Implementasi Model Pembelajaran Focus Group Discussion Tema Bjorka dan Hacker Mata Pelajaran Matematika di SMK Negeri 1 Pujer.” *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran 3, nomer 3 (pendidikan).*
- Riyanto, Slamet, Muh Nur Lutfhi Azis , si Rahman Andi Putera. 2022. „Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM diKabupaten Madiun.” *Jurnal Abdimas BSI, Volume 5 No. 1.*

Sako, Maria Elftrida, și Norawati Adeline Hutapea. 2016. „Analisis Pendapatan Usaha Industri Jamu di Kelompok Tani Prima Mandiri Desa Usapinonot.” *Jurnal Agribisnis Lahan Kering, Volume 1 No. 3.*

Satriyati, Ekna. 2017. „Menjaga Tradisi Minum Jamu Madura Dengan Penyampaian Pesan Interpersonal Kesehatan Antara Peramu Dan Pengguna.” *DIMENSI.*

Social, We are. fărã an. *Digital 2022 Indonesia :all the data, trends, and insights you need to help you understand how people use the internet, mobile, social media, and ecommerce.* [https://wearesocial.com/digital-2021.](https://wearesocial.com/digital-2021)

Penulis Pertama : Alfani Biroli

E-mail: alfan.biroli@trunojoyo.ac.id

Penulis Kedua : Mohammad Afifuddin

E-mail: m.afifuddin@trunojoyo.ac.id

Penulis Ketiga : Yudho Bawono

E-mail: yudho.bawono@trunojoyo.ac.id

Penulis Keempat: Priyo Sandi Bawono

E-mail: priyobawono21@gmail.com

Penulis Kelima : Fitri Nayatul Aisah

E-mail: fitrinayaash@gmail.com