

# **Pelatihan Produksi Djamoce Mace dan Strategi Pemasaran Produk di Kelurahan Matalamagi**

**Retno Dewi Wijastuti<sup>1</sup>, Susetyowati Sofia<sup>2</sup>, Bekti Wiji Lestari<sup>3</sup>, Nur Aeni Waly<sup>4</sup>**

<sup>1, 2, 3, 4.</sup> Universitas Muhammadiyah Sorong, Indonesia

Email: [retnodewi@um-sorong.ac.id](mailto:retnodewi@um-sorong.ac.id)

## **ABSTRAK**

Hasil perkebunan yang cukup melimpah seperti kunyit, jahe, sereh dan lainnya, dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Namun masyarakat setempat terutama para ibu rumah tangga belum memiliki ketrampilan dan pengetahuan dalam memanfaatkan bahan tersebut menjadi produk yang memiliki nilai jual dan strategi dalam memasarkan produk tersebut. Peserta kegiatan pelatihan adalah para ibu rumah tangga di Kelurahan Matalamagi sebanyak 21 orang. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dengan cara menyampaikan materi, praktik langsung membuat jamu dari bahan seperti kunyit, jahe, sereh, dilanjutkan dengan diskusi. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peserta mampu mempraktikkan produksi jamu dan memahami hal-hal yang terkait pemasaran dari sisi produk, penetapan harga, kemasan yang menarik, merek, distribusi, dan tempat untuk memasarkan.

**Kata kunci:** Pelatihan, Produksi Jamu, Strategi Pemasaran Produk

## ***Djamoe Mace Production Training and Product Marketing Strategy in Matalamagi village***

## **ABSTRAK**

Plantation products that are quite abundant, such as turmeric, ginger, lemongrass and others, can increase the economic growth of the community. However, the local community, especially housewives, does not yet have the skills and knowledge in utilizing these materials into products that have a selling value and strategy in marketing the product. The participants of the training activity were 21 housewives in Matalamagi village. The method used in this service is training by delivering material, direct practice of making herbal medicine from ingredients such as turmeric, ginger, lemongrass, followed by discussions. The results of the service showed that participants were able to practice herbal medicine production and understand matters related to marketing in terms of products, pricing, attractive packaging, brands, distribution, and places to market.

**Keywords:** Training, Herbal Medicine Production, Product Marketing Strategy

## **PENDAHULUAN**

Kota Sorong merupakan salah satu kota di provinsi Papua Barat. Memiliki letak strategis karena menjadi pintu keluar masuk dan transit ke provinsi Papua Barat. Selain itu, kota Sorong juga merupakan kota industri, perdagangan dan jasa, karena dikelilingin oleh kabupaten-kabupaten dengan sumber daya alam yang sangat potensial. Berdasarkan RPJMN (Rencana Peembangunan jangka Menengah Nasional) 2015-2019, Kota Sorong merupakan kota yang termasuk dalam lokasi prioritas pengembangan kegiatan industri pengolahan seperti bahan tambang, hasil perikanan serta hasil hutan atau perkebunan.

Komoditi unggulan kota Sorong yaitu sector pertanian, perkebunan, dan jasa, jika dilihat dari iklim dan juga wilayah, kota sorong memang sangat berpotensi dalam menghasilkan sumber daya alam yang melimpah. Salah satu hasil perkebunan yang melimpah yaitu jahe, kunyit, kencur, lengkuas, hingga tanaman-tanaman obat lainnya. Menyadari peluang ini, kami mencoba untuk menggunakan sumber daya tersebut menjadi produk yang bermanfaat yakni minuman tradisional

jamu.

Jamu adalah sebutan untuk obat tradisional dari Indonesia, jamu dibuat dari bahan-bahan alami, berupa bagian dari tumbuh-tumbuhan seperti rimpang (akar-akaran), daun-daunan, kulit batang dan buah (Biofarmaka IPB, 2013). Jamu sendiri telah dikenal dikalangan masyarakat sebagai minuman obat yang dapat mengatasi berbagai penyakit dan menjaga kondisi tubuh. Masyarakat sendiri telah mengkonsumsi jamu sejak dahulu hingga sekarang. Ada yang membuat jamu sendiri di rumah untuk dikonsumsi langsung dan ada juga yang membeli dari para pedagang jamu tradisional.

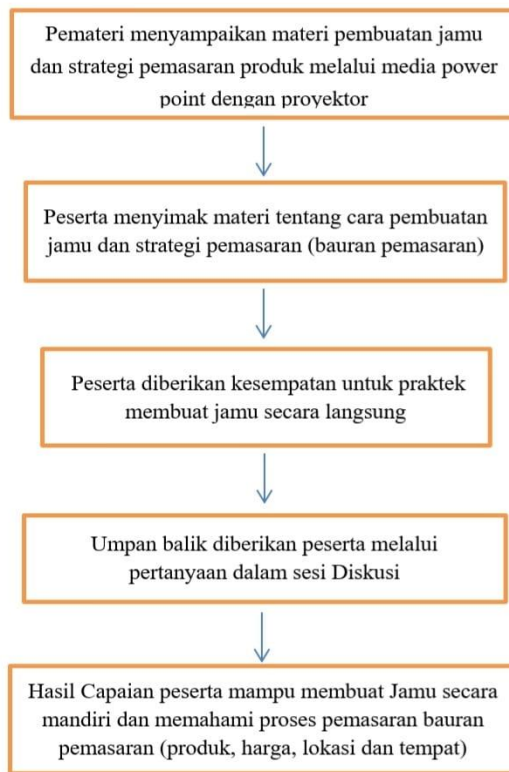
Kelurahan Matalamagi merupakan salah satu wilayah di kota Sorong yang memiliki hasil perkebunan yang cukup melimpah seperti kunyit, jahe dan sereh, berdasarkan observasi yang dilakukan pada masyarakat di kelurahan Matalamagi, terutama bagi para ibu rumah tangga yang mempunyai keinginan untuk dapat mengolah hasil perkebunan menjadi produk yang bernilai, yang dapat menambah pendapatan keluarga, tetapi para ibu rumah tangga masih belum memiliki pengetahuan tentang bagaimana mengelola hasil perkebunan tersebut

Permasalahan yang dihadapi ibu rumah tangga di kelurahan Matamalagi : (1) Bahan – bahan pembuatan jamu seperti kunyit, jahe dan sereh cukup melimpah, namun ketrampilan para ibu rumah tangga masih sangat minim dalam membuat produk jamu, (2) Bagaimana membuat produk jamu yang lebih kekinian sehingga memiliki nilai jual yang tinggi, (3) Bagaimana strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk jamu, dilihat dari sisi produk, penetapan harga, kemasan yang menarik, merek, distribusi, dan tempat untuk memasarkan. Menurut Syaf'i (2019) untuk meningkatkan hasil produksi jamu tradisional ada dua poin penting yang harus diperhatikan yaitu pengemasan dan pemasaran.

Menurut Lingga dan Fadilaturrahmah (2018), pelatihan dan praktek pembuatan jamu instan kepada para penjual dan peracik jamu akan menghasilkan peningkatan kemampuan memproduksi jamu instan secara mandiri dari TOGA sebagai peluang jamu instan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan para penjual. Berdasarkan permasalahan yang ada maka perlu mengadakan pelatihan produksi Djamoé Mace dan strategi pemasaran produk di kelurahan Matalamagi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Tempat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah di Kelurahan Matalamagi, Distrik Sorong Utara, Kota Sorong, Papua Barat. Kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh ibu rumah tangga sebanyak 21 orang. Berikut adalah gambar alur metode pelaksanaan Pelatihan Produksi Djamoé Mace dan Strategi Pemasaran Produk di Kelurahan Matalamagi.



**Gambar 1.** Alur Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

## HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

### Persiapan membuat jamu dengan bahan-bahan hasil perkebunan

Bahan- bahan membuat jamu kunyit asam : kunyit, jahe, sereh, asam jawa, gula merah, gula putih, garam dan air secukupnya. Jamu beras kecur : beras, kencur, sereh, gula merah, gula putih, garam dan air secukupnya



**Gambar 2.** Bahan Jamu Beras Kencur dan Kunyit Asam

### Proses Produksi Jamu

Pembuatan jamu tradisional umumnya dilakukan dengan menghaluskan bahan ramuan jamu, kemudian merebus hingga mendidih, jika sudah matang segera dinginkan, disaring dan jamu siap diminum.



**Gambar 3.** Proses pembuatan jamu

1. Pelatihan proses pemasaran produk jamu, meliputi produk bernilai jual, penetapan harga, kemasan yang menarik, merek (contoh: Djamoe Mace), distribusi, dan tempat untuk memasarkan.



**Gambar 4.** Merek dan kemasan Djamoe Mace

2. Menggunakan Strategi Bauran Pemasaran dalam memasarkan produk Djamoe Mace  
Menurut Kotler dan Keller (2016) Bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang terbagi dalam 4P yaitu (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Bauran pemasaran dapat digunakan oleh suatu badan usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran.
3. Diskusi peserta dan pemateri berkaitan dengan peluang dan hambatan dalam pemasaran produk.



**Gambar 5.** Proses Diskusi

## **SIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema Pelatihan Produksi Djamoe Mace dan Strategi Pemasaran Produk di Kelurahan Matalamagi Sorong telah dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada peserta yang secara langsung mempraktikkan bagaimana membuat jamu dengan memanfaatkan hasil perkebunan yang tersedia, peserta juga mendapatkan pengetahuan tentang hal-hal yang terkait pemasaran dari sisi produk yang berkualitas, penetapan harga bersaing, kemasan yang menarik, merek, label, distribusi langsung dan tak langsung, dan tempat untuk memasarkan baik secara konvensional maupun online.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian ini, kepada seluruh tim dan pihak kelurahan Matalamagi serta Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Biofarmaka IPB (2013). Quality of Herbal Medicine Plants and Traditional Medicine. <http://biofarmaka.ipbac.id/brc-news/brc-article/587-quality-of-herbal-medicine-plants-and-traditional-medicine-2013>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2016). Marketing Management 15 th Edition. Pearson Education, Inc.
- Lingga, H.N, Fadilaturrahmah, E.S (2018). Pelatihan Pembuatan Jamu Instan Sebagai Diversifikasi Produk Pengrajin Jamu di Kampung Pejabat Kelurahan Loktabat Selatan Banjarbaru. Jurnal Medite, 3(1), hal. 1-4.
- Syafi'i (2019). Pemasaran Jamu Menggunakan Kemasan Praktis Siap Minum dengan Branding Tren Masa Kini. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat (JP2M), 1 (1), hal 35-41