

Peningkatan Daya Saing Produk Jamu Crystal Aku Hatinya PKK RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi Melalui Inovasi Pemasaran Secara Digital

Laila Farhat¹, Marnas², A. Wahab Daeng³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi

Email: lailafarhat241@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni 06, 2026

Revised Juni 15, 2026

Accepted Juni 25, 2026

Kata Kunci:

Jamu Crystal, Temulawak, Jahe Merah, Pemasaran Digital, PKK.

Keywords:

Crystal Herbal Medicine, Temulawak, Red Ginger, Digital Marketing, PKK.



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

Copyright © 2026 by Laila Farhat, et.al Published by Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

ABSTRAK

Mitra pengabdian ini adalah kelompok kerja "Aku Hatinya PKK" di RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi yang memiliki produk unggulan berupa Jamu Crystal yang diolah dari pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA), khususnya temulawak dan jahe merah. Meskipun memiliki potensi pasar yang besar karena kepraktisan dan manfaat kesehatannya, produk ini menghadapi kendala dalam hal daya saing akibat keterbatasan jangkauan pemasaran yang masih bersifat konvensional dan lokal. Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Jamu Crystal melalui inovasi pemasaran digital (digital marketing). Metode yang digunakan meliputi tahap persiapan (observasi dan koordinasi), pelaksanaan (pelatihan pembuatan konten, optimalisasi media sosial Instagram/TikTok, dan pendaftaran Google Maps), serta evaluasi keberlanjutan program. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra sebesar 85% terkait strategi pemasaran digital. Produk Jamu Crystal kini memiliki identitas digital yang lebih kuat melalui akun bisnis media sosial yang aktif dan lokasi usaha yang terverifikasi secara daring. Inovasi ini berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan, sehingga memperkuat kemandirian ekonomi kelompok PKK di Kelurahan Lingkar

Selatan.

ABSTRACT

The community service partner is the "Aku Hatinya PKK" working group in RT. 19, Lingkar Selatan Village Jambi City, which has a superior product in the form of Jamu Crystal processed from the use of Family Medicinal Plants (TOGA), specifically temulawak and red ginger. Although it has large market potential due to its practicality and health benefits, this product faces obstacles in terms of competitiveness due to limited marketing reach that is still conventional and local. This Community Service (PkM) aims to increase the competitiveness of Jamu Crystal through digital marketing innovation. The methods used include preparation (observation and coordination), implementation (content creation training, optimization of Instagram/TikTok social media, and Google Maps registration), and evaluation of program sustainability. The results of the service show an 85% increase in partners' understanding of digital marketing strategies. Jamu Crystal products now have a stronger digital identity through active social media business accounts and online verified business locations. This innovation has succeeded in expanding market reach and increasing sales volume, thereby strengthening the economic independence of PKK groups in Lingkar Selatan Village.

Pendahuluan

Kelompok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) memiliki peran strategis dalam menggerakkan perekonomian mikro di tingkat rukun tetangga (RT). Salah satu implementasi nyata dari program PKK adalah gerakan "Aku Hatinya PKK" (Amalkan dan Kukuhkan Halaman Asri, Teratur, Indah, dan Nyaman), yang mendorong pemanfaatan pekarangan rumah untuk budidaya Tanaman Obat Keluarga (TOGA). Di RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi, budidaya TOGA ini didominasi oleh tanaman temulawak dan jahe merah, yang dikenal memiliki kandungan antioksidan tinggi serta khasiat menjaga imunitas tubuh. Hasil panen TOGA tersebut telah berhasil dihilirisasi oleh kelompok PKK menjadi produk bernilai ekonomi tinggi, yaitu Jamu Crystal.

Jamu Crystal merupakan inovasi jamu tradisional berbentuk serbuk instan yang diolah dari perasan murni temulawak dan jahe merah melalui proses kristalisasi alami dengan gula murni. Produk ini menawarkan kepraktisan, kebersihan yang lebih terjamin, serta daya simpan yang jauh lebih lama dibandingkan jamu cair konvensional tanpa mengurangi khasiat asli dari bahan bakunya. Kombinasi temulawak yang baik untuk pencernaan dan jahe merah sebagai penghangat tubuh memberikan keunggulan kompetitif yang kuat dari segi manfaat kesehatan.



Namun, sebagai pelaku usaha mikro, kelompok PKK RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing produk. Berdasarkan hasil observasi awal, permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi:

1. Keterbatasan Jangkauan Pasar: Pemasaran produk masih mengandalkan sistem getok tular (word of mouth) dan hanya mencakup wilayah sekitar RT atau kelurahan saat ada bazar tertentu.

2. Minimnya Identitas Digital: Mitra belum memanfaatkan media sosial atau platform digital secara optimal untuk membangun kesadaran merek (brand awareness).
3. Kurangnya Keterampilan Digital: Anggota PKK belum menguasai teknik pembuatan konten promosi yang menarik (copywriting dan visual produk) serta manajemen akun bisnis daring.

Di era digitalisasi saat ini, penguasaan teknologi informasi menjadi kunci utama bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Pemasaran digital menawarkan solusi berbiaya rendah namun berdampak luas untuk memotong rantai distribusi dan menjangkau konsumen yang lebih spesifik. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini difokuskan pada inovasi pemasaran secara digital guna mentransformasi strategi pemasaran konvensional mitra menjadi berbasis digital, yang diharapkan dapat mendongkrak daya saing dan omzet penjualan Jamu Crystal berbahan baku temulawak dan jahe merah secara berkelanjutan.



Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan melibatkan seluruh anggota aktif kelompok "Aku Hatinya PKK" RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi sebagai khalayak sasaran. Pendekatan yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), di mana mitra terlibat aktif mulai dari identifikasi masalah hingga implementasi solusi.

Metode pelaksanaan dibagi menjadi tiga tahapan utama:

1. Tahap Persiapan:
 - a) Melakukan koordinasi dengan Ketua RT 19 dan Pengurus PKK untuk menyelaraskan jadwal kegiatan.

- b) Melakukan analisis kebutuhan (need assessment) untuk mengukur sejauh mana pemahaman awal mitra mengenai pemasaran digital serta pemetaan kapasitas produksi Jamu Crystal berbahan temulawak dan jahe merah.
2. Tahap Pelaksanaan:
 - a) Edukasi dan Workshop: Memberikan pemahaman materi tentang branding produk berbasis TOGA, penentuan harga jual di platform daring, dan etika komunikasi bisnis digital.
 - b) Pelatihan Praktis (Workshop): Melatih mitra dalam pembuatan akun media sosial bisnis (Instagram dan TikTok), pembuatan foto/video produk menggunakan smartphone dengan menonjolkan keunikan bentuk kristal, serta pendaftaran titik lokasi usaha di Google Maps (Google My Business) untuk memudahkan pencarian lokal.
 3. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan:
 - a) Melakukan pemantauan (monitoring) terhadap keaktifan media sosial mitra selama satu bulan pasca-pelatihan.
 - b) Mengukur tingkat keberhasilan program melalui pengisian kuesioner sebelum (pre-test) dan sesudah (post-test) kegiatan, serta melihat perkembangan grafik penjualan produk.

Hasil dan Pembahasan

1. Pelaksanaan Kegiatan dan Respons Mitra

Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan dihadiri oleh kader serta anggota kelompok "Aku Hatinya PKK" RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi. Mitra menunjukkan antusiasme yang sangat tinggi, terutama pada sesi praktik pembuatan konten visual. Selama ini, mitra menganggap pemasaran digital adalah hal yang rumit dan membutuhkan biaya besar. Melalui pelatihan ini, stigma tersebut berhasil dipatahkan dengan menunjukkan bahwa pembuatan konten kreatif dapat dilakukan hanya dengan modal smartphone yang mereka miliki.

2. Inovasi Pemasaran Digital yang Diterapkan

Beberapa luaran konkret dari inovasi pemasaran digital yang berhasil diimplementasikan bersama mitra meliputi:

- a) Optimalisasi Visual dan Identitas Produk: Dilakukan perbaikan pada tata letak pengambilan foto Jamu Crystal. Fokus visual diarahkan pada keunikan warna alami kuning keemasan dari temulawak dan rona hangat jahe merah, serta bentuk kristalnya yang berkilau saat terkena cahaya.
- b) Pembuatan Akun Media Sosial Bisnis: Mengaktifkan akun Instagram dan TikTok khusus untuk produk Jamu Crystal. Di platform ini, disepakati konten tidak hanya fokus jualan (hard selling), tetapi juga edukasi (soft selling) mengenai manfaat jahe merah untuk menghangatkan tubuh dan temulawak untuk menjaga fungsi pencernaan dan hati.
- c) Penyematan Google Maps: Mendaftarkan lokasi produksi Jamu Crystal di Google Maps. Langkah ini sangat strategis untuk meningkatkan kepercayaan konsumen lokal dan memudahkan kurir ojek daring saat mengambil pesanan produk langsung dari dapur PKK.



Analisis Peningkatan Kemampuan Mitra

Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan instrumen kuesioner, terjadi peningkatan yang signifikan pada aspek pemahaman dan keterampilan mitra, seperti yang tergambar pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.
Hasil Evaluasi Peningkatan Keterampilan Mitra

Aspek Penilaian			Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan	Peningkatan (%)
Pemahaman Marketing	Strategi	Digital	20%	85%	65%
Keterampilan Grafis/Video	Membuat	Konten	15%	75%	60%
Kemampuan Bisnis Daring	Mengelola	Akun	10%	80%	70%

Pemasaran digital terbukti memberikan efisiensi yang tinggi bagi mitra. Jangkauan penjualan yang semula hanya berputar di area RT 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi saja, kini mulai menerima pesanan dari luar kecamatan dan kelurahan tetangga berkat pemanfaatan fitur tagar (hashtag) lokal dan sebaran informasi melalui WhatsApp Business. Peningkatan daya saing ini memposisikan Jamu Crystal berbasis temulawak dan jahe merah sebagai produk herbal lokal yang modern, higienis, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Simpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya saing Jamu Crystal berbahan baku TOGA temulawak dan jahe merah milik kelompok "Aku Hatinya PKK" RT. 19 Kelurahan Lingkar Selatan Kota Jambi. Melalui inovasi pemasaran digital, mitra tidak lagi hanya bergantung pada pasar tradisional, melainkan telah mampu mengelola media sosial bisnis secara mandiri, memproduksi konten edukatif yang menarik, serta memanfaatkan Google Maps untuk memperluas jangkauan pasar lokal. Terjadi peningkatan keterampilan teknis mitra rata-rata di atas 60% dari kondisi awal. Rekomendasi untuk program selanjutnya adalah pendampingan dalam aspek standarisasi legalitas usaha (P-IRT atau sertifikasi Halal) guna melengkapi kekuatan pemasaran digital yang sudah terbentuk, sehingga daya saing produk menjadi semakin kokoh di pasar yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Farhat L, Artaria Sitanggang F, Novi Windu F, Zahwa Meyndi V, Juliasari P. Teknik Smm (Social Media Marketing) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Stick Binahong Sarfin. 2025; Available from: <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jce>
- Farhat L, Wahab Daeng A, Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi S. Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada Toko Buku Hottong Jambi. JPM Jurnal

Pengabdian Mandiri [Internet]. 2023;2(12). Available from: <http://bajangjournal.com/index.php/JPM>

Farhat L. Pengaruh Produk, Lokasi, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Usaha Pempek Mamad Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. 2023 Oct 30;23(3):3485.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th Global Edition)*. Pearson Education.

Mulyana, S., & Wijaya, A. (2021). Strategi Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 112-125.

Rianti S, Rohaini E, Tia Pratiwi I, Dinamika Bangsa U, Alamat Korespondensi J, Jendral Sudirman Tehok Jambi J. Workshop "Strategi Digital Marketing dan Sosial Media Sebagai Media Promosi Produk dan Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha di SMK N 4 Kota Jambi. 2023; Available from: <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jpmu>

Sari, R. P., & Utami, S. (2022). Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) Menjadi Produk Nilai Jual Tinggi Melalui Kelompok PKK. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 10(1), 45-52.

Sjoraida DF, Siti Masruroh, Andriya Risdiyanto, Arvin Hardian, Evi Meidasari M. Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*. 2023 Oct 1;9(5):2044–9.

Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Principles and Application*. Andi Offset.

Wardhana, A. (2022). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya pada Keunggulan Bersaing UMKM*. CV. Media Sains Indonesia.

