



## **Optimalisasi Pemberdayaan Usaha 'Jamu Coro MBA Ida' sebagai Perwujudan UMKM Go Digital di Desa Temuroso**

**M. Burhan Rubai Wijaya<sup>1</sup>✉, Morinda Salwa Oktriana<sup>2</sup>, Nawang Wulan Sari<sup>3</sup>,  
Lutfiyah Aprilliana<sup>4</sup>, Anggita Sonyaruri<sup>5</sup>**

<sup>1</sup>Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

<sup>2</sup>Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang

<sup>3</sup>Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi,  
Universitas Negeri Semarang

<sup>4</sup>Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang

<sup>5</sup>Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni,  
Universitas Negeri Semarang

[burhan.rubai@mail.unnes.ac.id](mailto:burhan.rubai@mail.unnes.ac.id)

**Abstrak.** Penelitian yang membahas tentang pengabdian melalui kegiatan pemberdayaan dan pendampingan UMKM unggulan di Desa Temuroso, Kabupaten Demak, yakni usaha Jamu Coro milik MBA Ida menggunakan teknologi digital sesuai perkembangan zaman dewasa ini. Tujuan dari penelitian berikut ini adalah untuk mendorong terciptanya pengembangan desa berkelanjutan dengan hadirnya peningkatan UMKM *go* digital sekaligus dapat mendorong peningkatan perekonomian masyarakat di desa tersebut. Penelitian ini ditulis menggunakan Metode Penelitian Tindakan Partisipatif yang terdiri atas 3 tahapan, yaitu identifikasi masalah, perencanaan tindakan, implementasi, hingga evaluasi dan refleksi. Beberapa hasil dari pembahasan ini, yaitu (1) pendampingan dan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM; (2) peningkatan *branding* produk Jamu Coro MBA Ida; (3) pembuatan titik lokasi Google Maps tempat usaha; (4) pengadaan akun dan konten media sosial Instagram; serta (5) pembuatan *banner* nama usaha. Pembuatan artikel ini diharapkan dapat mendukung dalam meningkatkan UMKM lokal agar mampu bersaing sekaligus mampu menjaga kelestarian produk berbudaya di Indonesia.

**Kata Kunci:** Desa, Digitalisasi, Jamu, UMKM, Pemberdayaan

**Abstract.** This research discusses devotion through empowerment and mentoring activities for superior MSMEs in Temuroso Village, Demak Regency, namely MBA Ida's Jamu Coro business using digital technology in accordance with current developments. The purpose of the following research is to encourage the creation of sustainable village development with the presence of increasing MSMEs going digital while also being able to encourage an increase in the economy of the community in the village. This research was written using the Participatory Action Research Method which consists of 3 stages, namely problem identification, action planning, implementation, to evaluation and reflection. Some of the results of this discussion are (1) mentoring and digital marketing training for MSME actors; (2) increasing the branding of MBA Ida's Jamu Coro product; (3) creating a Google Maps location point for the place of business; (4) procuring Instagram social media accounts and content; and (5) creating a business name banner. The creation of this article is expected to support the improvement of local MSMEs so that they are able to compete while being able to maintain the sustainability of cultural products in Indonesia.

**Keywords:** Village, Digitalization, Jamu, MSMEs, Empowerment

## Pendahuluan

Berkembangnya teknologi yang semakin pesat di Indonesia selama kurun waktu terakhir didukung dengan peningkatan aksesibilitas internet yang diterima oleh Masyarakat. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) sebesar 77,02% masyarakat di Indonesia dengan lebih dari 215 juta, telah menggunakan internet secara aktif setiap harinya. Dengan adanya peningkatan angka tersebut, menyebabkan beberapa perubahan dalam sektor ekonomi khususnya pada peningkatan pemesanan online melalui media sosial dan *e-commerce*. Perkembangan teknologi tersebut, juga berdampak signifikan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Yang mana pelaku UMKM harus dapat mengikuti perkembangan zaman agar mampu membantu pertumbuhan perekonomian dalam daerah tersebut (Akhmad & Purnomo, 2021).

Berkembangnya teknologi tersebut, seharusnya pelaku UMKM dapat lebih luas dalam menjangkau pangsa pasar dengan menjajakan barang yang mereka hasilkan ke platform jual beli *online* atau melalui media sosial yang mana hal tersebut merupakan bentuk promosi terjangkau bagi pelaku UMKM (Halim, 2020). Namun, terdapat tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut. Salah satunya yakni pemahaman atau pengetahuan mereka tentang teknologi. Sebagaimana memanfaatkan secara maksimal teknologi tersebut bagi perkembangan usaha yang mereka jalankan. Oleh karena itu, dengan dorongan perkembangan teknologi digital, maka diperlukan adanya pemberdayaan pada UMKM agar ke depannya mampu bersaing dengan kompetitor-kompetitor lain seiring berkembangnya zaman (Pratama et al., 2023).

Pada artikel ini, penulis mengangkat tema Pemberdayaan UMKM di Desa Temuroso dengan beberapa sektor UMKM mumpuni yang tak sedikit berkontribusi terhadap perekonomian di desa tersebut. Desa Temuroso yang terletak di Kecamatan Guntur, Kabupaten Demak ini memiliki potensi ekonomi yang besar (Junaid, 2023). Salah satunya melalui keberadaan UMKM Jamu Coro sebagai UMKM unggulan desa yang telah menjadi andalan masyarakat dalam sektor kesehatan dan herbal tradisional. Produk Jamu Coro dikenal karena menggunakan bahan-bahan alami yang diolah dengan metode tradisional dan tidak hanya mempertahankan kualitas tetapi juga khasiatnya. Dengan tingginya potensi tersebut, maka diperlukan perwujudan *branding* yang kuat dengan pemasaran efektif agar jamu coro dapat menembus pangsa pasar dan membawa nama usaha lokal desa Temuroso. Selain itu, mampu merambah ke panggung yang lebih luas sekaligus melestarikan tradisi dan budaya kesehatan alami khas Demak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka diperlukan upaya untuk memperluas pangsa pasar produk lokal tradisional Jamu Coro yang ada di desa Temuroso. Cara yang dilakukan adalah kegiatan pemberdayaan dan pendampingan UMKM agar dapat bersaing dan tidak ketinggalan zaman. Melalui Pemberdayaan UMKM *Go* Digital ini, diharapkan dapat menciptakan pengembangan desa yang berkelanjutan dan bisa digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan sektor lainnya.

## Metode Pelaksanaan

### Pendekatan Penelitian Pengabdian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) atau Penelitian Tindakan Partisipatif (Masunah et al., 2021). Pendekatan ini dipilih karena melibatkan partisipasi aktif Pemilik Usaha Jamu Coro di Desa Temuroso dalam setiap tahapan penelitian,

mulai dari identifikasi masalah, perencanaan tindakan, hingga evaluasi hasil. Pendekatan ini bertujuan untuk memberdayakan jamu coro dan jangkauan pemasarannya yang lebih luas (Rifa'i, 2023).

### **Lokasi dan Subjek Pengabdian**

Lokasi pengabdian ini adalah Desa Temuroso, yang terletak di Desa Temuroso RT 05 RW 05, Kecamatan Guntur, Kabupaten Demak. Subjek pengabdian adalah masyarakat Desa Temuroso, khususnya para pembuat jamu coro, tokoh masyarakat yang berperan aktif dalam pengembangan produk herbal di desa tersebut.

### **Tahap Pelaksanaan Pengabdian**

Pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi Masalah dan Kebutuhan (*Assessment*)
  - Kegiatan: Dilakukan identifikasi masalah melalui diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*) dengan masyarakat Desa Temuroso untuk memahami kendala yang mereka hadapi dalam pembuatan dan pemasaran jamu coro. Kegiatan ini juga melibatkan survei sederhana untuk mengumpulkan data terkait potensi pengembangan produk (Kusumayadi et al., 2021).
2. Tahap Perencanaan Tindakan
  - Kegiatan: Bersama masyarakat, peneliti menyusun rencana tindakan yang mencakup pelatihan peningkatan kualitas jamu, pengemasan produk, serta strategi pemasaran. Rencana ini disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang telah dilakukan.
3. Tahap Implementasi
  - Kegiatan: Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan langsung kepada masyarakat terkait proses pembuatan jamu yang higienis, teknik pengemasan yang menarik, dan penggunaan media sosial untuk pemasaran. Selain itu, dilakukan juga uji coba pemasaran produk di pasar lokal.
4. Tahap Evaluasi dan Refleksi
  - Kegiatan: Setelah implementasi, dilakukan evaluasi bersama masyarakat untuk menilai keberhasilan program yang telah dilakukan. Evaluasi ini dilakukan melalui diskusi terbuka, hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan program lebih lanjut.

## **Hasil Dan Pembahasan**

### **Pelaksanaan Pengabdian**

Pelaksanaan Pengabdian dalam hal pemberdayaan usaha lokal tradisional Jamu Coro di desa Temuroso ini sebagai perwujudan UMKM *Go Digital* yang bertujuan untuk memajukan UMKM khususnya UMKM unggulan di desa Temuroso pada era digitalisasi ini. Bentuk pengabdian ini berupa pengintegrasian teknologi digital dalam proses bisnis Jamu Coro yang dikelola oleh Mbak Ida selaku pemilik usaha yang sudah berjalan dari 4 generasi dan dapat bertahan hingga saat ini. Tim UNNES GIAT 9 Desa Temuroso mengajak Mbak Ida untuk memanfaatkan platform digital seperti *e-commerce* dan media sosial agar Jamu Coro dapat memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Berkat adanya kegiatan pemberdayaan UMKM yang telah dilakukan oleh Tim GIAT 9 selama kurang lebih 1 bulan ini diharapkan dapat membantu Jamu Coro meningkatkan visibilitas dan eksistensinya di dunia maya. Yang mana hal tersebut sangat penting, mengingat tren belanja *online* yang terus meningkat, terutama di kalangan konsumen pencari produk herbal dan alami. Dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM Jamu Coro tidak hanya dapat mempertahankan eksistensinya, tetapi juga dapat bersaing secara kompetitif dengan produk-produk sejenis dari berbagai daerah. Selain itu, keberhasilan ini akan memberikan inspirasi serta contoh bagi UMKM lain di Desa Temuroso dan sekitarnya untuk mengikuti jejak yang sama, sehingga mampu mendorong perubahan ekonomi lokal secara keseluruhan (Krisnawati & Hussein, 2020).

### **Gambaran Kegiatan Pengabdian**

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yang terstruktur. Tahap pertama adalah *assessment*, di mana dilakukan analisis mendalam terhadap kondisi awal usaha Jamu Coro Mb Ida, termasuk potensi, tantangan, dan kesiapan digitalisasi yang dilaksanakan secara *door to door*. Hasil *assessment* ini menjadi dasar untuk merancang pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik usaha tersebut. Tahap kedua adalah kegiatan inti pelatihan, yang berfokus pada peningkatan keterampilan digital dan pemasaran. Dalam tahap ini, mitra diberikan informasi mengenai digital marketing, *branding* produk, dan pembuatan titik lokasi pada Google Maps untuk memperluas jangkauan pasar.

Pelatihan ini dilakukan secara interaktif dan aplikatif, dengan simulasi dan praktik langsung untuk memastikan pemahaman yang optimal. Tahap terakhir adalah evaluasi pascakegiatan untuk memastikan penerapan pengetahuan dan keterampilan yang telah diajarkan. Evaluasi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana pelatihan akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha dan mengidentifikasi area yang masih memerlukan perbaikan atau dukungan tambahan lain.

### **Hasil Kegiatan**

#### **1. Pendampingan dan Pelatihan *Digital Marketing***

Pendampingan dan pelatihan digital marketing merupakan langkah awal yang krusial dalam mengoptimalkan pemberdayaan usaha Jamu Coro Mb Ida. Melalui pelatihan ini, mitra diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran digital di era modern. Pelatihan mencakup dasar-dasar pemasaran *online*, mulai dari cara mengidentifikasi target pasar, hingga strategi untuk meningkatkan interaksi dan konversi penjualan melalui platform digital (Hidayatullah, 2024).

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman mitra terhadap penggunaan media digital sebagai sarana promosi. Mitra mampu membuat konten pemasaran yang lebih menarik dan relevan bagi target pasar. Selain itu, terdapat peningkatan interaksi dari pelanggan melalui platform media sosial, yang menjadi bukti keberhasilan dalam mengaplikasikan ilmu digital marketing yang telah dipelajari.

#### **2. Peningkatan *Branding* Produk Jamur Coro Mb Ida**

*Branding* merupakan aspek penting dalam memperkuat identitas produk Jamu Coro Mb Ida. Dalam pendampingan ini, dilakukan analisis terhadap elemen-elemen *brand* yang sudah ada, kemudian dilakukan perbaikan dan pengembangan agar lebih sesuai dengan citra yang ingin dibangun.

Pendampingan ini menghasilkan logo baru yang lebih modern dan mencerminkan esensi dari produk jamu yang alami dan tradisional. Selain itu, *tagline* baru yang lebih menarik dan

mudah diingat juga berhasil dirumuskan. Mitra juga diberikan pemahaman tentang cara menjaga konsistensi *branding* dalam semua bentuk komunikasi pemasaran, baik secara *online* maupun *offline*.

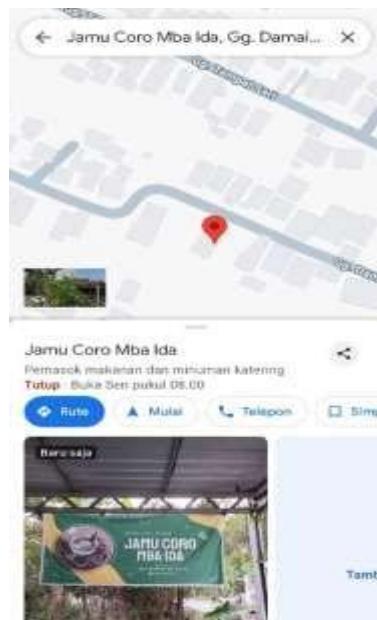


**Gambar 1.** Logo Jamur Coro Mba Ida  
(Sumber; Penulis, Desember 2024)

### 3. Pembuatan Titik Lokasi *Google Maps* Tempat Usaha

Pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps menjadi salah satu langkah strategis dalam mempermudah calon pelanggan menemukan lokasi Jamu Coro Mba Ida. Dengan terdaftarnya lokasi ini di Google Maps, pelanggan dapat dengan mudah menemukan dan mengunjungi tempat usaha Mitra.

Hasil dari peningkatan visibilitas usaha di platform digital. Berdasarkan data yang diperoleh dari Google My Business, ada peningkatan jumlah kunjungan ke lokasi usaha, yang mana sebelumnya sulit ditemukan oleh pelanggan karena keterbatasan informasi lokasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembuatan titik lokasi di Google Maps sangat efektif dalam meningkatkan aksesibilitas usaha.



**Gambar 2.** Lokasi Usaha di Google Maps  
(Sumber; Penulis, Desember 2024)

#### 4. Pengadaan Akun dan Konten Media Sosial Instagram

Pembuatan akun dan konten media sosial di Instagram dilakukan untuk memaksimalkan jangkauan pemasaran produk Jamu Coro Mbida kepada *audiens* yang lebih luas. Konten yang dibuat sengaja difokuskan pada tampilan visual produk, testimoni pelanggan, serta informasi terkait manfaat jamu dan tradisi lokal.

Hasilnya, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengikut dan interaksi di akun Instagram usaha ini. Postingan yang dibuat berhasil menarik perhatian lebih banyak pengguna, serta meningkatkan *branding* Jamu Coro Mbida. Konten yang konsisten dan menarik telah membantu mitra membangun komunitas *online* yang aktif.



**Gambar 3.** Media Sosial dan Konten Promosi  
(Sumber; Penulis, Desember 2024)

#### 5. Pembuatan *Banner* Nama Usaha

Pembuatan *banner* nama usaha bertujuan untuk meningkatkan identitas visual dari Jamu Coro Mbida di lokasi fisik usahanya. *Banner* yang dibuat didesain menggunakan warna dan elemen visual yang mencerminkan *branding* baru yang telah dikembangkan dan disesuaikan.



**Gambar 4.** *Banner* Nama Usaha  
(Sumber; Penulis, Desember 2024)

*Banner* ini dipasang di depan lokasi usaha, membuatnya lebih mudah dikenali oleh pelanggan yang melintas. Pembuatan banner ini juga membantu memperkuat kehadiran visual usaha di lokasi fisik untuk mendukung upaya pemasaran online yang telah dilakukan. Hasilnya, ada peningkatan jumlah pengunjung yang datang langsung ke lokasi usaha setelah pemasangan *banner*. Hal itu menunjukkan bahwa visualisasi yang menarik mampu menarik perhatian pelanggan secara efektif.

## **Simpulan**

Penelitian berupa pengabdian ini dilakukan guna mendorong terbentuknya eksistensi UMKM unggulan 'Jamu Coro Mbak Ida' di Desa Temuroso. Kegiatan pengabdian direalisasikan melalui aksi dalam mengoptimalkan pemberdayaan pelaku UMKM berupa (1) pendampingan dan pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM; (2) peningkatan branding produk Jamu Coro Mbak Ida; (3) pembuatan titik lokasi Google Maps tempat usaha; (4) pengadaan akun dan konten media sosial Instagram; serta (5) pembuatan banner nama usaha. Pembentukan *branding* produk tersebut didukung dengan visualisasi dari adanya era digital dalam memaksimalkan penyebaran promosi hingga ke dunia maya. Berkat beragam kegiatan yang telah diimplementasikan, terbukti bahwa minat jual produk jamu coro semakin meningkat pesat. Diharapkan dalam waktu panjang, produk tersebut senantiasa terjaga kelestariannya dan mampu bersaing di pangsa pasar yang lebih bervariasi.

## **Referensi**

- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Hidayatullah, R. (2024). Seni Tradisi Indonesia dan Tantangan Masyarakat Global. *Grenek Music Journal*, 13(1), 107. <https://doi.org/10.24114/grenek.v13i1.57012>
- Junaid, I. (2023). Tantangan dan Strategi Pengelolaan Desa Wisata : Perspektif Peserta Pelatihan Pariwisata. *Journal of Mandalika Review*, 2(2), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.55701/mandalikaTantangan>
- Krisnawati, K., & Hussein, R. (2020). Upaya Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Sosio Informa*, 2(2), 137–154. <https://doi.org/10.33007/inf.v2i2.235>
- Kusumayadi, F., Munandar, A., & Muhsanan, M. (2021). Pengembangan Ekowisata Diwu Wau Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Maria Kecamatan Wawo Kabupaten Bima. *IPMAS*, 1(1), 25–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.30605/jld.1.1.2021.27>
- Masunah, J., Nugraheni, T., & Sunaryo, A. (2021). Pemberdayaan Komunitas Seni Melalui Produksi Pertunjukan Berbasis Kearifan Lokal Untuk Penguatan Desa Wisata. *Jurnal Abmas*, 21(1), 1–10. <https://ejurnal.upi.edu/index.php/ABMAS/article/view/35470>

Pratama, I., Suria, O., Chandra, A. Y., & Prasetyaningrum, P. T. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Mendukung Perkembangan UMKM (Nyong Group). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(2), 269–274. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.991>

Rifa'i, Y. (2023). Analisis Metodologi Penelitian Kulitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset. *Cendekia Inovatif Dan Berbudaya*, 1(1), 31–37. <https://doi.org/10.59996/cendib.v1i1.155>