

MEMPERTAHANKAN KEBERLANJUTAN USAHA JAMU DI MASA PANDEMIK

Kartika Nuringsih

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: kartikan@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Jamu is a product of local genius passed down by ancestors with benefits as a supplement drink to maintain body fitness from children, adolescents, pregnant and lactating women, adult men to the elderly. The raw materials are a result of Indonesia's natural resources, so that through local genius it is created into kunyit asam, beras kencur, cabe puyang, pahitan, kunci suruh, kudu laos, uyup-uyup/gepyokan, and sinom. These eight types are not just herbs but the taste of herbs symbolizes the cycle of human life that begins with a life that tastes sweet and sour, then a slightly spicy-warm taste, turns to spicy taste, begins to feel bitter then becomes tasteless, and finally returns sweet. As an appreciation of this philosophy, the community takes advantage of it as a business opportunity. Meanwhile, in the face of the pandemic, there are many limitations at the grassroots level trying to survive through this endeavor. Therefore, an activity was carried out with Jamu Budhe Sum partners in Beji Timur to overcome sales problems through designing pamphlets that were sent via WhatsApp to customers. In addition, assistance was provided for six quality management activities through mentoring cards. The output target of this activity is an increase in the number of sales and knowledge of maintaining quality so that a continuation of the herbal medicine business is formed during the pandemic. In line with the activities with herbal medicine traders, there was a slight increase in herbal medicine sales with the target of collaborating with herbal retailers and direct consumers. Realization can increase orders by about 5-10% per week although it fluctuates. In addition, there is an increase in knowledge of herbal medicine management so that consistency is formed in activities to maintain personal hygiene, handling raw materials and equipment, processing preparation, serving, maintaining service quality, and establishing relationships with the environment. This aspect makes consumers still believe in Jamu Budhe Sum. It is hoped that there will be consistency in carrying out these activities so that they will help maintain the traditional herbal medicine business during the pandemic.

Keywords: Herbal Medicine, Local Genius, Quality Management

ABSTRAK

Jamu merupakan produk kejeniusan lokal yang diwariskan oleh leluhur dengan manfaat sebagai minuman suplemen untuk menjaga kebugara tubuh mulai anak-anak, remaja, wanita hamil dan menyusui, pria dewasa sampai orang tua. Bahan baku sebagai hasil sumber daya alam Indonesia sehingga melalui lokal genius dikreativitaskan menjadi jamu kunyit asam, beras kencur, cabe puyang, pahitan, kunci suruh, kudu laos, uyup-uyup/gepyokan dan sinom. Delapan jenis tersebut bukan sekedar jamu tetapi rasa jamu tersebut melambangkan siklus kehidupan manusia bahwa diawali kehidupan yang terasa manis asam, kemudian sedikit rasa pedas-hangat, beralih pada rasa pedas, mulai merasakan kepahitan kemudian menjadi tawar dan akhirnya kembali manis. Sebagai apresiasi pada filosofi tersebut, masyarakat memanfaatkan sebagai peluang usaha. Sementara itu dalam menghadapi pandemik banyak keterbatasan pada tingkat akar rumput yang mencoba bertahan melalui usaha ini. Oleh karena dilakukan kegiatan dengan mitra Jamu Budhe Sum di Beji Timur untuk mengatasi masalah penjualan melalui mendesain pamflet yang dikirimkan melalui whatsapp kepada pelanggan. Selain itu dilakukan pendampingan terkait enam aktivitas pengelolaan kualitas melalui kartu pendampingan. Target luaran kegiatan ini adalah peningkatan jumlah penjualan serta pengetahuan menjaga kualitas sehingga terbentuk kelanjutan usaha jamu di masa pandemik. Sejalan dengan kegiatan bersama pedagang jamu dihasilkan sedikit peningkatan penjualan jamu dengan target bekerjasama dengan pengecer dan konsumen langsung. Realisasi dapat meningkatkan pesanan sekitar 5-10% per minggu meskipun secara fluktuatif. Selain itu terdapat peningkatan pengetahuan pengelolaan jamu sehingga terbentuk konsistensi dalam aktivitas menjaga higienitas pribadi, penanganan bahan baku dan peralatan, persiapan pengolahan, penyajian, menjaga kualitas layanan, dan menjalin hubungan dengan lingkungan. Aspek inilah menjadikan konsumen masih percaya pada Jamu Budhe Sum. Diharapkan terdapat konsistensi menjalankan aktivitas tersebut sehingga turut membantu mempertahankan usaha jamu tradisional di masa pandemik.

Kata kunci: Jamu, Kejeniusan Lokal, Manajemen Kualitas

1. PENDAHULUAN

Jamu merupakan produk kejeniusan lokal yang diwariskan oleh leluhur dengan manfaat sebagai minuman suplemen untuk menjaga kebugara tubuh mulai anak-anak, remaja, wanita hamil dan menyusui, pria dewasa sampai orang tua. Bahan baku sebagai hasil sumber daya alam Indonesia sehingga melalui lokal genius dikreativitaskan menjadi jamu seperti: “kunyit asam, beras kencur, cabe puyang, pahitan, kunci suruh, kudu laos, uyup-uyup/gepyokan dan sinom”. Delapan jenis tersebut bukan sekedar minuman jamu tetapi rasa dalam jamu tersebut melambangkan siklus kehidupan manusia bahwa diawali dengan kehidupan yang terasa manis asam, kemudian sedikit rasa pedas-hangat, beralih pada rasa pedas, mulai merasakan kepahitan kemudian menjadi tawar dan akhirnya kembali menjadi manis. Sebagai apresiasi terhadap filosofi tersebut, masyarakat memanfaatkan jamu sebagai peluang usaha diantaranya komunitas pedagang jamu. Mereka sudah puluhan tahun merantau di sejumlah kota besar di Indonesia diantaranya Jabodetabek.

Pelaku aktivitas komersiel ini mampu berdagang dua kali dalam sehari dengan target konsumen berbeda sehingga dalam seharinya dipastikan mendapat dua sumber pendapatan. Beberapa kajian sebelumnya tentang eksistensi komunitas pedagang jamu diapresiasi (Torri, 2012) bahwasannya mereka memiliki keunikan dalam pengembangan jamu di Indonesia. Bukan sekedar orientasi ekonomi tetapi tersirat pelestarian terhadap “*traditional knowledge*” serta melekat dengan “*women empowerment*”. Sedangkan pada studi lainnya Torri (2013) mengingatkan tentang pengetahuan dan persepsi risiko dari sisi konsumen ketika mengkonsumsi jamu. Eksistensi pedagang ini menjadi pertimbangan adanya *sense of resilience* mempertahankan usaha jamu di perantauan, salah satunya di Beji Timur. Ini terkait dengan perpindahan masyarakat dari pedesaan ke wilayah perkotaan diantaranya komunitas pedagang jamu di Beji Timur. Mereka selama puluhan tahun bekerja keras mempertahankan usaha jamu sembari membantu usaha suaminya.

Namun, pandemik Covid-19 merubah realitas yang telah dijalankan selama ini. Sebagian pedagang memilih pulang kampung untuk mengerjakan aktivitas pertanian karena jamu kurang memberikan pendapatan. Di antara pedagang masih menjalankan usahanya meskipun omset penjualannya tidak seperti sebelumnya. Ada yang masih mempertahankan dengan sepeda atau dengan cara digendong tetapi sebagian besar mulai secara online meskipun masih terbatas dan personal. Dengan demikian jamu bermetamorfosis menjadi dari jamu gendong atau jamu keliling menjadi “jamu online” untuk menyesuaikan dengan tuntutan dan situasi pandemik. Melalui cara ini dapat mengurangi kontak secara langsung dengan konsumen, dapat menjaga dirinya sendiri sesuai prosedur protokol kesehatan sehingga mampu mempertahankan jamu secara higienis.

Sebagai mitra dalam pengabdian masyarakat di Beji Timur Depok adalah Mbak Sum dikenal dengan “Jamu Budhe Sum” yang kebetulan sebagai salah satu narasumber penelitian sebelumnya seputar Jamu Peddler (Nuringsih & Rodiah, 2017). Sebelum pandemik, Mbak Sum dikenal sebagai pedagang jamu yang ulet dengan teritori berjualan secara luas. Setiap hari jamunya selalu habis terjual bahkan sering dipesan untuk acara arisan keluarga, kantor, sekolah serta pesanan lainnya. Selain faktor rasa yang segar, konsumen percaya bahwa selama proses dan tempat pengolahan jamu pada kondisi bersih. Penampilan secara personal juga bersih sehingga konsumen merasa yakin membeli jamu hasil produksi Mbak Sum. Minimal sampai Agustus-September 2020 usaha jamu masih dapat diandalkan seiring dengan adanya berita manfaat empon-empon untuk meningkatkan atau menjaga imun tubuh di masa pandemic Covid-19. Meskipun pedagang harus sangat berhati-hati dalam menjajakan jamu secara berkeliling tetapi masih banyak pedagang mempertahankan usaha jamunya. Namun demikian seiring dengan adanya pembatasan aktivitas masyarakat atau PPKM serta gelombang kedua varian delta menjadi sangat berisiko ketika jamu diperdagangkan secara berkeliling. Oleh karena itu banyak di antara pedagang memutuskan pulang kembali ke kampung halaman untuk bekerja di sektor pertanian atau bertahan di perantauan untuk bekerja membantu suami berjualan bakso, cilok atau

mie ayam.

Meskipun kondisi belum sepenuhnya kembali stabil, Mbak Sum tetap menjalankan usaha jamu dengan mengandalkan pesanan melalui *whattapps*. Tampilan jamu sudah berubah dalam botol plastik ukuran 1/4 liter berlabelkan Jamu Budhe Sum dengan aneka pilihan seperti: Jahe, Beras Kencur, Sambiloto, Empon-Empon, Temulawak, Kunyit Asam, Kunyit Tawar, Kunyit Sirih, Gula Asam dan Jamu Campur. Di antara pilihan tersebut yang paling diminati adalah Beras kencur, Temu Lawak dan Kunyit Asam dengan harga per botol Rp.12.000,- s/d Rp.15.000,- sesuai dengan banyaknya bahan baku yang digunakan. Artinya dalam situasi pandemic Covid-19, jamu tersebut diproduksi sesuai pesanan sehingga tidak menentu jumlah yang terjual dalam seharinya. Berdasarkan observasi dan *brainstorming* dengan mitra pedagang jamu diidentifikasi gambaran masalah sebagai berikut: (1) Penjualan berdasarkan pesanan melalui *chat wattapps* sehingga produksi dikumpulkan pada hari tertentu agar produksi lebih efisien. (2) Selama ini konsumen terbanyak dari sekolah seperti guru, karyawan dan siswa yang sedang berada di sekolah. Kebetulan secara lokasi dekat dengan rumah pedagang. Selama PPKM sekolah diharuskan bekerja dari rumah sehingga tidak rutin melakukan pemesanan jamu. (3) Konsumen yang dulunya dilayani secara *door to door* lokasinya jauh dari tempat tinggal Mbak Sum sehingga relatif tidak melakukan pembelian rutin selama pandemik. (4) Hanya orang tertentu saja dari masyarakat sekitar yang rutin membeli jamu. Di masa PPKM banyak masyarakat kehilangan pekerjaan sehingga mengeluarkan uang sebesar Rp.12.000,- per hari sangat diperhitungkan jika sekedar membeli jamu. (5) Ada saja orderan jamu tidak diambil oleh pemesannya karena alasan lupa atau mendadak pergi sehingga pedagang harus mengalihkan jamu yang tidak diambil ke pelanggan setianya agar dapat menutup biaya produksi.

Situasi di atas dialami oleh pedagang jamu sehingga bukan sekedar masalah kebersihan lokasi atau lingkungan tempat tinggal pedagang jamu. Dalam observasi ini dipilih pedagang yang sangat memperhatikan kebersihan dan higienitas dalam produksi jamu dimana pada situasi itu saja menghadapi kendala. Dengan demikian, bagi pedagang yang kurang peduli dengan kebersihan dan higienitas selama proses pengolahan jamu maka dipastikan mengalami kendala atau keterbatasan. Sesuai dengan kondisi di atas, masalah mitra berkaitan dengan aspek manajemen khususnya manajemen pemasaran serta aspek produksi untuk mengingatkan bahwa pada masa pandemik pengelolaan kualitas tidak boleh diabaikan. Oleh karena itu prioritas masalah mitra difokuskan: Bagaimanakah cara mempertahankan usaha jamu di masa pandemic Covid-19?

Untuk membantu mitra mempertahankan usaha jamu dilakukan melalui kegiatan pengabdian. Solusi Pertama dirancang untuk membantu mengatasi masalah mitra terkait dengan aspek manajemen dimana masalah ini berkaitan dengan aktivitas pemasaran. Solusi dilakukan dengan cara membuat flyer digital sebagai media promosi "Jamu Budhe Sum". Solusi Kedua dirancang untuk mengatasi masalah terkait dengan aspek kualitas pada masa pandemi Covid-19. Solusi dilaksanakan dengan cara membuat panduan untuk mengingatkan kembali manfaat dan pentingnya protokol kesehatan (*prokes*) dalam proses pengolahan dan distribusi Jamu Budhe Sum. Dari kegiatan ini didesain suatu rekayasa sosial agar dapat membantu mitra meningkatkan pesanan sehingga membantu dalam mempertahankan pendapatan bagi keluarganya.

2. METODE DAN PELAKSANAAN PKM

Tahapan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga bulan pada Oktober-Desember tahun 2021 dengan tahapan meliputi persiapan, pelaksanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan kegiatan dengan tujuan akhir untuk membantu mengatasi masalah mitra. Pendekatan yang dilakukan dalam mengatasi masalah mitra sebagai berikut: solusi pertama melalui pendampingan pemasaran jamu melalui pembuatan flyer digital sedangkan sebagai solusi kedua dilakukan melalui sosialisasi pentingnya

proses dalam membuat jamu serta pengelolaan kualitas di masa pandemik dengan media berupa kartu pendampingan pedagang jamu dengan menekankan pada aspek manajemen kualitas (Nuringsih & Rodiah, 2019) seperti: (1) higienitas pribadi, (2) kebersihan selama penanganan persiapan bahan baku & peralatan pembuatan jamu, (3) persiapan pengolahan bahan baku, (4) penyajian jamu, (5) kualitas layanan, dan (6) hubungan baik dengan lingkungan termasuk protokol kesehatan. Kedua pendekatan tersebut didesain untuk mendorong kinerja usaha jamu sehingga usaha yang sudah dijalankan selama ini oleh mitra masih mampu bertahan di masa pandemik.

Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian diwujudkan melalui: (1) penerimaan selama observasi, (2) melakukan diskusi untuk menentukan masalah utama, membuat solusi dan luaran secara luring, dan (3) melakukan evaluasi akhir. Partisipasi ini sebagai bentuk kolaborasi antara mitra dengan pelaksana pengabdian masyarakat sehingga tujuan akhir dalam kegiatan ini diharapkan dapat membantu mengatasi masalah mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan PKM

Dalam satu tahun terakhir mitra sudah tidak melakukan penjualan secara keliling namun sudah berdasarkan pesanan yang dikemas menggunakan botol. Di samping faktor usia, pertimbangan yang utama adalah menjaga kesehatan selama pandemik sehingga seluruh proses penjualan berdasarkan pesanan melalui *whatsapp*. Oleh karena itu dari kegiatan bersama mitra dihasilkan luaran pertama berupa dua model pamflet atau flayer digital yang digunakan sebagai media promosi jamu dengan branding “Jamu Budhe Sum”. Kriteria luaran sebagai berikut:

- Flyer dibuat semenarik mungkin dengan warna kombinasi kuning, hijau dan orange dan gambar jamu serta empon-empon supaya lebih menarik bagi konsumen.
- Flyer berisi informasi tentang Jamu Budhe Sum, jenis jamu serta khasiat utamanya agar konsumen mendapat informasi singkat tentang jamu tersebut. Tulisan pada flayer menggunakan kombinasi warna hitam, biru dan merah.
- Dalam flayer berisi daftar harga jamu serta no WA untuk pemesanan dengan warna biru supaya memberikan kesan berbeda dengan warna lainnya.
- Flyer dibuat dalam format JPG kemudian disimpan dalam hand phone pedagang jamu agar mudah mengirimkan ke konsumen jamunya melalui *whatsapp*.

Untuk memaksimalkan manfaat dari luaran tersebut maka pedagang jamu harus memiliki data based konsumen yang biasa membeli jamu atau konsumen yang potensial sebagai pembeli jamu. Sesuai kesepakatan bersama mitra maka pada tahap ini pamflet atau flayer ditargetkan akan diberikan kepada pedagang perantara diantaranya rumah makan atau ke sekolah-sekolah sekitar tempat tinggal pedagang jamu. Namun demikian disarankan agar menyebarkan kepada konsumen akhir supaya saluran distribusi jamu lebih banyak. Gambaran flyer terlihat pada Gambar 1 dan 2.

Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan hasil desain pamflet yang diberikan kepada pedagang jamu. Pada kedua jenis pamflet tersebut dapat digunakan secara bergantian untuk memberikan informasi tentang jamu hasil produksi Budhe Sum. Pada pamflet tersebut memberikan informasi terkait manfaat jamu, jenis jamu yang dijual, no wa yang dapat dihubungi oleh pelanggan serta harga untuk pengecer dengan harga @ Rp.10.000,- per botol ukuran 1/4 liter dengan jenis jamu yaitu: Jahe, Beras Kencur, Sambiloto, Empon-Empon, Temulawak, Kunyit Asam, Kunyit Tawar, Kunyit Sirih, Gula Asam dan Jamu Campur. Karena diprioritaskan pada distributor maka pada tahapan ini akan menjual kembali dengan harga di atas harga tersebut. Melalui cara ini terjalin kerjasama saling menguntungkan dalam penjualan jamu dimana keuntungan seharusnya

dapat dinikmati oleh pedagang maupun pengecer. Kedua pamflet tersebut digunakan secara bergantian dengan tujuan sebagai media promosi jamu kepada konsumen.



Gambar 1. Model Flyer Jamu Budhe Sum

Selanjutnya, solusi kedua dirancang untuk mengatasi masalah terkait dengan aspek kualitas pada masa pandemik Covid-19. Solusi dilaksanakan dengan cara mengingatkan kembali manfaat dan pentingnya protokol kesehatan (prokes) dalam proses pengolahan dan distribusi Jamu Budhe Sum. Beberapa kriteria penting dalam pengatasi solusi kedua adalah:

- Memperhatikan higienitas pribadi dengan menggunakan masker, cuci tangan dengan sabun dan air mengalir.
- Memperhatikan kondisi bahan baku yang digunakan serta disimpan dalam kondisi bersih dan menggunakan air bersih dalam mencucinya.
- Alat pengolahan jamu harus dalam kondisi bersih dan disimpan di tempat yang bersih.
- Karena dihantarkan kepada konsumen dalam botol maka dipastikan ketika dimasukkan cairan jamu dalam botol plastik tidak dalam kondisi panas.

Informasi tersebut dikemas dalam bentuk kartu pendampingan dengan tujuan agar ketika membuat jamu mengingat prosedur serta menjalankan protokol kesehatan. Luaran ini mengingatkan kepada pedagang jamu tentang proses penyiapan bahan baku-pengolahan-

penyajian jamu secara higienis dan mengikuti protokol kesehatan. seperti penggunaan masker, hand sanitizer dan peralatan kebersihan lain yang diperlukan oleh pedagang jamu. Dilakukan sosialisasi untuk memastikan bahwa dalam situasi pandemik perlu perubahan perilaku menjaga kualitas. Tabel 1 menunjukkan sejumlah kebiasaan menjaga higienitas pribadi (K1) serta menjaga kebersihan penanganan persiapan bahan baku dan peralatan pembuatan jamu (K2).

Tabel 1. Kartu Pendampingan Bagian Pertama
KARTU PENDAMPINGAN PEDAGANG JAMU TRADISIONAL
DI MASA PANDEMIK

K1	Aktivitas Menjaga Higienitas Pribadi	Check list (√) : Bulan				Evaluasi Aktivitas *
		Per_1	Per_2	Per_3	Per_4	
1	Memakai masker yang bersih selama pembuatan jamu s/d melayani pelanggan					
2	Menjaga higienitas pribadi: kebersihan tangan, rambut, kulit, wajah, mulut, bau badan dan membiasakan memotong kuku.					
3	Menghindari banyak bicara ketika sedang membuat jamu s/d menyajikan jamu.					
Catatan:		Nama UJG			Pendamping:	
Keterangan * : SD : Sudah dilakukan BD : Belum dilakukan KD : Kadang-kadang						

K2	Aktivitas Penanganan Bahan Baku & Peralatan	Check list (√) : Bulan				Evaluasi Aktivitas *
		Per_1	Per_2	Per_3	Per_4	
1	Bahan baku kering tidak berjamur atau tidak dimakan serangga/hewan lain					
2	Mencuci bahan baku (empon-empon) menggunakan air bersih					
3	Ketika menyimpan bahan baku dipastikan tidak busuk, tidak rusak dan tidak berjamur					
4	Memastikan bahan baku tidak tercampur dengan bahan lain yang serupa					
5	Jika memungkinkan dengan difasilitasi oleh pihak terkait melakukan uji sumber air di laboratorium					
6	Menggunakan periuk tanah/panci berlapis email sebagai tempat memasak jamu					
7	Menggunakan kemasan botol sebagai wadah menyimpan cairan jamu					
8	Menyimpan peralatan di tempat bersih dan kering supaya tidak terjadi kontak langsung dengan hewan pengerat, kucing, kecoa atau binatang peliharaan					
9	Menjaga kebersihan dapur / tempat pengolahan jamu					
10	Memperhatikan masa kadaluarsa bahan baku/jamu kemasan hasil produksi perusahaan					
Catatan:		Nama UJG			Pendamping:	
Keterangan * : SD : Sudah dilakukan BD : Belum dilakukan KD : Kadang-kadang						

Tabel 2. Kartu Pendampingan Bagian Kedua

K3	Aktivitas Persiapan Pengolahan	Check list (√) : Bulan				Evaluasi Aktivitas *
		Per_1	Per_2	Per_3	Per_4	
1	Mencuci tangan sampai bersih dengan sabun sebelum menyiapkan bahan jamu.					
2	Menyiapkan bahan baku di tempat bersih.					
3	Menakar bahan baku sesuai takaran					
4	Menggunakan peralatan dalam kondisi bersih berupa: panci, kain lap, saringan, pengaduk, penumbuk dan talenen					
5	Pada UJG: Mencuci dan mengeringkan botol kaca setelah dipergunakan					
6	Pada UJG: Merendam botol kaca atau membilas bagian dalam botol menggunakan air panas					
7	Merebus bahan jamu menggunakan air bersih sampai matang atau sesuai dengan kebutuhan.					
8	Menunggu agak dingin kemudian jamu dimasukkan dalam botol dan ditutup rapat.					
Catatan:		Nama UJG		Pendamping:		
Keterangan * : SD : Sudah dilakukan BD : Belum dilakukan KD : Kadang-kadang						

K4	Aktivitas Penyajian Jamu	Check list (√) : Bulan				Evaluasi Aktivitas *
		Per_1	Per_2	Per_3	Per_4	
1	Menyajikan jamu dalam kondisi segar.					
2	Jika menggunakan kemasan botol harus memperhatikan kebersihan botol tersebut.					
3	Pada UJG: Menjaga kebersihan alat penyajian berupa: bakul, kain gendongan, gelas saji, kain serbet, ember dan air untuk mencuci gelas.					
4	Pada UJG: Mengganti air cucian dalam ember sebelum kotor.					
5	Pada UJG: Menghindari sisa jamu karena daya tahan jamu rebusan selama 12 jam dan jamu perasan selama 6 jam, sedangkan sisa jamu dibuang.					
Catatan:		Nama UJG		Pendamping:		
Keterangan * : SD : Sudah dilakukan BD : Belum dilakukan KD : Kadang-kadang						

Tabel 2 menunjukkan prosedur yang harus diperhatikan oleh pembuat jamu meliputi persiapan pengolahan bahan baku/empon-empon (K3) dan penyajian jamu (K4). Pada tabel ini dibedakan antara pedagang jamu online dengan pedagang jamu keliling atau pelaku usaha jamu gendong (UJG) yang menjajakan jamunya secara konvensional.

Tabel 3. Kartu Pendampingan Bagian Ketiga

K5	Aktivitas Menjaga Kualitas Layanan	Check list (√) : Bulan				Evaluasi Aktivitas *
		Per_1	Per_2	Per_3	Per_4	
1	Menawarkan jamu secara ramah & sopan kepada pelanggan					
2	Menjaga penampilan busana, sikap dan perilaku untuk menjaga kepercayaan pelanggan					
3	Memberi informasi kepada pelanggan tentang kasiat jamu/bahan jamu tradisional					
4	Menanggapi keluhan pelanggan.					
Catatan:		Nama UJG		Pendamping:		
Keterangan * : SD : Sudah dilakukan BD : Belum dilakukan KD : Kadang-kadang						

K6	Aktivitas Menjalin Hubungan Dengan Lingkungan	Check list (√)				Evaluasi Aktivitas *
		Per_1	Per_2	Per_3	Per_4	
1	Menerapkan protokol kesehatan dalam menjalin hubungan dengan lingkungan					
2	Menjaga kebersihan lingkungan sekitar tempat tinggal/usaha jamu					
3	Menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar tempat tinggal/usaha					
4	Menjaga kerukunan/kerjasama dengan anggota komunitas usaha jamu					
5	Berbagi pengetahuan dengan kelompok untuk mengembangkan inovasi jamu					
Catatan:		Nama UJG		Pendamping:		
Keterangan * : SD : Sudah dilakukan BD : Belum dilakukan KD : Kadang-kadang						

Tabel 3 menunjukkan prosedur yang harus diperhatikan oleh pembuat jamu meliputi menjaga kualitas layanan (K5) dan hubungan baik dengan lingkungan termasuk protokol kesehatan (K6). Ke-6 aktivitas pada kartu tersebut diobservasi selama 4 periode misalnya pada minggu 1 s/d 4 kemudian dievaluasi aktivitas oleh pendamping komunitas usaha jamu atau UJG. Proses evaluasi ditunjukkan berdasarkan tiga tingkatan yaitu: sudah dilakukan (SD), belum dilakukan (BD) dan kadang-kadang dilakukan (KD) oleh pedagang/pembuat jamu. Dalam melakukan evaluasi ini perlu melibatkan pendamping pada komunitas jamu.

Pembahasan

Mitra mencoba mendistribusikan pamflet melalui whatsapp kepada pelanggan (tingkat pengecer) secara bertahap dan memilih kepada orang-orang yang sudah dikenal dan dapat dipercaya sebagai distributornya. Sistem kerjasama dilakukan dengan cara memberikan order dengan jumlah tertentu tanpa adanya uang muka atau berdasarkan kepercayaan satu sama lain. Distributor atau pengecernya menjual jamu per botol di atas Rp.10.000,- atau dijual secara online

dengan harga Rp.16.000,- hingga Rp.18.000,-. Dengan demikian penerimaan produsen sebesar Rp.10.000,- dikalikan dengan jumlah jamu yang terjual oleh masing-masing distributor. Namun demikian hasil pengiriman flayer selama 4 minggu belum memberikan hasil maksimal. Namun hanya sedikit peningkatan jumlah penjualan secara fluktuatif atau dengan kata lain belum secara maksimal dengan kisaran 5-10%. Hal ini terjadi karena hanya menfokuskan pada kelompok pengecer bukan konsumen langsung. Pertimbangan tersebut dikarenakan Budhe Sum tidak ingin berbenturan dengan kepentingan pengecernya dimana kalau pamflet dikirimkan kepada para konsumen langsung dikuatirkan akan membeli langsung kepada produsen atau tidak melalui perantara. Ada kesepakatan dengan para pengecernya sehingga promosi hanya dilakukan pada tingkatan pengecer bukan konsumen langsung.

Selanjutnya terkait implementasi kartu pendampingan teridentifikasi sebagai berikut:

- a. Pada aktivitas **K1** semuanya sudah dilakukan sehingga prosedur terkait dengan menjaga higienitas pribadi sudah dilaksanakan dengan baik dalam memproduksi Jamu Budhe Sum.
- b. Pada aktivitas **K2** beberapa item prosedur penanganan persiapan bahan baku dan peralatan pembuatan jamu sudah dilakukan dengan baik. Namun ada 3 aktivitas belum dilakukan yaitu: pengujian sumber air (5), penggunaan panci untuk jamu (6) dan penggunaan botol kaca (7).
- c. Pada aktivitas **K3** yaitu persiapan pengolahan bahan baku/empon-empon dan **K4** yaitu penyajian jamu sudah dilaksanakan dengan baik dalam memproduksi Jamu Budhe Sum
- d. Pada aktivitas **K5** yaitu menjaga kualitas layanan dan **K6** yaitu menjaga hubungan baik dengan lingkungan termasuk protokol kesehatan sudah dilaksanakan dengan baik dalam produksi Jamu Budhe Sum.

Kontribusi mitra mencoba menerapkan kartu tersebut dengan hasil menunjukkan adanya pengetahuan dalam pengelolaan jamu meskipun ada beberapa aktivitas yang belum dilakukan sehingga tugas pendamping diperlukan untuk memfasilitasi keterbatasan komunitas jamu. Namun demikian sampai pada tingkatan ini masih dapat dimaklumi karena pemahaman pada aspek kualitas dan protokol kesehatan lainnya telah dilakukan pedagang jamu. Secara umum partisipasi mitra diwujudkan melalui penerimaan selama observasi, diskusi untuk menentukan masalah utama, menerapkan luaran dan akhirnya melakukan evaluasi.

Dalam implementasinya nanti dapat dikembangkan suatu pendekatan melalui gugus kendali mutu (*quality cycle*) dalam mendorong implementasi pengelolaan kualitas pada usaha jamu tradisional (Nuringsih et al., 2021). Diharapkan terdapat konsistensi menjalankan aktivitas tersebut sehingga turut membantu menjaga kelestarian usaha jamu tradisional sehingga pada situasi seperti saat ini eksistensi wanita pedagang jamu dalam studi (Torri, 2012) masih dapat dipertahankan. Demikian juga pengetahuan risiko dapat dipahami oleh pelaku usaha jamu tradisional serta dipertimbangkan oleh konsumen jamu. Usaha jamu tradisional termasuk UJG juga disebutkan dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 006 tahun 2012 (Depkes, 2012) sehingga upaya mendampingi komunitas ini selaras dengan harapan pemerintah dalam mempertahankan usaha jamu tradisional.

4. KESIMPULAN

Jamu merupakan *local genius* warisan leluhur dengan manfaat sebagai minuman suplemen untuk menjaga kebugaran. Bahan baku sebagai sumber daya alam Indonesia sehingga melalui lokal genius tersebut dimanfaatkan sebagai peluang usaha. Namun di saat menghadapi pandemi banyak keterbatasan pada sektor akar rumput sehingga dilakukan kegiatan pendampingan dengan mitra Jamu Budhe Sum di Beji Timur, Depok untuk membantu mengatasi masalah penjualan melalui desain pamflet atau *flayer* yang dikirimkan melalui *whattapps* kepada pelanggan/pengecernya. Pamflet sebagai media promosi dengan cara memberikan informasi seputar Jamu Budhe Sum terkait: manfaat jamu, branding, nomor *whattapps* yang dapat dihubungi pelanggan serta harga

pengecer @ Rp.10.000,- per botol ukuran 1/4 liter dengan jenis jamu meliputi Jahe, Beras Kencur, Sambiloto, Empon-Empon, Temulawak, Kunyit Asam, Kunyit Tawar, Kunyit Sirih, Gula Asam dan Jamu Campur. Melalui rekayasa sosial ini mampu memberikan peningkatan penjualan secara berfluktuatif 5-10% dari produksi rata-rata 100 botol per minggu. Produksi masih sangat jauh dari kondisi sebelum pandemi yaitu sekitar 1-2x seminggu. Selain itu sosialisasi pengelolaan kualitas menggunakan kartu pendampingan pedagang jamu. Rekayasa kedua menghasilkan peningkatan pengetahuan pengelolaan kualitas meskipun masih ditemukan kendala seputar pengujian sumber air, penggunaan panci khusus yang sesuai untuk pengolahan jamu serta kriteria botol sebagai wadah produk jamu. Keterbatasan ini terjadi pada komunitas jamu atau UJG sehingga peran pendampingan diperlukan dalam menjaga keberlanjutan usaha tersebut. Kendati demikian masih terdapat satu kendala lagi mengenai pengelolaan arus kas dimana jangka waktu penagihan hasil penjualan jamu sering terjadi keterlambatan. Penjualan di tingkat pengecer berjalan secara lancar tetapi justru pembayaran setoran sering terkendala. Produsen jamu memberi kelonggaran pembayaran setelah jamu terjual sehingga pada situasi ini dapat memicu perilaku kurang jujur pada pengecernya. Belajar dari situasi ini perlu ditumbuhkan kejujuran dan semangat saling bantu (gotong royong) antara produsen-saluran distribusinya sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen yang masih bertahan hingga saat ini. Oleh karena itu, demi menjaga keberlanjutan usaha jamu maka dirasa perlu sentuhan pengetahuan tentang pengelolaan arus kas secara sederhana kepada pedagang jamu.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Terima kasih Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara atas dukungan pada kegiatan ini. Terima kasih kepada Jamu Budhe Sum yang telah bersama-sama merealisasikan implementasi luaran.

REFERENSI

- Depkes (2012). Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 006 Tahun 2012 tentang Industri dan Usaha Obat Tradisional, Peraturan Menteri Kesehatan RI.
- Nuringsih, K., & Rodiah. (2019). Applying Total Quality Model for Improving Quality in the Grassroots Jamu Enterprises, *Proceeding of the 2th International Conference on Advance and Scientific Innovation*, Banda Aceh, 18-19 July 2019.
- _____. (2017). Fostering Jamu Peddler's Quality System: Linking Women Empowerment and Cultural Preservation, *Proceedings of the Sixth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM)* Hanoi, Vietnam November 16-17th 2017.
- Nuringsih, K., Rodiah., & Natsir, K. (2021). Using Quality Cycle in Maintaining the Quality and Performance of Small-Scale Herbal Enterprises, *Proceeding of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM)*, Jakarta, November 2020.
- Torri, M.C. (2013). Knowledge and Risk Perceptions of Traditional Jamu Medicine among Urban Consumers. *European Journal of Medicinal Plants*. 3 (1). 25-39.
- Torri, M.C. (2012). "The Jamu System in Indonesia: Linking Small-Scale Enterprises, Traditional Knowledge and Social Empowerment among Women in Indonesia". *Journal of International Women's Studies*. Vol. 3. Issue 1. March. 31-45.