

Buku Saku *Digital Marketing* sebagai Media Pendampingan UMKM Jamu Tradisional di Kota Madiun

**Wiwin Juliyanti¹, Fatriya Adamura², Lala Rositasari³, Dian Ismawati⁴, Donna
Agnesia⁵, Nurwahyuning Erti Ruliyawati⁶, Octavia Ayusha Putri⁷, Yanuar Aldy
Sudrajat⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Received : 18 Januari 2026, Revised : 25 Januari 2026, Published : 2 Februari 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Wiwin Juliyanti

E-mail: wiwin@unipma.ac.id

Abstrak

Digitalisasi menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk UMKM jamu tradisional yang masih didominasi oleh pola pemasaran konvensional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi UMKM jamu tradisional di Kelurahan Kelun, Kota Madiun, melalui penyusunan buku saku digitalisasi sebagai panduan praktis pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk. Metode pelaksanaan diawali dengan sosialisasi di tingkat kelurahan yang melibatkan seluruh UMKM potensial, kemudian dilakukan pemilahan UMKM kuliner yang telah memiliki legalitas usaha berupa izin P-IRT untuk didampingi secara lebih intensif. Tim pengabdian memfokuskan pendampingan pada UMKM "Dapoer Tradisional" milik Bu Riyanto yang memproduksi jamu tradisional, wingko babat, dan sambel pecel. Luaran utama kegiatan ini adalah buku saku digitalisasi UMKM yang telah dicetak dan memiliki ISBN, berisi panduan pembuatan serta pengelolaan akun media sosial sebagai sarana pemasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperkuat pemanfaatan legalitas usaha, serta menjadi model pendampingan yang dapat direplikasi pada UMKM lain di Kelurahan Kelun, Kota Madiun.

Kata kunci - UMKM, Jamu Tradisional, Digitalisasi, Buku Saku, P-IRT

Abstract

Digitalization has become an important strategy to enhance the competitiveness and sustainability of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), including traditional herbal medicine MSMEs that still rely heavily on conventional marketing methods. This community service program aims to assist traditional herbal MSMEs in Kelurahan Kelun, Madiun City, through the development of a digitalization pocket book as a practical guide for utilizing digital media in product marketing. The implementation method began with a sub-district level socialization involving all potential MSMEs, followed by the selection of culinary MSMEs that already possess business legality in the form of P-IRT certification for more intensive assistance. The service team focused its mentoring activities on the "Dapoer Tradisional" MSME owned by Bu Riyanto, which produces traditional herbal drinks, wingko babat, and sambel pecel. The main output of this program is a printed digitalization pocket book with an ISBN, containing practical guidelines for creating and managing social media accounts for marketing purposes. This program is expected to improve digital literacy among MSME actors, strengthen the utilization of business legality, and serve as a replicable mentoring model for other MSMEs in Kelurahan Kelun, Madiun City.

Keywords - MSMEs, Traditional Herbal Medicine, Digitalization, Pocket Book, P-IRT

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

How To Cite : Juliyanti, W., Adamura, F., Rositasari, L., Ismawati, D., Agnesia, D., Ruliyawati, N. E., ... Sudrajat, Y. A. (2026). *Buku Saku Digital Marketing sebagai Media Pendampingan UMKM Jamu Tradisional di Kota Madiun*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mentari*, 2(7), 338–343. <https://doi.org/10.59837/jpmm.v2i7.238>

Copyright ©2026 Wiwin Juliyanti, Fatriya Adamura, Lala Rositasari, Dian Ismawati, Donna Agnesia, Nurwahyuning Erti Ruliyawati, Octavia Ayusha Putri, Yanuar Aldy Sudrajat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) jamu tradisional memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian lokal sekaligus melestarikan warisan budaya dan kearifan lokal di bidang kesehatan tradisional. Jamu tidak hanya diproduksi sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga merepresentasikan pengetahuan turun-temurun yang memiliki nilai historis dan sosial bagi masyarakat. Namun, di tengah dinamika perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, UMKM jamu tradisional dihadapkan pada tantangan besar, terutama dalam aspek pemasaran, visibilitas produk, dan perluasan jangkauan pasar. Pola pemasaran yang masih konvensional menyebabkan produk jamu sulit bersaing dengan produk modern serta kurang dikenal oleh generasi muda yang lebih akrab dengan media digital.

Berbagai kegiatan pengabdian dan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi faktor kunci dalam penguatan kapasitas dan keberlanjutan UMKM. Pendampingan berbasis teknologi informasi, baik melalui pemanfaatan aplikasi digital, sistem pencatatan, maupun media pemasaran daring, terbukti mampu meningkatkan profesionalisme usaha dan daya saing UMKM (Haryanto et al., 2022; Juliyanti et al., 2024). Selain itu, penguatan branding, inovasi kemasan, serta pemanfaatan teknologi digital secara sederhana juga berkontribusi dalam meningkatkan nilai tambah produk dan kepercayaan konsumen (Purwanto et al., 2024; Sidanti et al., 2024). Digitalisasi UMKM tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga mencakup peningkatan literasi usaha, ketaatan terhadap regulasi, serta kesiapan UMKM menghadapi perkembangan pasar yang lebih luas (Juliyanti et al., 2023; Sari et al., 2023).

Dalam lingkup UMKM jamu tradisional, digitalisasi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok memiliki potensi besar untuk memperkenalkan produk, menyampaikan manfaat jamu secara edukatif, serta membangun interaksi langsung dengan konsumen. Media digital memungkinkan pelaku UMKM menyampaikan narasi produk, proses produksi, dan nilai tradisional jamu secara visual dan komunikatif. Namun demikian, berbagai studi pengabdian menunjukkan bahwa keterbatasan literasi digital masih menjadi kendala utama bagi pelaku UMKM, sehingga pemanfaatan media digital belum optimal dan cenderung tidak berkelanjutan (Juliyanti et al., 2023; Purwanto et al., 2025).

Kondisi tersebut juga tercermin pada UMKM jamu tradisional di Kelurahan Kelun, Kota Madiun. Meskipun memiliki produk jamu yang berkualitas dan berpotensi dikembangkan, sebagian pelaku usaha masih belum memiliki panduan praktis yang mudah dipahami untuk memulai dan mengelola pemasaran digital secara mandiri. Pengalaman kegiatan pengabdian sebelumnya menegaskan bahwa pendekatan pendampingan yang aplikatif, sederhana, dan aplikatif, seperti penyusunan media panduan atau buku saku, lebih mudah diterima dan diterapkan oleh pelaku UMKM dibandingkan pendekatan yang bersifat konseptual semata (Aziz et al., 2023; Juliyanti et al., 2025). Oleh karena itu, penyusunan buku saku digitalisasi UMKM jamu tradisional menjadi langkah strategis sebagai media pendampingan yang berisi panduan praktis pembuatan dan pengelolaan akun media sosial untuk pemasaran, sehingga dapat membantu pelaku UMKM jamu di Kelurahan Kelun dalam beradaptasi dengan ekosistem digital tanpa meninggalkan nilai-nilai tradisional yang melekat pada produknya.

METODE

Kegiatan pendampingan dan penyusunan buku saku digitalisasi UMKM ini dilaksanakan

dengan pendekatan sosialisasi awal dan pendampingan terfokus. Tahapan kegiatan diawali melalui sosialisasi di tingkat Kelurahan Kelun, Kota Madiun, yang melibatkan seluruh pelaku UMKM potensial di wilayah tersebut. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman umum mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran bagi UMKM, khususnya pada sektor kuliner dan produk tradisional, sekaligus melakukan pemetaan awal terhadap kondisi usaha, legalitas, dan kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi media digital. Berdasarkan hasil sosialisasi dan pemetaan tersebut, pelaku UMKM kemudian dipilah menjadi beberapa kelompok UMKM kuliner yang telah memiliki legalitas usaha berupa izin P-IRT, untuk selanjutnya didampingi secara lebih intensif oleh beberapa tim pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan dan penyusunan buku saku digitalisasi UMKM ini dilaksanakan dengan pendekatan sosialisasi awal dan pendampingan terfokus sebagai upaya sistematis dalam memperkuat kapasitas pelaku usaha di tingkat kelurahan. Tahapan kegiatan diawali melalui sosialisasi di tingkat Kelurahan Kelun, Kota Madiun, yang melibatkan seluruh pelaku UMKM potensial di wilayah tersebut, baik yang telah memiliki legalitas usaha maupun yang masih berada pada tahap pengembangan. Sosialisasi ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai ruang dialog antara tim pengabdian dan pelaku UMKM untuk menggali permasalahan riil yang dihadapi dalam pengelolaan usaha, khususnya terkait pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital.



Gambar 1.
Tim Pendamping Kegiatan dan Mitra UMKM

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman umum mengenai urgensi digitalisasi pemasaran bagi UMKM, terutama pada sektor kuliner dan produk tradisional yang memiliki potensi pasar luas namun masih didominasi oleh sistem pemasaran konvensional. Selain itu, sosialisasi juga dimanfaatkan untuk melakukan pemetaan awal terhadap kondisi usaha, status legalitas, skala produksi, serta tingkat kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. Berdasarkan hasil sosialisasi dan pemetaan tersebut, pelaku UMKM kemudian dipilah menjadi beberapa kelompok UMKM kuliner yang telah memiliki legalitas usaha berupa izin P-IRT, sehingga dinilai lebih siap untuk didampingi secara intensif oleh

beberapa tim pengabdian. Proses pemilahan ini dilakukan agar pendampingan dapat berjalan lebih efektif, terarah, dan memberikan dampak yang optimal sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing UMKM



Gambar 2.

Katalog Produk *Whatsapp* pada Buku Saku Digitalisasi UMKM Jamu Tradisional

Tim pengabdian dibagi untuk mendampingi UMKM terpilih sesuai dengan karakteristik produk masing-masing. Dalam pelaksanaannya, tim kami mendapatkan pendampingan pada UMKM jamu tradisional milik Bu Riyanto yang berlokasi di Kelurahan Kelun, Kota Madiun, dengan nama usaha "Dapoer Tradisional". UMKM ini dipilih karena telah memiliki izin P-IRT dan dinilai cukup berkelanjutan, serta memiliki beragam produk tradisional, meliputi jamu tradisional, wingko babat, dan sambel pecel.



Gambar 3.

Akun *Instagram* pada Buku Saku Digitalisasi UMKM Jamu Tradisional

Tahapan pendampingan meliputi penggalan informasi terkait profil usaha, jenis produk, serta pola pemasaran yang selama ini dijalankan, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan buku saku digitalisasi yang berisi panduan praktis pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk jamu tradisional. Buku saku disusun secara sederhana, aplikatif, dan menyesuaikan kemampuan pelaku UMKM, sehingga dapat digunakan sebagai panduan mandiri dalam pengelolaan media sosial usaha. Dengan memusatkan pendampingan pada UMKM “Dapoer Tradisional” milik Bu Riyanto, kegiatan ini diharapkan menghasilkan model pendampingan dan buku saku yang dapat direplikasi oleh UMKM lain di Kelurahan Kelun, Kota Madiun.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan dan penyusunan buku saku digitalisasi UMKM jamu tradisional di Kelurahan Kelun, Kota Madiun, dapat disimpulkan telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman serta kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk secara lebih luas dan berkelanjutan. Melalui pendekatan pendampingan terfokus pada UMKM “Dapoer Tradisional” milik Bu Riyanto, buku saku yang disusun secara praktis, aplikatif, dicetak, dan dilengkapi ISBN terbukti menjadi luaran yang bermanfaat sebagai panduan berkelanjutan bagi pelaku usaha dalam mengelola pemasaran digital produk jamu tradisional tanpa meninggalkan nilai kearifan lokal. Ke depan, disarankan agar kegiatan serupa dapat diperluas pada UMKM lain di Kelurahan Kelun maupun wilayah sekitarnya, disertai pendampingan lanjutan terkait evaluasi penggunaan media digital, pengembangan konten promosi yang lebih kreatif, serta integrasi dengan platform pemasaran digital lainnya agar dampak pengabdian semakin optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Asosiasi UMKM Kelurahan Kelun, Kota Madiun, atas dukungan, partisipasi, dan kerja sama yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pendampingan dan penyusunan buku saku digitalisasi UMKM. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Kelurahan Kelun yang telah memberikan fasilitasi, izin, serta dukungan kelembagaan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Dukungan dari seluruh pihak tersebut sangat berperan dalam keberhasilan kegiatan serta diharapkan dapat menjadi dasar penguatan sinergi berkelanjutan antara akademisi, pemerintah kelurahan, dan pelaku UMKM di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. N., Juliyanti, W., Zahri, R. M., & Trisnasari, W. D. (2023). Pemasyarakatan dan Sharing Session terhadap Pengelolaan Pajak Dana Desa di Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun. 02, 12–23.
- Haryanto, S. D., Juliyanti, W., Safira, A., & Ditta, A. (2022). Pendampingan Pencatatan Koperasi Berbasis Aplikasi Digital (Studi Kasus pada Koperasi Wanita “ Mulya Abadi ” Desa Bukur Kabupaten Madiun). 01, 33–43.
- Juliyanti, W., Adamura, F., Jiangimahastu, P., & Husaini, R. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan UMKM melalui Sosialisasi Pemisahan Keuangan Usaha dan Pribadi di Desa Jatirejo , Wonoasri ., 3(9), 5046–5052.
- Juliyanti, W., Adamura, F., Purwanto, H., & Sidanti, H. (2024). Pelatihan dan Pendampingan UMKM Keripik Tempe Mbak Dewi Maospati Berbasis Teknologi Informasi Untuk Peningkatan SDM Berdaya Saing di Era Digitalisasi. 2(1), 32–37.
- Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., & Adamura, F. (2024). Inovasi dan Branding untuk Keberlanjutan : Optimalisasi Limbah Kayu UD . Sumber Jati menjadi Produk Bernilai Tinggi di Era Digital. 2(9), 4256–4263.

- Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., & Adamura, F. (2025). Digitalisasi Produk Lokal : QR Code sebagai Solusi Pencatatan Keuangan UMKM Tas Anyaman My Keranjang. 3(3), 594–599.
- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Point of Sales Qasir pada Asosiasi UMKM Madiun sebagai Upaya Mewujudkan UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat "Wiryakarya"*, 2(01).
- Juliyanti, W., Wulan Sari, E., Nur Aziz, A., Angela Sihura, B., Ningrum, C., Nur Febriani, A., Dwi Belawati, S., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Sosialisasi Pemahaman Ketentuan Pajak 2022 Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Klegen Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 02, 1–11. www.pajak.go.id
- Purwanto, H., & Kunci, K. (2025). Analisis Fasilitas , Harga Tiket , Daya Tarik dan Souvenir Shopping Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Obyek Wisata Telaga Sarangan Magetan. 8(2), 1050–1061.
- Purwanto, H., Sidanti, H., Juliyanti, W., & Azhari, I. F. (2024). Kegiatan Pelatihan Optimalisasi Pemasaran dan Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan pada Home Industri Jenang Mbah Sumini Kab. Madiun . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2758–2764. <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v1i11.599>
- Purwanto, H., Sidanti, H., Rizaldy, D. R., & Juliyanti, W. (2025). Penguatan Entrepreneurship Melalui Sosialisasi Inovasi dan Repackaging Produk Bagi Pelaku UMKM Keripik Tempe di. 3(3), 631–636.
- Sari, E. W., Juliyanti, W., & Audreyan, N. (2023). Pelatihan Pembuatan NPWP Online sebagai Strategi Pengembangan UMKM Desa Giripurno Berbasis Modernisasi. 4(1), 56–63.
- Sidanti, H., Juliyanti, W., & Purwanto, H. (2024). Membangun Ekonomi Desa Melalui Penguatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Desa Tempuran , Kecamatan Paron , Kabupaten Ngawi. 2(1), 42–47.