

PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN DALAM MEMPERKUAT PEMASARAN DAN PRODUKSI MINUMAN SEGAR PUTRI AYU SEMARANG

**Maria Yosephine Dwi Hayu Agustini¹, Dyah Titisari Anugraheni²,
Chatarina Yekti Prawihatmi³**

¹Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Soegijapranata Catholic University,
Jalan Pawiyatan Luhur IV/1, Bendan Duwur, Semarang

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Soegijapranata Catholic University,
Jalan Pawiyatan Luhur IV/1, Bendan Duwur, Semarang

³Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Soegijapranata Catholic University,
Jalan Pawiyatan Luhur IV/1, Bendan Duwur, Semarang

¹e-mail: hayu@unika.ac.id

Abstrak

Pemasaran dan produksi merupakan masalah utama yang dihadapi usaha minuman Segar Putri Ayu yang menghasilkan kunir asam, beras kencur, temulawak, gula asam, dan wedang rempah. Permasalahan utama pemasaran berkaitan dengan penurunan penjualan yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan biaya sekolah anak. Sedangkan produksi tidak efisien dan efektif dalam hal waktu karena keterbatasan alat produksi. Program pengabdian ini diarahkan memperkuat pemasaran dan produksi dengan menggunakan metode *mentoring* dan *training*. Program pemasaran mencakup pendampingan pembuatan *Instagram*, pelatihan pembuatan proposal penawaran bisnis kepada instansi-instansi, dan pengiriman pelatihan desain kemasan dan bazar. Produksi diperkuat dengan menambah alat produksi dan pemberian bantuan pinjaman modal kerja untuk mencapai target produksi. Evaluasi dari mitra dalam bentuk dialog terkait dengan manfaat dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa program pengabdian dinilai memberi manfaat dalam memperkuat pemasaran dan meningkatkan produksi di mana mitra dapat memasarkan produk secara lebih luas melalui *Instagram* dan mampu menghasilkan produk lebih banyak dalam waktu produksi yang relatif sama.

Kata Kunci: minuman segar putri ayu, kunir asam, beras kencur, pemasaran, produksi.

Abstract

Marketing and production are the main problem of Usaha Minuman Segar Putri Ayu producing kunir asam, kunir asam daun sirih, beras kencur, temulawak, gula asam, dan wedang rempah. The major problem in marketing relates to downward sales that influence fulfilment of daily needs and school fee of the children. Production is inefficient and ineffective in terms of time due to limited in the production equipments. This program aims at strengthening marketing and production using the method of mentoring and training. The marketing programs cover mentoring on creating Instagram account, training on making business proposal to offer the products to institutions, sending to a packaging redesign training and bazar. Production was strengthened by adding production equipments and giving soft loan for working capital used to reach the targeted number of productions. The partner's evaluation given in a dialog with the team indicates that the program gives benefits in strengthening the marketing and increasing production in which the partner can promote the product wider using Instagram and is able to produce more products in a particular time of production.

Keywords: *Putri Ayu fresh drinks, tamarind turmeric, kencur rice, marketing, production.*

PENDAHULUAN

Minuman Segar Putri Ayu yang berdiri pada 2002 memproduksi ‘jamu tradisional’. Namun sesuai dengan ketentuan pemerintah pada saat pengajuan perizinan Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) (Administrator, 2019), produk ini dikategorikan sebagai minuman kesegaran. Minuman yang dihasilkan meliputi kunir asam, kunir asam daun sirih, dan beras kencur sebagai produk utama dan yang paling laku serta temulawak, gula asem, dan wedang rempah sebagai produk tambahan. Minuman dikemas dalam botol plastik berukuran 600ml (Gambar 1).



Gambar 1 Produk Minuman Kesegaran Putri Ayu

Usaha ini dijalankan sendiri oleh Maris Putri Kristiani dan dibantu suami. Kemampuan membuat produk minuman ini dipelajari oleh Mitra dari seorang teman yang kemudian dikembangkan sendiri dengan mengacu dari sumber-sumber lain seperti buku atau pengalaman orang lain. Produk minuman racikan yang dihasilkan baru dijual ketika rasa yang dihasilkan dinilai sudah pas dan dianggap memiliki khasiat yang nyata, yaitu bermanfaat bagi kesehatan tubuh (Triyandi, et al., 2022).

Cara produksi yang digunakan untuk menghasilkan produk minuman racikan ini masih sangat sederhana . Produksi dilakukan dengan menggunakan *blender* dan ‘lumpang’ batu untuk menghaluskan bahan-bahan, panci enamel dan kompor rumah tangga untuk proses memasak bahan hingga menjadi produk jadi. Namun, keterbatasan sarana produksi yang dimiliki telah menjadi penghambat kemampuan produksi (Ferdiani, Yudiono, & Murniasih, 2019). Mitra harus

bekerja dengan ekstra waktu untuk memenuhi jumlah produksi pada saat permintaan banyak atau ada pesanan dalam jumlah lebih besar. Hal ini juga disebabkan karena stok produk tidak bisa dibuat mengingat produksi dilakukan tanpa bahan pengawet sebagai komitmen mitra untuk selalu menjaga kualitas dan rasa minuman yang dihasilkan.

Pada saat ini, penjualan rata-rata hanya sebanyak 50 botol per hari. Jumlah ini hanya separo dari penjualan pada masa sebelum pandemi *Covid-19* yang mencapai 100 botol per hari. Cara penjualan yang dilakukan mitra pada masa sebelum pandemi adalah dengan cara menitipkan produknya di kantor, sekolah, universitas, tempat ibadah, acara-acara pesta, dan acara khusus lainnya. Oleh karena dalam masa pandemi tempat-tempat tersebut banyak yang tutup dan tidak beroperasi, penjualan hanya dilakukan berdasar pesanan yang masuk melalui *WhatsApp* dan mitra mengantarkannya ke rumah pemesan secara langsung. Namun demikian, pesanan tidak terjadi setiap hari, sehingga tidak ada pemasukan dari usaha yang merupakan sumber utama penghasilan keluarga untuk membiayai kebutuhan keluarga sehari-hari dan biaya sekolah ketiga anak mitra.

Ketika ada sedikit pelonggaran pembatasan kegiatan sosial, penawaran produk secara aktif dilakukan mitra dengan beberapa cara. Mitra menghubungi satu per satu semua pelanggan yang ada di dalam nomor *WhatsApp* (WA) mitra untuk menawarkan produknya. Mitra juga mendatangi kantor-kantor atau rumah pelanggan yang diketahui sambil membawa produk minumannya. Cara lain adalah dengan berpartisipasi dalam pasar di berbagai kelurahan atau kecamatan yang diadakan oleh pemerintah setempat. Mitra melakukan pengantaran sendiri untuk setiap pesanan yang diterima dengan menggunakan sepeda motor. Walaupun upaya ini mampu menghasilkan penjualan, tetapi cara ini menguras tenaga dan waktu mitra untuk melakukan penawaran, produksi hingga penyampaian produk kepada konsumen.

Sejak masa pembatasan kegiatan sosial ditiadakan, cara berjualan dengan membuka lapak pada beberapa lokasi yang disediakan pemerintah daerah untuk bazar UMKM atau lokasi *car free day* menjadi pilihan mitra untuk memasarkan

produk. Penjualan sebanyak 100 botol per hari seperti sebelum masa pandemi covid-19 menjadi target mitra karena penjualan sebesar ini dinilai mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari keluarga.

Atas dasar kondisi yang dihadapi mitra, dapat diidentifikasi dua permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu produksi dan pemasaran. Keterbatasan teknologi dan sarana produksi menjadi kendala bagi mitra untuk bisa berkembang lebih jauh (Zuhrie, 2018). Mitra masih menggunakan cara produksi yang lebih efektif dan efisien untuk jumlah produksi yang terbatas atau kecil. Cara ini menjadi tidak efektif dan efisien untuk jangka panjang ketika usaha berkembang dan harus melayani pesanan yang lebih banyak di tengah kondisi maraknya *e-commerce* atau penggunaan teknologi pemasaran secara online (Sudaryono, Rahwanto, & Komala, 2020). Mitra belum memikirkan cara produksi atau alternatif teknologi lain yang lebih tepat karena keterbatasan pengetahuan dan modal kerja yang dimiliki (Anisah & Fahman, 2020).

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelanggan diketahui bahwa minuman segar Putri Ayu masih disukai dan dicari pelanggan namun pelanggan tidak bisa lagi menemukan produk minuman Putri Ayu pada tempat-tempat sebelumnya. Selain itu, permintaan potensial juga meningkat karena banyak orang ingin sehat dan berupaya menjaga kesehatannya pada masa dan pasca pandemi ini (Ingsih et al., 2020; Wahyuni, 2020) dengan mengonsumsi produk-produk kesehatan seperti jamu (Khotimah et al., 2022; Waqiah & Panjaitan, 2021). Banyak pelanggan yang menyatakan menyukai rasa minuman segar Putri Ayu ini yang dinilai lebih mantap dibandingkan produk sejenis. Hal ini menjadi potensi keunggulan produk yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan penjualan. Permintaan yang sangat potensial ini belum bisa dijangkau karena keterbatasan yang dimiliki dalam memasarkan dan menjangkau pelanggan. Oleh karena itu, program pengabdian ini dilakukan untuk memperkuat pemasaran dan produksi minuman segar Putri Ayu dengan menggunakan metode *mentoring* dan *training*.

METODE

Pelaksanaan kegiatan disusun dalam empat tahap yang mencakup tahap identifikasi kebutuhan, penyusunan skedul kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi pelaksanaan (Gambar 2). Dalam setiap tahap kegiatan mitra berpartisipasi sebagai: (1) sumber informasi tentang kondisi usaha, kegiatan pemasaran, produksi, dan permasalahan operasional yang dihadapi sebagai *input* bagi penentuan kegiatan yang tepat; (2) konfirmator dan evaluator atas program yang dilakukan terkait dengan kebutuhan dan manfaat yang diperoleh, dan (3) pelaksana dari program.



Gambar 2 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Wawancara dan observasi merupakan metode untuk melakukan identifikasi kebutuhan (Noh, et al., 2021). Bentuk kegiatan dan metode pelaksanaan yang ditentukan bersama mitra pada tahap identifikasi kebutuhan ini adalah seperti pada Tabel 1. Pada tahap identifikasi kebutuhan ini, upaya untuk menyelesaikan permasalahan produksi dan pemasaran ditetapkan bersama dengan mitra. Dari beberapa alternatif upaya yang bisa dilakukan, disepakati upaya untuk menyelesaikan permasalahan produksi dilakukan dengan upaya meningkatkan kemampuan produksi melalui penggunaan alat produksi yang lebih sesuai (Ferdiani et al., 2019), yaitu alat penghalus elektrik sebagai pengganti lumpang, kompor industri sebagai pengganti kompor rumah tangga, dan panci berukuran besar untuk mengolah produk dalam jumlah yang lebih banyak sekaligus. Dengan demikian, produktivitas produksi dapat ditingkatkan (Zuhrie, 2018) Sedangkan untuk memecahkan permasalahan pemasaran diarahkan pada upaya untuk mengatasi keterbatasan kemampuan mitra dalam menjangkau konsumen, terutama secara online (Agustini et al., 2022). Cara *online* digunakan untuk membantu memenuhi target penjualan 100 botol per hari yang belum bisa dicapai

dengan penjualan secara offline dengan membuka lapak pada bazar atau lokasi *car free day*. Cara *online* yang dipilih adalah yang sesuai dengan kemampuan mitra dan diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar (Anisah & Fahman, 2020).

Tabel 1 Bentuk Kegiatan dan Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Bidang Kegiatan	Kegiatan	Metode
Produksi	Peningkatan kapasitas produksi dengan menambah alat produksi	Pendampingan
	Peningkatan kapasitas produksi dengan penambahan modal kerja	Pendampingan
Pemasaran	Pembuatan akun <i>Instagram</i>	Pelatihan
	Pembuatan proposal penawaran ke instansi-instansi	Pendampingan

Untuk mendukung realisasi program yang ditawarkan, seluruh kegiatan akan disusun dalam bentuk skedul pelaksanaan yang ditetapkan dan disepakati dengan mitra di awal program. *Gan chart* akan digunakan untuk maksud tersebut dan untuk memantau perkembangan pelaksanaan metode (Duke, 2022). Kegiatan dialokasikan dalam waktu kurang lebih 8 bulan, mulai dari Oktober 2022 hingga Juli 2023.

Dalam tahapan pelaksanaan, ada beberapa langkah yang dilakukan sebelum sebuah kegiatan yang disepakati pada tahap sebelumnya akan dilakukan. Pertama, konfirmasi kepada mitra dilakukan terlebih dulu paling lambat 1 hari sebelum waktu pelaksanaan kegiatan yang dijadwalkan. Dalam hal ini, mitra dihubungi melalui *chat* WA dan disampaikan tentang kegiatan yang akan dilaksanakan serta waktu pelaksanaannya. Mitra diminta konfirmasinya apakah kegiatan tersebut dapat dilakukan pada waktu sesuai rencana. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa mitra dapat menyediakan waktu untuk melaksanakan kegiatan pendampingan. Dalam hal mitra ada kendala, terutama kendala waktu karena misal ada kegiatan lain atau ada pesanan produk yang harus disiapkan, maka waktu pelaksanaan diserahkan kepada mitra dan tim menyesuaikan waktu. Kedua, kegiatan dilaksanakan pada waktu dan tempat yang telah ditentukan. Kegiatan di bidang produksi dilaksanakan dengan metode pendampingan di mana mitra yang

melaksanakan secara mandiri setelah tim memberikan pemahaman awal. Tim mengamati proses dan memberikan bantuan apabila dibutuhkan. Selain pendampingan, kegiatan di bidang pemasaran juga dilakukan dengan metode pelatihan. Pelatihan diterapkan pada kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan ketrampilan mitra.

Evaluasi atas pelaksanaan kegiatan dilakukan secara periodik untuk mengetahui permasalahan dan kesulitan dalam implementasi kegiatan. Permasalahan yang ditemukan akan dibahas dalam tim untuk menetapkan solusi yang kemudian disampaikan kembali kepada mitra untuk penerapan selanjutnya apabila disepakati mitra. Hal ini dilakukan melalui komunikasi dengan mitra secara langsung atau tidak langsung melalui suatu media, seperti *WhatsApp* (Marlina, Ambarwati, Armandari, Hidayah, & Putri, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Kemampuan Produksi Melalui Penambahan Alat Produksi

Alat elektrik yang dibutuhkan oleh mitra untuk menghaluskan bahan adalah blender. Selama ini mitra hanya memiliki 1 buah blender yang digunakan secara bergantian untuk mengolah semua jenis bahan minuman segar yang dihasilkan. Akibatnya, waktu produksi menjadi lebih panjang untuk menghasilkan jumlah yang lebih banyak (Khotimah et al., 2022). Menurut mitra, jumlah blender yang ideal untuk dimiliki supaya bisa menghasilkan 100 botol per hari dalam waktu yang ada adalah 3 buah. Dengan demikian, mitra memerlukan tambahan dua buah blender dengan spesifikasi sesuai dengan kebutuhan.

Proses pembelian blender dikoordinasikan dengan mitra sehingga diharapkan mitra mendapatkan alat produksi dengan spesifikasi seperti yang dibutuhkan. Blender diserahkan kepada mitra segera setelah pembelian supaya dapat segera digunakan. Gambar 3 menunjukkan spesifikasi *blender* dan penyerahan *blender* kepada mitra.

Tim melakukan konfirmasi pada kunjungan berikutnya terkait dengan dampak yang diperoleh mitra dari penambahan blender tersebut. Mitra menyampaikan bahwa masing-masing blender dikhususkan untuk mengolah

bahan tertentu, yaitu bahan pembuatan kunir asem, beras kencur, dan membuat tepung beras untuk bahan membuat beras kencur. Mitra juga membuat bubur sumsum dengan menggunakan sebagian tepung beras yang dihasilkan, terutama bila ada pesanan. Dengan kata lain, penambahan *blender* menyebabkan produksi dapat dilakukan dengan lebih cepat. Hal ini sesuai dengan hasil (Zuhrie, 2018)



Gambar 3 Penyerahan Alat Produksi Yang Dibutuhkan Kepada Mitra Peningkatan Kemampuan Produksi Melalui Penambahan Modal Kerja

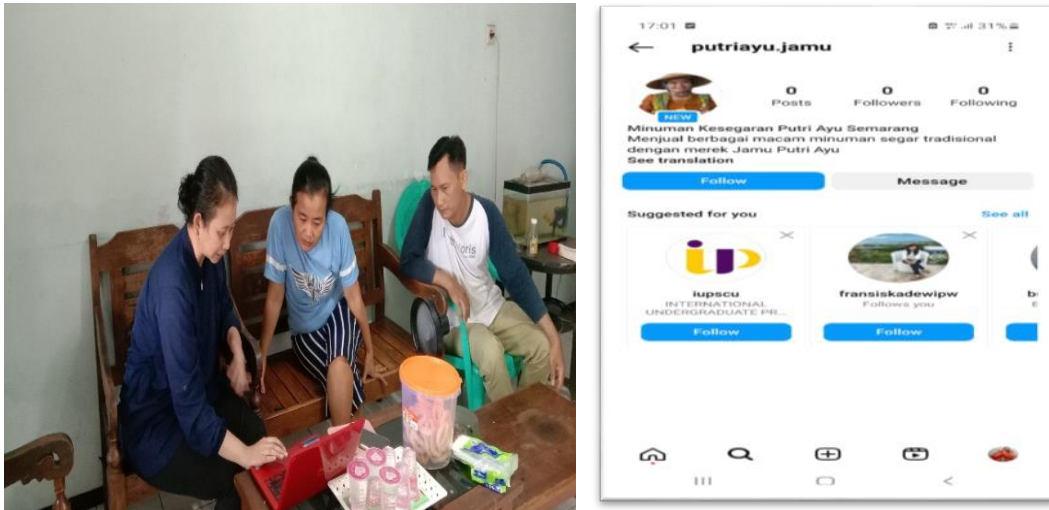
Keinginan mitra untuk bisa mencapai omset penjualan sebanyak 100 botol per hari seperti sebelum masa pandemi *Covid-19* menghadapi kendala keterbatasan modal kerja yang dimiliki. Di sisi lain, mitra optimis bahwa omset 100 botol ini dapat dicapai bila memiliki modal kerja yang cukup. Adapun besarnya modal kerja untuk memproduksi 100 botol adalah Rp. 1.300.000.

Memperhatikan kondisi penjualan dan kegigihan mitra dalam melakukan upaya pemasaran serta mempertimbangkan kemampuan dan komitmen mitra, tim sepakat memberikan bantuan pinjaman modal kerja tanpa bunga dan mitra menyetujui untuk mengembalikan pinjaman tersebut dalam waktu yang telah ditentukan bersama, paling lambat sebelum batas waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian berakhir. Bantuan pinjaman ini diserahkan pada mitra dalam bentuk uang kas. Pemberian bantuan ini sekaligus sebagai bentuk pendampingan dan penugasan kepada mitra untuk mencapai target penjualan. Mitra menyampaikan bahwa produksi sudah bisa berjalan lancar dan bisa menghasilkan 100 botol dalam waktu yang lebih cepat.

Pendampingan Pembuatan Akun *Instagram*

Pendampingan ini dimulai dengan mengidentifikasi alamat email yang sudah dimiliki mitra. Oleh karena mitra belum memiliki email sendiri, maka disepakati untuk membuat email tersendiri sebagai email bisnis. Tim membantu dan mendampingi mitra dalam membuat akun email bisnis. Alamat email yang dipilih berdasar keinginan mitra dan masukan dari tim adalah menggunakan nama bisnisnya, yaitu Putri Ayu. Setelah pengecekan nama email yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada duplikasi nama atau tidak, akhirnya diperoleh nama yang bisa digunakan adalah `putriayu.jamu@gmail.com`.

Langkah selanjutnya adalah membuat akun *Instagram* dengan menggunakan akun email yang berhasil dibuat. Proses yang sama dilakukan untuk memastikan bahwa nama akun *Instagram* yang dipilih tidak terjadi duplikasi. Nama akun *Instagram* yang didaftarkan sama dengan alamat email, yaitu `putriayu.jamu`. Dalam melengkapi profil akun *Instagram*, tim mendorong inisiatif mitra untuk menentukan sendiri apa yang ingin diisikan dan ditampilkan di dalam akun *Instagram*. Tim hanya memberi masukan terkait dengan penyusunan kalimat dan pemilihan istilah yang dinilai tepat. Seperti tampak pada Gambar 4 (a), salah satu anggota tim sedang memperkenalkan bagian-bagian dari akun *Instagram* kepada mitra yang didampingi oleh suami dan apa yang harus dituliskan oleh mitra pada setiap bagian. Mitra dapat menyelesaikan penyusunan akun *Instagram* pada pelatihan tersebut dengan memuaskan. Tampilan akun *Instagram* `putriayu.jamu` adalah seperti pada Gambar 4 (b).



Gambar 4 (a) Pelatihan Pembuatan Akun *Instagram* dan (b) Tampilan Akun *Instagram* putriayu.jamu

Pelatihan Penyusunan Proposal Penawaran

Pelatihan kedua adalah pembuatan proposal penawaran produk (Gambar 5 (a)). Mitra sangat berharap minuman segar yang dijualnya dapat digunakan/dimanfaatkan pihak hotel sebagai *welcome drink* bagi para tamu hotel atau instansi lain. Penyampaian proposal penawaran dinilai sebagai cara yang bisa dilakukan untuk menembus beberapa hotel.



Gambar 5 (a) Pelatihan Pembuatan Proposal Penawaran Produk dan (b) Cover Template Proposal

Berdasar informasi tersebut, tim menyusun bahan pendampingan dalam bentuk kerangka (*template*) proposal penawaran produk. Bentuk *template* ini diharapkan dapat digunakan oleh mitra untuk penawaran ke berbagai pihak lain selain hotel. Dalam pelatihan ini mitra diberi pemahaman isi proposal dan apa

yang harus dituliskan pada masing-masing poin. Selanjutnya diharapkan mitra dapat membuat proposal sendiri yang sesuai dengan pihak yang ingin dituju.

Sebagai tahap selanjutnya, mitra diberi tugas untuk memikirkan isi proposal yang ingin disampaikan ke pihak hotel yang disasar. Tugas ini sekaligus sebagai bentuk penyelesaian penyusunan proposal penawaran. Mitra dapat melakukan diskusi atau bertanya kepada tim melalui *WhatsApp* bila menghadapi kesulitan dalam melengkapi proposal tersebut. Proposal yang lengkap didiskusikan kembali pada pertemuan berikutnya. Namun penyelesaian penyusunan proposal lebih lambat dari waktu yang ditentukan karena kesibukan mitra, sehingga rencana pertemuan berikutnya harus ditetap ulang beberapa kali. Namun demikian, mitra menunjukkan minat yang besar untuk bisa menyelesaikan proposal ini dan segera menyebarkan ke beberapa hotel. Namun demikian, proposal penawaran belum didistribusikan hingga akhir kegiatan pengabdian.

Evaluasi Pelaksanaan

Sebagai evaluasi dari kegiatan pengabdian ini, mitra diminta menyampaikan manfaat/dampak yang dirasakan dari kegiatan, baik secara langsung pada akhir periode pengabdian maupun melalui media komunikasi. Secara umum, mitra menyatakan bahwa kegiatan ini memberikan manfaat terutama dalam kelancaran produksi.

Dampak dari kegiatan pendampingan kepada Minuman Segar Putri Ayu ditunjukkan pada Tabel 2. Dalam hal peningkatan kemampuan produksi, mitra telah mengalami peningkatan kemampuan dalam melakukan kegiatan produksi dari hanya menggunakan satu *blender* menjadi tiga *blender* sehingga mitra mampu memproduksi target penjualan 100 botol per hari. Demikian juga dengan kemampuan modal yang juga meningkat dari modal untuk kebutuhan memproduksi 50 botol per hari jadi 100 botol per hari.

**Tabel 2 Hasil dan Dampak Kegiatan Pendampingan Pada Minuman
 Kesegaran Putri Ayu**

Kegiatan	Sebelum	Sesudah
Peningkatan kemampuan produksi	Alat produksi 1 blender	Alat produksi 3 blender
	Kemampuan modal untuk produksi 50 botol per hari	Kemampuan modal untuk produksi 100 botol per hari
Pemasaran	Belum memiliki email sendiri untuk bisnis	Memiliki email sendiri untuk bisnis
	Belum memiliki akun <i>Instagram</i>	Memiliki akun <i>Instagram</i>
	Tidak tahu dan tidak punya proposal penawaran produk	Mempunyai proposal penawaran produk yang siap digunakan

Sedangkan di bidang pemasaran, kemampuan mitra untuk memasarkan produknya meningkat dari tidak memiliki email dan akun *Instagram* sendiri menjadi memiliki dan dari tidak tahu dan tidak punya proposal penawaran menjadi mempunyai proposal yang siap digunakan untuk menawarkan produknya

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian dapat berjalan sesuai yang direncanakan. Namun hasil kegiatan bervariasi sesuai bentuk kegiatan. Hasil dari kegiatan bidang produksi sudah berdampak pada peningkatan kemampuan dan kelancaran produksi. Penambahan alat produksi dan modal kerja langsung dapat diimplementasikan dan dilihat hasilnya, yaitu mitra dapat memproduksi sebanyak 100 botol per hari.

Di sisi lain, hasil kegiatan bidang pemasaran yang diarahkan untuk meningkatkan penjualan belum dapat dilihat dalam waktu dekat mengingat kegiatan ini bersifat jangka panjang dan kontinu. Keberhasilan pemasaran melalui *Instagram* tergantung kepada jumlah respon pada akun. Demikian juga dengan hasil dari proposal penawaran produk tergantung pada keaktifan mitra untuk mendistribusikan ke pihak-pihak lain dan kecepatan respon dari pihak yang dituju.

Keterbatasan kemampuan mitra dalam teknologi dan perubahan kondisi yang dihadapi mitra menjadi kendala dalam merealisasikan rencana program

kegiatan pengabdian. Selanjutnya, keberhasilan dari implementasi program sangat tergantung kepada mitra dan kemampuannya dalam merespon dan beradaptasi dengan perubahan. Program pengabdian ini hanya memberikan bekal kepada mitra agar lebih mampu dalam mengembangkan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Administrator. (2019). *Cara Urus Perizinan Produk Industri Rumah Tangga (PIRT)*. (Online), Indonesia.go.id Portal Informasi Indonesia: <https://indonesia.go.id/layanan/kependudukan/sosial/cara-urus-perizinan-produk-industri-rumah-tangga-pirt>.
- Agustini, M., Nugroho, A. C., & Setyowati, L. (2022). Pelatihan pemasaran online sebagai upaya pengembangan batik gesek godhong rw6 kelurahan tegalsari, semarang. *Jurnal Panrita Abdi*, 6(3), 1-7.
- Anisah, G., & Fahman, M. (2020). Pelatihan usaha produksi jamu tradisional di bidang pengemasan, labelisasi, dan digital marketing. *Al-Umron: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 10-18.
- Duke, R. (2022). *What is a Gantt Chart*. (Online), Gantt.com: <https://www.gantt.com/>.
- Ferdiani, R. D., Yudiono, U., & Murniasih, T. R. (2019). Penggunaan mesin modifikasi jamu tradisional untuk meningkatkan hasil produksi. *ABDI Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 58-61.
- Ingsih, I. S., Winaktu, G., & Wirateruna, E. S. (2020). Pembuatan jamu tradisional kunyit asam sebagai peningkat daya imunitas tubuh pada masa pandemi covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung* (328-339).
- Khotimah, K., Octavia, D. R., Rahmawati, E., & Fiestalia, D. I. (2022). Peningkatan produktivitas kelompok usaha jamu melalui peningkatan skill inovasi produk teh rosela. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 571-581.
- Marlina, S., Ambarwati, N. S. S., Armandari, M. O., Hidayah, N., & Putri, C. M. (2021). Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat tentang pembuatan hand sanitizers. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2.
- Noh, J., Somadayo, S., Gunawan, E., Khaidar, M., Saleh, F. M., Fabanyo, R., . . . Hafel, W. S. (2021). Sosialisasi dan pelatihan pembuatan sistem informasi desa menggunakan opensid di desa modayama kabupaten halsel. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digilib*, 3, 22-29.
- Sudaryono, Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-commerce dorong perekonomian indonesia, selama pandemi covid 19 sebagai entrepreneur modern dan pengaruhnya terhadap bisnis offline. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Jumanis) Prodi Kewirausahaan*, 2(2), 111-124.
- Triyandi, R., Ramdini, D. A., Sukohar, A., Iqbal, M., Fitra, M., S, W., . . . Ariyati, R. D. (2022). Penyuluhan peran jamu dalam meningkatkan daya tahan tubuh

- sebagai upaya pencegahan infeksi covid-19 di desa cipandang gedong tataan pesawaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ruwa Jurai*, 41-46.
- Wahyuni, F. I. (2020). *Perilaku konsumen terhadap produk kesehatan dan bergizi selama pandemi covid-19*. Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari.
- Waqiah, N., & Panjaitan, F. A. (2021). Sosialisasi pemanfaatan jamu tradisional dan edukasi pencegahan covid-19 dalam rangka tanggap pandemi covid-19. *Seminar NASional Patriot Mengabdi*. Surabaya: LPPM Untag Surabaya.
- Zuhrie, M. S. (2018). Peningkatan produktivitas UKM jamu tradisional melalui penerapan mesin pengupas rempah-rempah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 285-288.