

Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Jamu Tradisional melalui Dehydrator, Pencacah Jamu, dan Digital Marketing

Meyti Eka Apriyani^{1*}, Elok Nur Hamdana², Rieke Adriati Wijayanti³

¹⁻³Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang, Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, 65141, Indonesia

E-mail: meytieka@polinema.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3387>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 20 October 2025

Revised: 25 October 2025

Accepted: 3 November 2025

Kata Kunci

Teknologi Tepat Guna, Produk Herbal, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Optimalisasi Produksi

Keywords:

Appropriate Technology, Herbal Product, Digital Marketing, Community Empowerment, Production Optimization



ABSTRACT

Program Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan pemasaran IRT Rumah Rempah Sugih Waras melalui penerapan teknologi tepat guna dan inovasi digital. Program ini menggunakan alat pengering rempah (dehydrator) dan pencacah rempah untuk membantu proses produksi menjadi lebih efisien, bersih, dan hasilnya lebih seragam. Selain itu, strategi pemasaran digital diterapkan agar produk lebih dikenal dan jangkauan pasarnya semakin luas. Kegiatan program meliputi analisis kebutuhan, pembuatan dan pemasangan alat, pelatihan penggunaan alat, pelatihan pemasaran digital, pendampingan, serta evaluasi. Dalam pendampingan, mitra dibimbing untuk mengoperasikan alat dengan benar, menjaga kualitas produk, dan memasarkan secara online melalui marketplace dan media sosial. Keterlibatan aktif mitra dalam kegiatan ini juga menumbuhkan semangat belajar, inovasi, dan kemandirian. Hasil program menunjukkan bahwa penerapan teknologi dan pemasaran digital mampu meningkatkan kualitas produk, pengelolaan produksi, serta keberlanjutan usaha. Selain itu, program ini juga berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan mendukung ketahanan ekonomi masyarakat sekitar

This Community Partnership Program aims to enhance the productivity and marketing performance of IRT Rumah Rempah Sugih Waras through the implementation of appropriate technology and digital innovation. The program integrates the use of a herbal dryer (dehydrator) and a herbal chopper to improve production efficiency, hygiene, and product consistency. Additionally, digital marketing strategies are applied to expand market reach and strengthen brand visibility. The implementation method includes needs analysis, technology design and installation, technical training, digital marketing workshops, mentoring, and evaluation. During the mentoring phase, the partners received guidance on operating the tools, maintaining production quality, and managing online marketing through marketplaces and social media. The collaboration process also encouraged active participation from the partner community, creating a learning environment that fosters innovation and independence. The results show that the synergy between technology utilization and digital marketing strategies significantly improves production management, product quality, and business sustainability. Furthermore, the program contributes to social empowerment by developing entrepreneurial awareness and supporting the economic resilience of local communities. The sustainability of this initiative depends on continuous tool maintenance, consistent use of digital marketing platforms, and ongoing collaboration between higher education institutions and local microenterprises to strengthen innovation-based community empowerment.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Meyti Eka Apriyani, et al (2025). Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Jamu Tradisional melalui Dehydrator, Pencacah Jamu, dan Digital Marketing
4(2) 9298-9304 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3387>

PENDAHULUAN

Jamu merupakan warisan budaya Indonesia yang telah dikenal selama berabad-abad sebagai minuman herbal tradisional dengan berbagai khasiat untuk menjaga kesehatan tubuh dan meningkatkan daya tahan alami (Anwar, 2021). Sebagai bentuk kearifan lokal, jamu mencerminkan pemanfaatan kekayaan alam Indonesia untuk kebutuhan kesehatan yang kini mulai diminati kembali di tengah tren gaya hidup sehat berbasis bahan alami (Cahyo, 2021). Namun, di era modernisasi dan digitalisasi saat ini, minat masyarakat, terutama generasi muda, terhadap jamu mengalami penurunan signifikan. Faktor penyebabnya meliputi rasa jamu yang cenderung pahit, kemasan yang kurang menarik, serta persepsi bahwa jamu adalah minuman tradisional yang tidak sesuai dengan gaya hidup modern (Budi, 2020). Kondisi ini menjadi tantangan bagi pelaku usaha kecil di sektor herbal untuk melakukan inovasi, baik dari aspek produksi maupun strategi pemasaran.

Salah satu pelaku usaha yang berperan dalam menjaga eksistensi jamu tradisional adalah Industri Rumah Tangga (IRT) Rumah Rempah Sugih Waras yang berlokasi di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Usaha ini dikelola oleh ibu rumah tangga dan memproduksi jamu rempah berbahan dasar kunyit, jahe, dan temulawak. Produk jamu yang dihasilkan memiliki cita rasa khas dan kualitas bahan baku yang baik, namun proses produksinya masih menggunakan metode tradisional. Proses pencacahan bahan dilakukan secara manual menggunakan alat sederhana, dan pengeringan bahan baku masih mengandalkan sinar matahari. Kondisi ini menyebabkan waktu produksi menjadi lama dan kualitas hasil pengeringan tidak konsisten, terutama pada musim hujan (Zulkarnain, 2024). Akibatnya, kapasitas produksi jamu hanya mencapai 20–30 bungkus per bulan, dengan risiko pembusukan bahan baku yang tinggi. Permasalahan ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pemanfaatan teknologi tepat guna pada sektor produksi jamu tradisional (Setyowati, 2022).



Gambar 1. Rumah Rempah dan Produk Jamu
(Sumber : Penulis, 2025)

Selain kendala produksi, tantangan lain yang dihadapi mitra adalah aspek pemasaran. IRT Rumah Rempah Sugih Waras masih mengandalkan sistem penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut tanpa dukungan strategi digital *marketing* yang memadai. Padahal, di era digital saat ini, penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* telah terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk tradisional (Rahmawati, 2023)(Hidayat, 2021). Kurangnya literasi digital dan keterbatasan sumber daya manusia membuat pelaku usaha kesulitan mengadopsi teknologi pemasaran digital (Andini, 2022). Hal ini menjadi salah satu faktor yang menghambat peningkatan daya saing produk jamu lokal di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Rahardjo, 2020).

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna dan strategi digital *marketing* secara simultan dapat meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha mikro berbasis produk tradisional (Dewi, 2023; Kusuma, 2024; Yulianto, 2024). Namun, masih terdapat kesenjangan dalam implementasi nyata di tingkat pelaku usaha rumah tangga, terutama yang dikelola oleh ibu rumah tangga di wilayah pedesaan. Gap ini muncul karena keterbatasan modal, kurangnya pendampingan teknis, dan minimnya dukungan dalam transformasi digital (Astuti, 2024; Laili, 2019). Oleh karena itu, diperlukan upaya sistematis melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk

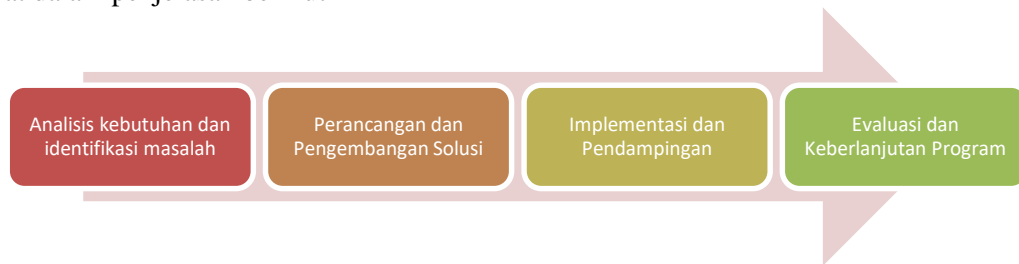
mengatasi masalah di dua aspek utama, yaitu peningkatan kapasitas produksi melalui teknologi tepat guna dan penguatan pemasaran berbasis digital.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra IRT Rumah Rempah Sugih Waras dalam meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi melalui implementasi alat pengering dan pencacah jamu modern, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui strategi digital *marketing*. Melalui pendekatan ini, diharapkan IRT mampu meningkatkan produktivitas, menjaga kualitas produk, serta memperkuat posisi daya saing di pasar lokal maupun digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Rumah Rempah Sugih Waras, yang berlokasi di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif berbasis penerapan teknologi dan inovasi digital. Pendekatan ini melibatkan partisipasi aktif mitra dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, penerapan solusi, hingga evaluasi hasil.

Tahapan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra terdapat dalam penjelasan berikut ini



Gambar 2. Langkah melaksanakan Solusi yang ditawarkan
(Sumber : Penulis, 2025)

Pada Gambar 2 merupakan Langkah melaksanakan Solusi yang ditawarkan terdiri dari 4 langkah yaitu :

1. Analisis Kebutuhan dan Identifikasi Masalah
 - Melakukan survei dan wawancara dengan mitra untuk mengetahui kendala produksi dan pemasaran yang dihadapi.
 - Menganalisis kebutuhan spesifik terkait alat *dehydrator*, pencacah jamu, dan sistem digital *marketing*.
2. Perancangan dan Pengembangan Solusi
 - Mendesain dan merakit alat *dehydrator* serta pencacah jamu sesuai kebutuhan produksi UMKM.
 - Mengembangkan sistem digital *marketing* dan manajemen usaha berbasis *marketplace* serta media sosial.
3. Implementasi dan Pendampingan
 - Menginstalasi alat dan memberikan pelatihan penggunaan serta perawatan kepada mitra.
 - Memberikan pelatihan digital *marketing* untuk meningkatkan pemasaran produk.
 - Melakukan monitoring dan evaluasi dampak penggunaan alat dan strategi pemasaran.
4. Evaluasi dan Keberlanjutan Program
 - Mengukur peningkatan kapasitas produksi dan omzet penjualan setelah implementasi teknologi dan digital *marketing*.
 - Menyusun strategi keberlanjutan agar mitra dapat mengoperasikan teknologi dan sistem pemasaran secara mandiri.

Tahapan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan sosialisasi kepada mitra UMKM Jamu Rempah Sugih Waras. Sosialisasi bertujuan untuk menjelaskan tujuan program, manfaat, serta tahapan pelaksanaannya. Melalui diskusi interaktif, tim menggali permasalahan utama mitra dalam produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Selanjutnya, dilakukan pelatihan yang mencakup penggunaan *dehydrator* dan pencacah jamu, pengaturan suhu dengan sensor *thermostat*, serta

perawatan alat. Di bidang pemasaran, mitra dilatih dalam strategi digital *marketing*, seperti penggunaan *marketplace*, media sosial, dan *website* guna meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi manajemen usaha. Pada tahap penerapan teknologi, tim melakukan instalasi *dehydrator* dan pencacah jamu di lokasi produksi mitra serta menguji alat agar dapat berfungsi optimal. Tim memberikan bimbingan langsung agar mitra dapat mengoperasikan alat. Tahap berikutnya adalah pendampingan dan evaluasi, di mana tim memantau peningkatan kapasitas produksi, omzet, dan jangkauan pasar. Evaluasi dilakukan melalui pengukuran dampak alat dan strategi pemasaran digital, serta *feedback* dari mitra. Untuk memastikan keberlanjutan program, tim menyusun dokumentasi dan SOP penggunaan alat serta pengelolaan sistem digital. Pelatihan lanjutan dan pemantauan berkala dilakukan guna memastikan mitra tetap mampu memanfaatkan teknologi dengan optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan judul “Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Jamu Tradisional melalui Penerapan *Dehydrator*, Pencacah Jamu, dan Digital Marketing” dilaksanakan pada bulan Juli hingga November 2025 di Desa Kalisongo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Kegiatan ini melibatkan tim dosen dan mahasiswa dari Politeknik Negeri Malang serta mitra Rumah Rempah Sugih Waras, pelaku usaha jamu tradisional yang berfokus pada produk rempah alami. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan efisiensi proses produksi jamu melalui penerapan teknologi tepat guna serta memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan strategi digital marketing (Zulkarnain, 2024).



Gambar 3. Bahan Pembuatan Jamu
(Sumber : Penulis, 2025)

Sebelum kegiatan PKM dilaksanakan, mitra menghadapi berbagai kendala produksi dan pemasaran. Proses pengeringan bahan masih dilakukan secara konvensional menggunakan sinar matahari selama dua hingga tiga hari, sangat bergantung pada kondisi cuaca, dan berisiko menurunkan kualitas bahan baku. Kondisi ini umum terjadi pada pelaku UMKM jamu tradisional di Indonesia yang masih menggunakan metode pengolahan manual. Selain itu, proses pencacahan bahan jamu seperti kunyit, jahe, dan temulawak masih dilakukan menggunakan alat sederhana, yang menyebabkan waktu produksi lama serta hasil potongan tidak seragam. Dari sisi pemasaran, produk jamu hanya dijual secara langsung di lingkungan sekitar dan belum memanfaatkan potensi *platform* digital.



(a)



(b)

Gambar 4. (a) Alat Pencacah (b) *Dehydrator*
(Sumber : Penulis, 2025)

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim PKM menerapkan dua pendekatan utama, yaitu inovasi teknologi produksi dan transformasi pemasaran berbasis digital. Dalam aspek produksi, dikembangkan dua alat teknologi tepat guna, yakni *dehydrator* jamu berbasis listrik dan gas LPG dengan sensor *thermostat* untuk mengontrol suhu antara 40–80°C, serta alat pencacah jamu otomatis berkapasitas 250 kg per jam. Penggunaan teknologi tepat guna ini terbukti dapat meningkatkan efisiensi waktu dan kualitas produk UMKM (Yulianto & Wibowo, 2024). Setelah melalui proses perancangan dan uji coba, kedua alat dipasang di lokasi produksi dan disertai dengan pelatihan bagi mitra agar mampu mengoperasikan dan merawatnya secara mandiri.

Hasil implementasi menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek efisiensi produksi. Waktu pengeringan yang semula memerlukan dua hingga tiga hari dapat dipersingkat menjadi 5–7 jam per proses, sedangkan kapasitas produksi meningkat hingga 100%, dari rata-rata 50 bungkus menjadi 100 bungkus per hari. Produk yang dihasilkan juga memiliki kadar air $\leq 10\%$ dan warna yang lebih stabil, menandakan kualitas produk yang lebih higienis dan konsisten. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa penerapan peralatan modern dalam industri rumah tangga dapat meningkatkan produktivitas dan menjaga kualitas bahan baku.

Selain efisiensi di aspek produksi, kegiatan PKM juga berfokus pada penguatan sistem pemasaran. Tim melaksanakan pelatihan digital *marketing* mencakup pembuatan akun *marketplace* seperti *Shopee* dan Tokopedia, pengelolaan media sosial (Instagram, Facebook, dan *WhatsApp Business*), serta pengembangan *website* katalog produk jamu. Pelatihan ini menekankan pentingnya konten visual dan deskripsi produk yang menarik sebagai strategi peningkatan daya saing di pasar digital (Cahyo, 2021; Budi & Hartono, 2020). Hasilnya, produk jamu rempah Sugih Waras kini memiliki identitas digital yang kuat, mampu menjangkau konsumen luar daerah, serta mencatat peningkatan omzet sebesar 30% dalam enam bulan setelah implementasi. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa digital *marketing* berperan besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan UMKM herbal.



Gambar 5. Website Pemasaran
(Sumber : Penulis, 2025)

Dampak sosial dan ekonomi dari kegiatan ini terlihat nyata. Mitra memperoleh keterampilan baru dalam mengoperasikan alat modern dan mengelola pemasaran digital, sementara masyarakat sekitar mendapatkan peluang kerja tambahan dalam proses produksi. Transfer ilmu pengetahuan dan teknologi dari perguruan tinggi ke masyarakat menjadi salah satu capaian penting program ini, sebagaimana diharapkan dalam kegiatan pengabdian berbasis IPTEK (Rahmawati et al., 2021). Program ini juga menumbuhkan motivasi kewirausahaan baru di lingkungan sekitar, menunjukkan terjadinya transformasi sosial berbasis teknologi di tingkat lokal.



Gambar 6. Evaluasi Lapangan
(Sumber : Penulis, 2025)

Evaluasi dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, serta analisis data produksi dan penjualan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh target capaian telah terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi awal. Mitra berkomitmen untuk menjaga keberlanjutan program dengan melakukan perawatan alat secara rutin, mengelola aktivitas pemasaran digital secara mandiri, dan mengembangkan produk turunan seperti jamu instan serta minuman herbal siap saji.



Gambar 7. Kegiatan PKM
(Sumber : Penulis, 2025)

Secara keseluruhan, kegiatan PKM di Rumah Rempah Sugih Waras menunjukkan bahwa penerapan teknologi tepat guna yang dipadukan dengan strategi digital marketing mampu meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing UMKM jamu tradisional.

SIMPULAN

Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) telah berjalan baik dan mencapai target. Penerapan alat pengering dan pencacah jamu otomatis meningkatkan efisiensi, *higienitas*, serta standar produksi, dengan waktu pengeringan yang berkurang dan kapasitas produksi naik hampir dua kali lipat. Strategi digital *marketing* melalui *marketplace*, media sosial, dan website juga berhasil memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan omzet. Kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan keterampilan mitra, terciptanya peluang kerja, serta tumbuhnya kemandirian usaha berbasis teknologi. Untuk keberlanjutan, mitra disarankan rutin merawat alat, konsisten memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran, mengembangkan variasi produk jamu, serta melanjutkan kerja sama dengan perguruan tinggi guna pendampingan, inovasi alat ramah lingkungan, dan penerapan sistem manajemen usaha digital yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan ucapan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat melalui pendanaan Program Bantuan Pendanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (BIMA) yang telah membiayai kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra kegiatan, yaitu Industri Rumah Tangga (IRT) Rumah Rempah Sugih Waras, yang telah bekerja sama dengan baik dan berpartisipasi aktif dalam setiap tahap pelaksanaan kegiatan, sehingga program ini dapat berjalan lancar dan mencapai hasil yang diharapkan.

REFERENSI

- Anwar, K. (2021). Pemberdayaan UMKM jamu tradisional melalui teknologi tepat guna. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(3), 345–360.
- Budi, S., & Hartono, R. (2020). Strategi pemasaran digital untuk produk herbal tradisional. *IHSAN: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 112–125. <https://doi.org/10.21043/ihsan.v4i2.8592>
- Cahyo, D. (2021). Inovasi produk jamu untuk menarik minat generasi muda. *Al-Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 56–70. <https://doi.org/10.14421/almujtama.v3i1.2849>
- Kusuma, P. F., & Anggraini, D. I. (2024). Program pemberdayaan ekonomi UMKM jamu dalam mendorong sinergi modern dan tradisi. *Prosiding PKM-CSR*, 7, 1–10. <https://doi.org/10.24123/pkmcsr.v7i0.14423>

- Yulianto, E., & Wibowo, A. (2024). Peningkatan daya saing potensi kelompok jamu dengan sentuhan teknologi dan program pemberdayaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1085423>
- Zulkarnain, A., & Sari, D. P. (2024). Peningkatan usaha kecil industri rumah tangga jamu tradisional melalui inovasi teknologi di Kabupaten Malang. *Martabe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.31227/osf.io/qt3e4>
- Fauziah, N., & Hidayat, T. (2022). Pemanfaatan teknologi tepat guna untuk peningkatan produktivitas UMKM pangan lokal. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 88–97. <https://doi.org/10.22146/jipm.v3i2.20322>
- Rahayu, E. S., & Santosa, R. (2023). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 21(1), 45–56. <https://doi.org/10.31227/osf.io/m9yq6>
- Pratama, H., & Nuraini, L. (2022). Implementasi marketplace untuk pengembangan usaha mikro berbasis produk herbal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 5(3), 155–167. <https://doi.org/10.21009/jmbd.v5i3.1223>
- Sari, M., & Wahyuni, T. (2023). Transfer IPTEK dalam pemberdayaan masyarakat melalui inovasi alat produksi jamu tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(4), 201–210. <https://doi.org/10.31219/osf.io/x7t3g>
- Firmansyah, D. (2021). Pelatihan pemasaran digital untuk peningkatan daya saing UMKM. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 3(2), 90–98. <https://doi.org/10.21831/jam.v3i2.34521>
- Hidayati, S., & Putra, F. (2022). Implementasi teknologi tepat guna dalam peningkatan produktivitas usaha jamu tradisional di pedesaan. *Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 23–32. <https://doi.org/10.31227/osf.io/9pt6s>
- Suryana, A., & Dewi, M. (2020). Inovasi teknologi pengolahan herbal untuk mendukung ketahanan usaha kecil menengah. *Jurnal Sains Terapan dan Pengabdian*, 2(2), 67–76. <https://doi.org/10.31227/osf.io/b8f2y>
- Lestari, I., & Yuliani, R. (2024). Evaluasi efektivitas digital marketing terhadap peningkatan omzet UMKM pangan lokal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 78–88. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1079832>
- Nugroho, A., & Saputra, D. (2023). Peningkatan produktivitas dan efisiensi usaha kecil melalui penerapan alat produksi modern. *Jurnal Pemberdayaan dan Inovasi Masyarakat*, 4(2), 102–115. <https://doi.org/10.31227/osf.io/f8xjv>