

Pendampingan Transformasi Digital Kelompok UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" Desa Kiringan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul Yogyakarta

¹Nur Heri Cahyana, ²Yudhy Widya Kusumo, ³Sika Nur Indah, ⁴Oliver Samuel Simanjuntak, ⁵Agung Prabowo, ⁶Yenni Sri Utami

^{1,4}Jurusan Teknik Informatika, FTI, UPN Veteran Yogyakarta
^{2, 3,5,6}Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, UPN Veteran Yogyakarta

Email: ¹nur.hericahyana@upnyk.ac.id, ²yudhy.widya@upnyk.ac.id,
³sika.nurindah@upnyk.ac.id, ⁴oliver.simanjuntak@upnyk.ac.id,
⁵agung.prabowo@upnyk.ac.id, ⁶yenni.sriutami@upnyk.ac.id

ABSTRAK

UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" didirikan pada tahun 1998 oleh Pak Sutrisno di Dusun Kiringan, Bantul. UMKM ini dikenal sebagai pelopor produksi jamu tradisional dengan komitmen terhadap kualitas dan keaslian bahan. Beberapa produk utama yang ditawarkan adalah jamu instan, selai jamu, wedang jahe merah sachet, dan jamu jamur lingzhi. Namun, tantangan signifikan dihadapi terkait digitalisasi pemasaran dan perubahan tren pasar ke arah online. Permasalahan utama meliputi kurangnya promosi digital yang efektif, komunikasi pemasaran yang lemah, serta manajemen usaha yang masih konvensional. Untuk mengatasi hal ini, diusulkan berbagai solusi, termasuk pelatihan produksi konten digital, teknik copywriting, manajemen pemasaran digital, dan penyusunan SOP komunikasi organisasi. Program Kemitraan Masyarakat (PKM) bertujuan untuk memperkuat kemampuan multimedia dan pemasaran digital UMKM "Mitra Sehat", termasuk pengembangan website dan marketplace. Pendekatan dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan kepada pengurus dan anggota UMKM untuk meningkatkan kualitas produksi, pemasaran, dan branding. Program ini diharapkan mampu mengatasi tantangan pasar modern dan memastikan kelangsungan usaha jamu tradisional. Evaluasi program akan dilakukan melalui observasi, kuisioner, dan wawancara untuk mengukur keberhasilan serta kesinambungan program pasca pelaksanaan. Program ini diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM "Mitra Sehat" di pasar yang semakin kompetitif melalui penerapan teknologi dan pemasaran digital yang lebih modern.

Kata kunci : Jamu Gendong, Jamu Gendong "Mitra Sehat", Pemasaran Digital, Konten Multimedia

ABSTRACT

UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" was founded in 1998 by Mr. Sutrisno in Kiringan Hamlet, Bantul. This MSME is known as a pioneer in the production of traditional herbal medicine with a commitment to the quality and authenticity of ingredients. Some of the main products offered are instant herbal medicine, herbal jam, red ginger sachets, and lingzhi mushroom herbal medicine.

However, significant challenges are faced regarding the digitalization of marketing and changes in market trends towards online. The main problems include a lack of effective digital promotions, weak marketing communications, and conventional business management. To overcome this, various solutions are proposed, including training in digital content production, copywriting techniques, digital marketing management, and preparation of organizational communication SOPs. The Community Partnership Program (PKM) aims to strengthen the multimedia and digital marketing capabilities of "Mitra Sehat" MSMEs, including website and marketplace development. The approach is carried out through training and assistance to MSME administrators and members to improve the quality of production, marketing and branding. This program is expected to be able to overcome modern market challenges and ensure the continuity of traditional herbal medicine businesses. Program evaluation will be carried out through observations, questionnaires and interviews to measure the success and sustainability of the program after implementation. This program is expected to strengthen the position of "Mitra Sehat" MSMEs in an increasingly competitive market through the application of more modern technology and digital marketing.

Keyword : *Jamu Gendong, Jamu Gendong "Mitra Sehat", Digital Marketing, Multimedia Content*

1. PENDAHULUAN

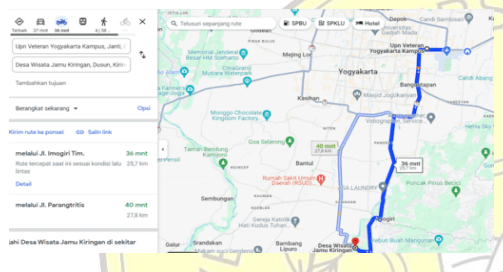
UMKM yang berdiri di tahun 1998 di Bantul, oleh Bapak Sutrisno menjadikan Jamu Gendhong "Mitra Sehat" ini sebagai salah satu pelopor 'jamu' berskala micro. Jamu sendiri sudah merupakan bagian dari pengobatan tradisional yang di kenal di masyarakat, seperti di kutip oleh Kusumo et. al dan Rahmawati et al dalam 2021, bahwa "Jamu sebahagian besar di Anggap sebagai pengobatan herbal". Sebagai bagian dari masyarakat yang tertarik terhadap usaha pengobatan tradisional jamu gendhong ini bertekad untuk menjaga khazanah yang di warisi oleh nenek moyang mereka (Hidayati et al)

UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" ini letaknya berada di desa Kiringan, Kabupaten Bantul, sekitar 25 km dari kampus UPN Veteran Yogyakarta dan dapat di tempuh 35-40 menit menggunakan motor salah satu contoh akses yang di miliki UMKM ini. Akses yang di miliki oleh diberikan oleh Muamanah juga di dukung dengan lokasi erna, "Pak Sutrisno" selaku pendiri memiliki wawasan yang cukup dalam untuk mempertahankan kualitas salah satu produk jamu tradisional Berarti itu

merangkum pandangannya, pada kalimat sebelumnya Muamanah pada 2023 menegaskan bahwa pada konteks jamu lebih dari sekedar minuman untuk kesehatan. Rahmawati et al di tahun 2021 dan Gunarti di tahun 2023 bahkan menegaskan bahwa jamu sudah menjadi lambang local wisdom.

Jamu tradisional "Mitra Sehat", salah satunya yang dihasilkan oleh UMKM ini, pada umumnya merupakan formulasi dari bahan-bahan yang alami terutama bumbu yang memiliki fungsi khasiat di antara lain peningkat daya imun tubuh (Kusumo et al., 2020; Wardana, 2023). Pandemi yang terjadi cukup memicu rasa kepedulian akan kesehatan, disertai dengan rasa ingin tahu masyarakat mengenai jamu, maka distribusi jamu yang dilakukan semakin besar pasokannya (Fajriati, 2023). Sehingga UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" memiliki posisi strategis untuk memberikan layanan dalam bentuk pengobatan dari bahan alami yang aman untuk masyarakat (Kusuma et al., 2020). Dengan niat dalam menentukan kualitas dan keaslian produk, maka UMKM ini bukan saja membantu meningkatkan kesehatan masyarakat, tetapi juga membantu melestarikan budaya jamu tradisional di Indonesia (Ramadhanti et

al., 2022). Karenanya, keberadaan UMKM Jamu Gendhong “Mitra Sehat” adalah salah satu bentuk eksistensi upaya pelestarian warisan budaya dan meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dengan produk – produk jamu yang berkualitas tinggi. UMKM Jamu Gendhong “Mitra Sehat” dikenal sebagai pelopor dalam penggunaan bahan-bahan alami berkualitas tinggi dan proses produksi yang mempertahankan keaslian resep tradisional. UMKM ini juga yang menjadi “*market leader*” di Desa Wisata Kiringan ini. Sutrisno juga menjabat sebagai ketua Desa Wisata Jamu



Gendhong Kiringan. Meskipun mengalami tantangan akibat pandemi COVID-19, Sutrisno tetap gigih dalam menjaga operasional usahanya dan memastikan kelangsungan produksi jamu gendong berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar. Gambar 1: Lokasi Maps Jamu Gendong “Mitra Sehat”

Desa ini telah memainkan peran penting dalam mempertahankan keberlanjutan warisan budaya jamu tradisional. Melalui gerakan menanam Tanaman Obat Keluarga (TOGA) di pekarangan rumah dan menerapkan pengetahuan turun temurun, masyarakat Desa Kiringan telah menciptakan lingkungan yang mendukung produksi jamu secara tradisional. Namun, dampak pandemi COVID-19 masih dirasakan sampai sekarang. Munculnya *habit* masyarakat berbelanja secara online, berdampak menurunnya jumlah wisatawan (pembeli) yang berkunjung ke kawasan desa wisata ini. Menurunnya pembelian langsung ini berdampak pada penurunan omset para pengrajin jamu.

Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh usaha kecil jamu tradisional adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan langkah-langkah yang diterapkan. Hal ini dapat menghambat potensi mereka untuk menjangkau konsumen baru dan juga mempertahankan konsumen yang sudah ada. Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran yang terintegrasi dan efektif menjadi penting untuk keberlangsungan UMKM Jamu Gendhong “Mitra Sehat” dan UMKM jamu lainnya di desa Kiringan (Sudari, 2024; Bahukeling, 2024). Upaya untuk meningkatkan kesadaran publik tentang keberadaan obat herbal tradisional dan manfaatnya diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan produk tersebut dan memperkuat posisi niche ini terhadap tantangan pasar yang terus berkembang.

Pemasaran digital menawarkan solusi yang signifikan bagi UMKM untuk menghadapi tantangan pemasaran. Strategi pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk berpromosi melalui berbagai platform internet, seperti media sosial, situs web, dan e-commerce (Cantillo et al., 2020; Giakomidou et al., 2022). Berbagai penelitian telah membuktikan bahwa penggunaan pemasaran digital tidak sekadar meningkatkan keterlihatan produk saja, tetapi mampu memasarkan produk secara lebih baik (Emini & Merovci, 2021; Patria et al., 2023). Dengan menyiapkan teknologi digital, UMKM lebih mudah berkomunikasi dengan lebih banyak orang serta berinteraksi dengan konsumen, sehingga berdampak pada peningkatan loyalitas pelanggan dan penjualan (Σακιάς et al., 2022; Pambreni, 2023).

Pengrajin jamu di desa Kiringan Bantul diharapkan mampu melakukan promosi dan Digital. Ini penting agar mereka tahu bagaimana cara menggunakan alat dan teknik pemasaran digital dengan baik dan benar, dan lebih penting bagaimana mengembangkan

konten yang menarik untuk audiens mereka (Awonuga, 2024; Patria et al., 2023). Maka, UMKM jamu tradisional dapat mengikuti perkembangan perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung beralih ke penggunaan platform digital lebih mudah (Kurniawati et al., 2021).

Produk-produk yang ditawarkan oleh UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" meliputi:

- 1) Jamu Instan: Merupakan formulasi jamu tradisional dalam bentuk instan yang mudah disajikan dan dikonsumsi. Jamu instan ini dibuat dengan bahan-bahan alami yang dipilih dengan teliti dan diproses dengan teknik tradisional yang terjamin kebersihannya.



Gambar 2: Jamu Instan produk "Mitra Sehat"

- 2) Selai Jamu: Selai jamu merupakan inovasi produk dari UMKM ini, yang menggabungkan rasa tradisional jamu dengan konsistensi lembut selai. Selai jamu ini cocok untuk dinikmati dengan roti, kue, atau sebagai tambahan pada hidangan lainnya.



Gambar 3: Selai Jamu produk "Mitra Sehat"

- 3) Wedang Jahe Merah Sachet: Wedang jahe merah merupakan minuman tradisional yang terkenal akan manfaat kesehatannya. UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" menyajikan wedang jahe merah dalam kemasan

sachet yang praktis dan mudah disajikan, sehingga dapat dinikmati kapan pun dan di mana pun.



Gambar 3: Wedang Jahe Merah Sachet produk "Mitra Sehat"

- 4) Jamu Jamur Lingzhi: Sebagai produk unggulan, jamu jamur lingzhi dipercaya memiliki beragam manfaat kesehatan. UMKM ini menghadirkan jamu jamur lingzhi dalam formula tradisional yang telah terbukti khasiatnya, sehingga menjadi pilihan utama bagi konsumen yang peduli akan kesehatan dan kebugaran.



Gambar 4: Jamu Jamur Lingzhi

2. PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan yang dihadapi dalam UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" ini adalah Pertama, perubahan *trend* pasar menuju *platform online shop* mengurangi daya saing UMKM jamu gendong di pasar lokal dan nasional. Kedua, persaingan dengan pabrikan jamu tradisional menuntut UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan daya tarik pemasaran. Ketiga, kurangnya pemasaran yang efektif menghambat pertumbuhan bisnis UMKM Jamu Gendhong "Mitra Sehat" dan mempengaruhi penjualan produk.

Permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UMKM Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yakni dapat diidentifikasi beberapa aspek, yaitu: 1) Permasalahan digitalisasi (produksi konten digital) UMKM Jamu Gendhong “Mitra Sehat”, 2) Komunikasi pemasaran yang belum terbangun, 3) Manajemen Pemasaran Digital yang belum memadai, 4) Manajemen usaha dari hulu hingga hilir yang masih konvensional.

3. METODOLOGI

Pelaksanaan kegiatan direncanakan melalui 5 (lima) tahapan yaitu 1) sosialisasi, 2) pendampingan/pelatihan, 3) penerapan teknologi dan inovasi, 4) pendampingan/evaluasi, dan 5) rencana keberlanjutan.

- 1) Tahapan sosialisasi dapat dijabarkan sebagai berikut: a) Koordinasi dengan mitra, b) Identifikasi permasalahan, c) Penyusunan pendekatan, prosedur dan metode, d) Telaah praktek terbaik. Setelah tahapan sosialisasi, maka dilaksanakan tahap pendampingan.
- 2) Tahap pendampingan dan pelatihan akan memperhatikan tahapan persiapan pelatihan dan pendampingan, dan kemampuan dukungan Mitra berdasar inventarisasi awal pada sarana dan prasarana yang dimiliki. Pada tahap pendampingan kegiatan PKM yang akan dilaksanakan dapat dijabarkan sebagai berikut:
 - a) Pendampingan multimedia kepada Mitra dalam rangka melaksanakan produksi konten (produk) multimedia yang memberikan pemahaman,
 - b) Pelatihan teknik storytelling bagi Mitra dalam rangka menyediakan informasi produk dengan teknik penyampaian sebuah informasi dengan cerita

yang menarik, mengalir, dan membangkitkan perasaan masyarakat akan produk Jamu Gendhong “Mitra Sehat”,

- c) Pendampingan untuk membuat standarisasi proses produksi jamu gendhong,
 - d) Pendampingan dan evaluasi manajemen sebagai bentuk fungsi dan struktur organisasi pengelola E-business pada Jamu Gendhong “Mitra Sehat”,
 - e) Pendampingan pengurusan merek dagang dan proses pembuatan watermarking pada konten digital Jamu Gendhong “Mitra Sehat”,
- 3) Tahap Penerapan teknologi dan inovasi melibatkan beberapa Langkah penting untuk memastikan teknologi baru atau inovasi dapat diintegrasikan dengan baik pada proses bisnis dalam Jamu Gendhong “Mitra Sehat”. Pada tahap penerapan teknologi dan inovasi kegiatan PKM yang akan dilaksanakan dapat dijabarkan sebagai berikut:
 - a) Penerapan teknologi pemasaran secara elektronik, secara khusus pemasaran jamu gendhong pada website dan official store di marketplace Jamu Gendhong “Mitra Sehat”,
 - b) Penerapan teknologi website dan marketplace untuk pemasaran yang lebih luas.
 - 4) Tahap pendampingan dan evaluasi. Pada tahap pendampingan dan evaluasi kegiatan PKM yang akan dilaksanakan dapat dijabarkan sebagai berikut:
 - a) Evaluasi terkait keberhasilan kegiatan berdasarkan capaian target luaran, dan
 - b) Evaluasi terkait keberlanjutan program.
 - 5) Tahap rencana keberlanjutan. Tahap keberlanjutan program setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan

berdasar monitoring pengelolaan E-business

Kelompok UMKM Jamu Gendhong “Mitra Sehat” sebagai mitra telah menyatakan kesediannya untuk terlibat aktif dalam kegiatan PKM. Pernyataan mitra dapat dilihat pada Lampiran. Mitra antusias dengan usulan program ini dan menyatakan akan mendukung program ini semaksimal mungkin. Antusias dari mitra juga ditunjukkan saat tim melakukan wawancara dan survei ke lokasi. Mitra dengan semangat menjawab semua pertanyaan bahkan tim didampingi sampai ke tempat produksi jamu gendhong. Tim sangat terbantu untuk memetakan masalah yang dihadapi dan solusi yang harus dilakukan. Berdasarkan wawancara dengan beberapa anggota yang berada di lokasi survei juga diperoleh informasi bahwa mereka akan dengan sukarela membantu sebagai tenaga untuk proses pelatihan yang akan dilakukan. Dari hasil pertemuan ini, tim PKM menyimpulkan bahwa mitra dengan antusias ikut bersama-sama mempersiapkan, ikut mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin jamu gendhong. Pelaksana PKM dan kelompok Jamu Gendhong “Mitra Sehat” sepakat bersama-sama menjalankan kegiatan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi PKM.

Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program di lapangan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan. Evaluasi program dan keberlanjutan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan dengan untuk melihat tingkat keberhasilan program di kelompok pengrajin Jamu Gendhong “Mitra Sehat”. Adapun sasaran evaluasi adalah melihat tingkat keberhasilan program terhadap pencapaian tujuan Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang tercantum dalam target PKM Jamu Gendhong “Mitra

Sehat”. Hasil evaluasi ini penting untuk keberlanjutan program di Jamu Gendhong “Mitra Sehat” setelah kegiatan PKM dilaksanakan. Evaluasi dilaksanakan dengan menggunakan alat ukur, yang berupa: 1) Observasi. Observasi dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan secara teliti serta pencatatan secara sistematis pada hasil pemasaran yang telah terbangun melalui pengembangan website, 2) Kuisisioner. Kuisisioner dilaksanakan dengan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh pengurus dan anggota Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang akan mengukur kemudahan dan pemanfaatan program PKM, 3) Wawancara. Wawancara dilaksanakan dengan komunikasi langsung antara Tim PKM dengan pengurus Jamu Gendhong “Mitra Sehat”. Evaluasi melihat beberapa kategori capaian luaran sebagai berikut: a) Konten multimedia (foto dan video) produk jamu gendhong yang akan dipasarkan dalam website dan marketplace, b) Buku manual produksi konten multimedia dan informasi jamu gendhong sebagai buku pegangan Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang terdaftar hak ciptanya, c) Storytelling produk jamu gendhong yang akan dipasarkan dalam website dan marketplace, d) Buku manual produksi konten multimedia dan informasi jamu gendhong sebagai buku pegangan Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang terdaftar hak ciptanya, e) Panduan tertulis dalam bentuk Standard operating procedure (SOP), f) Struktur organisasi Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang baru dengan penjelasan pembagian kerja, fungsi, serta kewajiban/hak anggota, g) Merek dagang produk jamu gendhong Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang terdaftar secara resmi, h) Watermarking pada konten digital, i) Buku manual pengembangan website berbasis multimedia dan marketplace sebagai buku pegangan belajar bagi tiap anggota Jamu Gendhong “Mitra Sehat” yang

terdaftar hak ciptanya, j) Terdapatnya website berbasis multimedia sebagai sarana komunikasi pemasaran jamu gendhong, k) Terdapatnya official store Jamu Gendhong “Mitra Sehat” pada beberapa marketplace (shopee dan tokopedia) sebagai sarana pemasaran yang lebih luas, l) Terdapatnya instagram dan facebook official store Jamu Gendhong “Mitra Sehat”.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

IPTEK yang diimplementasikan di pengelola kelompok jamu “Mitra Sehat” Kiringan, dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Kombinasi dari media dasar audio visual dan visual yang dipergunakan untuk tujuan pembelajaran dan penggunaan secara kombinasi dua atau lebih media pembelajaran yang dikenal dengan multimedia.
- 2) Pendampingan pemanfaatan perangkat multimedia dan pendampingan multimedia, yaitu: disain grafis, fotografi dan multimedia sebagai penanganan permasalahan aspek produksi konten di kelompok jamu “Mitra Sehat” Kiringan. Tahap pendampingan dimulai dengan mengumpulkan objek pendukung media. Selanjutnya melakukan pengambilan gambar dengan memperlihatkan Langkah kerja dalam menggambar perspektif interior ruang diikuti perekaman suara untuk menjelaskan langkah kerja penggambaran dari awal hingga akhir dengan bantuan mikrofon. Proses terakhir yaitu penggabungan serta pengeditan video. Setelah proses pengeditan video, dilakukan validasi multimedia interaktif oleh tim ahli yaitu ahli materi, media, dan ahli pembelajaran.

- 3) Pelatihan teknik storytelling bagi anggota Paguyuban Jamu gendong “Mitra Sehat” dalam rangka menyediakan informasi produk dengan teknik penyampaian sebuah informasi dengan cerita yang menarik, mengalir, dan membangkitkan perasaan masyarakat akan produk Jamu “Mitra Sehat” Kiringan. Storytelling memiliki beberapa tahapan pembuatan. Tahap yang *pertama* adalah penentuan ide sesuai dengan ruang lingkup materi pembuatan jamu gendong. Tahap *kedua* adalah eksplorasi dan riset dengan mengumpulkan bahan yang akurat, untuk kemudian mulai membuat narasi cerita yang akan mengalir dalam bentuk storyline. Storyline akan diperkuat dengan storyboard yang menggambarkan setiap frame (bingkai) cerita. Tahap selanjutnya adalah pengumpulan gambar/ audio/ video yang dapat diperoleh dengan mengunduh dari sumber yang disediakan atau membuat sendiri untuk orisinalitas. Bahan-bahan ini akan digabungkan dan disesuaikan antar gambar, narasi dan suara.
- 4) Pada era digital seperti saat ini, manajemen pemasaran banyak melakukan perubahan yang mampu membuat usaha tetap bertahan di era digital. Tentunya setiap perubahan dilakukan dengan penyesuaian manajemen pemasaran di era digital. Pelaksanaan, pengelola Jamu “Mitra Sehat” Kiringan memutuskan bagaimana untuk mencapai tujuan melalui strategi yang efektif dan kreatif. Pemasar memilih bauran pemasaran (4P), strategi manajemen dan strategi lain untuk mencapai tujuan rencana dan kemudian menyusun rencana pelaksanaan (*Implementation Plan*).



Gambar 5. Pelatihan pemasaran *live streaming* di media sosial Instagram

Pendampingan teknis pemasaran secara *live streaming* dan *online* bagi anggota pengelola Jamu “Mitra Sehat” Kiringan, secara khusus pemasaran batik pada media sosial dan official store di marketplace Jamu “Mitra Sehat” Kiringan. Pemasaran menjadi satu bagian dalam proses belanja masyarakat secara daring, secara khusus pada proses pencarian.

5. KESIMPULAN

Dari pelaksanaan pengabdian masyarakat program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kemandirian dan peningkatan kepercayaan diri anggota dan pengurus Jamu Gendhong “Mitra Sehat” dalam pengembangan dan pengelolaan konten visual dan komunikasi pemasaran berbasis multimedia sebagai sarana pengembangan *e-marketing* sangat diperlukan.
2. Dampak yang timbul sebagai akibat dari kegiatan-kegiatan pada tahap I ini adalah: a) Pengurus tersadar akan permasalahan lemahnya konten visual dan komunikasi produk jamu gendhong “Mitra Sehat” b) Pengurus termotivasi memproduksi konten visual dan komunikasi *multimedia* sebagai sarana penguatan *E-Marketing* dan

c) Peningkatan cara berpikir pengurus terkait pemanfaatan teknologi multimedia dengan memberi contoh hasil foto produk yang telah dilakukan tim PKM.

3. Kegiatan yang telah dilakukan pada tahap pendampingan teknik produksi konten visual-multimedia, pendampingan komunikasi pemasaran produk secara *live streaming* di media sosial Instagram.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua anggota kelompok pengrajin Jamu Gendong Kiringsn Bantul yang telah meluangkan waktu dan bekerja sama dalam proses pendampingan ini. Terima kasih juga diucapkan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRTPM) Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dana hibah untuk pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan kontrak induk Nomor 101/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 dan Nomor Kontrak Turunan 217/UN62.21/DT.06.01/2024. Terima kasih juga diucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, N. (2018). *Strategies for successful entry of Bandung creative SMES in foreign market (case study: little bandung in korea)*. Matrik Jurnal Manajemen Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan, 41. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i01.p05>
- Awonuga, K. (2024). *Driving sustainable growth in sme manufacturing: the role of digital transformation, project, and capture management*. International Journal of Science and Research Archive, 11(1), 2012-2021.

- <https://doi.org/10.30574/ijsra.2024.11.1.0270>
- Bahukeling, T. (2024). *Digital marketing alliance on small medium enterprises (smes): a systematic literature review*. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.1.199>
- Cantillo, J., Martín, J., & Román, C. (2020). *Discrete choice experiments in the analysis of consumers' preferences for finfish products: a systematic literature review*. *Food Quality and Preference*, 84, 103952. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.103952>
- Emini, A. and Merovci, S. (2021). *Do-it-yourself marketing and digital marketing adoption: evidence from a developing country*. *Business Systems Research Journal*, 12(2), 1-16. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2021-0016>
- Giakomidou, D., Kriemadis, A., Nasiopoulos, D., & Mastrakoulis, D. (2022). *Re-engineering of marketing for smes in energy market through modeling customers' strategic behavior*. *Energies*, 15(21), 8179. <https://doi.org/10.3390/en15218179>
- Kurniawati, E., Idris, I., Handayati, P., & Osman, S. (2021). *Digital transformation of msme in indonesia during the pandemic*. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 316-331. [https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2\(21\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2021.9.2(21))
- Pambreni, Y. (2023). *Mediating intellectual capital on digital marketing for marketing performance improvement of copper-brass creative industry smes*. *Techno-Socio Ekonomika*, 16(2), 209. <https://doi.org/10.32897/techno.2023.16.2.2822>
- Patria, H., Arayhan, A., Alam, M., Mulyadi, A., & Setyarko, A. (2023). *The influences of digital technology, digital literacy, and digital marketing on the performance of smes in Bekasi*. *Cakrawala Repositori Imwi*, 6(1), 401-419. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.235>
- Sudari, S. (2024). *Relationship marketing and digital marketing on competitive advantage in enhancing smes marketing performance at semarang regency*. *Jambura Science of Management*, 6(1), 41-50. <https://doi.org/10.37479/jsm.v6i1.22551>
- Vuttichat, S. (2023). *Causal Relationship Model Of Marketing Innovation And Competitiveness Of Small And Medium Enterprises (Smes) With Digital Technologies In Thailand*. *F1000research*, 12, 1040. <https://doi.org/10.12688/f1000research.138941.1>
- Wahyuni, Efa. (2021) *Penerapan Standard Operation Procedure (SOP) Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Aa Bento Kelurahan Ujung Menteng Jakarta Timur*. *Jurnal Andhara*, Vol 1 No 1, Mei 2021.
- Yuliana, Irma. (2018) *Berkreasi Dengan Digital Storytelling sebagai Alternatif Strategi Pembelajaran*, Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan dan Menggembirakan (The Second Progressive and Fun Education Seminar).. ISBN: 978-602-361-102-7