

Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global

Dina Amalia Khoirun Nadha Raswadiyanto

Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama' Sidoarjo

Email: dinaaknr0@gmail.com

Wahyu Eko Pujianto

Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama' Sidoarjo

Email: wahyueko.mnj@unusida.ac.id

Abstract. *The purpose of this research is to find out how to improve traditional herbal products so that they can be globally competitive and have enthusiasts who are not inferior to modern medicine. Jamu is a herbal drink used for health. Since ancient times until today, herbal medicine is used as a treatment and prevention of disease. In the current era, product innovation in herbal medicine packaging has the potential to bring back old herbal medicine into a more modern herbal medicine. The problem with this herbal medicine is the lack of marketing and the change from plastic packaging to the latest bottle packaging. From the point of view of young people, dependence on drugs is very dangerous. The necessary solution is to advise jamu traders to follow the latest marketing strategies and change the packaging to be more attractive to consumers. Therefore, jamu is a traditional herbal medicine that should remain. This research was conducted on a resource person selling jamu at a roadside shop in the village of Balongdowo Candi Sidoarjo using qualitative data collection methods with a descriptive approach of interviewing business owners, which aims to find out how the jamu business process has long been operating in the era of ancestors then now competes again in modern times.*

Keywords: *Jamu, Marketing, Recovery, packaging*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara meningkatkan produk jamu tradisional agar dapat berdaya saing global dan memiliki peminat yang tidak kalah saing dengan obat modern. Jamu merupakan minuman herbal yang digunakan untuk kesehatan. Sejak dahulu sampai saat ini, jamu digunakan sebagai pengobatan dan pencegah penyakit. Di era saat ini, inovasi produk pada kemasan jamu sangat berpotensi untuk mengembalikan kembali jamu lama menjadi jamu yang lebih modern. Permasalahan mengenai jamu ini adalah kurangnya pemasaran dan perubahan kemasan yang hanya plastic menjadi kemasan botol terkini. Dari sudut pandang kaum anak muda, ketergantungan dengan obat-obatan sangat berbahaya. Solusi yang diperlukan adalah menyarankan pedagang jamu untuk mengikuti strategi pemasaran terkini dan mengubah kemasan agar bisa lebih menarik konsumen. Maka dari itu jamu menjadi obat herbal tradisional yang seharusnya tetap ada. Penelitian ini dilakukan pada seorang narasumber berjualan jamu di toko pinggir jalan di desa Balongdowo Candi Sidoarjo dengan menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dengan pendekatan deskriptif mewawancarai pemilik usaha, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses bisnis jamu yang telah lama beroperasi di jaman moyang kemudian kini bersaing kembali pada jaman modern.

Kata kunci: Jamu, Pemasaran, Pemulihan, Kemasan

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang dikenal dengan keaneka-ragaman rempah-rempah serta tanaman tradisonal yang dimiliki. Berkat kekayaan ini, banyak orang Indonesia yang mampu mengolah rempah-rempah ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi kesehatan mereka, baik untuk pencegahan maupun pengobatan (Lestari D, 2022). Pengolahan tanaman rempah-rempah inimembawa kebermanfaatan bagi kesehatan masyarakat, misalnya dalam upaya pencegahan serta pengobatan penyakit. Jamu tradisional merupakan salahsatu istilah yang ditujukan bagi obat tradisional yang diolah oleh masyarakatlokal Indonesia. Jamu terbuat dari bahan alami seperti bahan yang diambil dari bagian tumbuhan misalnya rimpang, dedaunan, kulit batang, dan lain sebagainya (Sofiati, 2021).

Jamu tradisional telah menggunakan bahan-bahan alami yang ditemukan di lingkungan kita selama berabad-abad. Dikenal sebagai bahan baku jamu tradisional, bahan-bahan ini menjadi dasar pembuatan minuman herbal yang dinilai bermanfaat bagi kesehatan. Bahan baku jamu tradisional meliputi aneka tumbuhan, rempah-rempah, akar, kulit kayu, biji dan bagian tumbuhan lainnya yang memiliki khasiat obat tersendiri. Dalam masyarakat tradisional, pengetahuan tentang penggunaan ramuan herbal diwariskan dari generasi ke generasi dan mencakup kearifan lokal, tradisi, dan praktik budaya yang telah teruji oleh waktu.

Pentingnya memilih obat herbal tradisional yang berkualitas tidak bisa diabaikan begitu saja. Produsen jamu tradisional harus memastikan bahwa bahan baku yang digunakan tidak tercemar, tumbuh di lingkungan yang tepat dan diproses dengan hati-hati. untuk menjaga kualitasnya.

Pengusaha jamu herbal memiliki salah satu permasalahan dalam melakukan pengelolaan jamu herbal yang dilakukan agar sampai kepada masyarakat luas, yakni kurangnya memahami strategi pemasaran yang baik dan mampu mengadaptasikan diri dengan berbagai strategi pemasaran baru sebagaimana perkembangan zaman. Namun, dalam era globalisasi ini, jamu Indonesia perlu mampu bersaing di pasar global. Meningkatnya minat masyarakat dunia terhadap alternatif pengobatan alami dan tren gaya hidup sehat telah memberikan peluang besar bagi jamu untuk menjadi produk yang diminati secara internasional. Agar dapat memanfaatkan peluang ini, jamu perlu menghadapi beberapa tantangan. perlu adanya upaya untuk meningkatkan kualitas produksi jamu. Masih banyak yang perlu diperbaiki pada pelaksanaan penggunaan teknologi, khususnya adaptasi pemakaian teknologi penunjang bagi produksi (Satria Tirtayasa, 2021).

Standar kualitas yang tinggi akan memberikan jaminan kepada konsumen global bahwa jamu yang mereka konsumsi aman, efektif, dan terjamin keasliannya. Sistem manajemen mutu yang baik, praktik produksi yang higienis, serta sertifikasi yang diakui secara internasional akan menjadi landasan yang kokoh untuk membangun reputasi jamu Indonesia di pasar global. Promosi dan pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperluas pasar jamu Indonesia secara global. Membangun citra positif, meningkatkan kesadaran konsumen, dan mengkomunikasikan manfaat jamu secara jelas dan terpercaya akan membantu memperoleh kepercayaan dan minat konsumen dari berbagai daerah maupun di berbagai negara.

Dalam konteks persaingan global yang semakin ketat, kemasan jamu menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Pemulihan kemasan jamu merujuk pada upaya untuk mengurangi, mendaur ulang, atau memanfaatkan kembali kemasan yang dihasilkan dari produk jamu. Ini melibatkan pendekatan yang bertanggung jawab terhadap siklus hidup kemasan, mulai dari produksi, distribusi, penggunaan, hingga pembuangan akhir. Dalam konteks ini, pemulihan kemasan jamu dapat memberikan manfaat ganda, yaitu mengurangi dampak lingkungan dan mempromosikan praktik bisnis yang bertanggung jawab. Kemasan yang dirancang dengan baik dan sesuai dengan preferensi konsumen internasional akan membantu jamu Indonesia memasuki pasar global dengan sukses. Namun, untuk dapat bersaing secara efektif, perlu dipertimbangkan beberapa aspek dalam pengembangan kemasan jamu. Kemasan jamu harus mampu melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi. Bahan kemasan yang tahan terhadap kondisi lingkungan dan kelembaban, serta sistem penutup yang rapat, akan memastikan bahwa jamu tetap dalam kondisi yang baik selama transportasi dan penyimpanan. Hal ini penting untuk menjaga integritas produk dan keamanan konsumen. Kemasan jamu harus memberikan informasi yang jelas dan komprehensif kepada konsumen. Label produk yang mencantumkan nama jamu, bahan-bahan aktif, petunjuk penggunaan, tanggal kedaluwarsa, serta sertifikasi keamanan yang relevan, akan memberikan keyakinan kepada konsumen terhadap produk jamu. Informasi tersebut juga membantu konsumen dalam membuat keputusan yang tepat dan memanfaatkan manfaat kesehatan yang diinginkan. Kemasan jamu harus memiliki daya tarik visual yang kuat. Desain yang menarik, warna yang mencolok, dan grafis yang informatif akan menarik perhatian konsumen di rak toko dan membedakan produk jamu dari pesaing. Kemasan yang estetik juga dapat membantu membangun citra merek yang positif dan memberikan kesan profesional dan berkualitas kepada konsumen.

Dalam pandangan yang lebih luas, jamu bukan hanya sekadar produk kesehatan alami, tetapi juga merupakan perwujudan dari kearifan lokal dan budaya Indonesia. Pengembangan dan pemasaran jamu secara global bukan hanya akan memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga akan mempromosikan warisan budaya Indonesia yang berharga kepada dunia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang tepat untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang persepsi dan pengalaman. Melalui wawancara ini, peneliti dapat mengumpulkan informasi berharga tentang jamu tradisional, strategi pemasaran dan tentu dengan hal lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mengumpulkan informasi dan menyusun data lainnya, tentang Recovery jamu tradisional menjadi produk berdaya saing global. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah metode penelitian deskriptif yang menggunakan data kualitatif. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan datanya adalah dengan memanfaatkan sumber data dari berbagai jenis literatur seperti jurnal, buku, artikel dan website lainnya yang tersedia untuk melengkapi hasil penelitian ini secara baik dan benar.

Selain itu, wawancara memungkinkan peneliti untuk mengembangkan hubungan pribadi dengan penyedia jamu dan menciptakan lingkungan di mana orang yang diwawancarai merasa nyaman dan dapat berbagi informasi yang mungkin tidak tersedia untuk umum. Dengan demikian, para peneliti memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan jamu, perubahan praktik tradisional, dan harapan para penjual jamu terkait pemulihan dan daya saing di dunia industri.

Dalam konteks metode penelitian kualitatif, wawancara langsung pada penjual jamu adalah alat yang ampuh untuk mendapatkan perspektif yang unik dan mendalam tentang industri jamu tradisional. Dengan memahami perspektif mereka, peneliti dapat mengidentifikasi isu-isu kunci yang mempengaruhi pemulihan penjualan herbal dan mengembangkan strategi terkait untuk meningkatkan daya saing obat herbal tradisional di pasar global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jamu tradisional telah terbukti memiliki manfaat yang signifikan bagi kesehatan manusia. Memanfaatkan kekayaan alam dan pengetahuan tradisional yang berharga, jamu tradisional masih menjadi pilihan yang menarik untuk menjaga dan meningkatkan kesehatan secara alami. Penelitian ini dilakukan di desa Balongdowo Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. Jamu tradisional yang diproduksi oleh Pak Ji dan Bu Meilifianti pemilik Griyo Jamu Helbeh ini dikemas secara sederhana begitu pula dengan pemasarannya. Berikut ini cara agar produk jamu menjadi produk yang berdaya saing global :

1. Pemilihan bahan baku yang berkualitas : Bahan baku jamu tradisional Pak Ji ini menggunakan bahan baku yang bagus dan terjamin kualitasnya. Bahan baku jamu yang di beli oleh Pak Ji ini mudah di cari di pasaran. Perolehan bahan baku bumbu jamu yang mudah tidak hanya membawa keuntungan praktis, tetapi juga membuka peluang inovasi dalam pengembangan obat herbal. Dengan kombinasi rempah yang tepat, kita bisa menciptakan komposisi herbal yang unik dengan manfaat kesehatan yang istimewa. Rempah-rempah yang mudah ditemukan juga memberikan keleluasaan untuk menciptakan rasa dan aroma berbeda yang menarik bagi konsumen. Rempah – rempah pada bahan baku ini termasuk mudah untuk di olah, bahkan kita sendiri pun bisa juga membuat jamu, contohnya seperti jamu sinom yang terbuat dari Kunyit, ada pula Jamu beras kencur yang terbuat dari rempah – rempah seperti Kencur. Bahan pemanis seperti madu, gula aren atau gula merah sering digunakan dalam jamu tradisional untuk menambah rasa dan tekstur minuman. Menggunakan bahan baku rempah-rempah yang mudah didapat, jamu tradisional memiliki peluang yang besar untuk tumbuh dan berkembang menjadi produk yang berdaya saing global. Berkat inovasi dalam formulasi, pemilihan rempah-rempah berkualitas tinggi dan pemeliharaan kualitas produk, jamu tradisional dapat terus menempati posisi istimewa di antara alternatif obat alami, yang mendukung kesehatan dan kesejahteraan masyarakat.
2. Penyajian dan kemasan jamu : Penyajian jamu juga masih tergolong monoton dalam hal kemasan, terutama ditinjau dari aspek visual (Liana Vivin Wihartanti, 2021). Dalam hasil temuan saya, menyatakan bahwa kebanyakan penjual jamu belum memiliki branding dan kemasan yang bagus. Penjual hanya menggunakan metode tradisional yaitu dengan di kemas di dalam botol plastik dan gelas kaca kala ada yang membeli jamu untuk di minum di tempat , sementara, jika pembeli ingin membungkus jamunya untuk di bawa pulang, penjual biasanya menggunakan plastik

sebagai wadahnya. Kemasan jamu pada produksi jamu pak ji saat ini masih menggunakan kantong plastic. Jamu baru akan dibungkus dan dituang ke dalam plastik ketika ada pembeli yang meminta jamu untuk dibungkus dibawa pulang. Maka dari itu disini saya akan melakukan penelitian agar jamu pak ji dapat bersaing di pasar global.

3. **Pemilihan Bahan Kemasan yang Ramah Lingkungan dan membuat Desain atau logo Kemasan yang Berkelanjutan :** Pada saat ini perubahan kemasan sangatlah penting. Kemasan sangatlah berpengaruh terhadap penjualan, kemasan juga wajib memiliki informasi produk yang jelas agar para calon pembeli jamu tidak kesusahan disaat memilih jamu yang akan mereka pilih. Kemasan yang dipilih haruslah kemasan yang aman. Maka dari itu disini saya menyarankan Pak Ji dan Bu Meilifianti agar memilih kemasan yang aman dan memilih kemasan yang menarik agar konsumen tertarik pada jamu yang dijual oleh Pak Ji dan Bu Meilifianti. Kemasan pada jamu juga perlu logo dan merek, guna logo dan merek disini adalah untuk mengenali salah satu ciri khas pemilik jamu tersebut. Produk yang baik akan lebih mudah dikenali jika memiliki merk tertentu . Jika penjual tidak ada memberikan identitas yang berbeda dari produk lain yang ditawarkan, maka konsumen akan dibuat Kebingungan bahkan memengaruhi peluang Konsumen lupa nama produk yang akan dikembangkan. Keberhasilan penjualan suatu produk dipengaruhi oleh kualitas desain kemasan (Ibnu Sholah, 2022). Maka dari itu pak ji sebagai penjual jamu sebaiknya memberikan identitas logo berbeda – beda pada tiap kemasan. Merek adalah nama, simbol atau lambang yang memberikan identitas produk. Labelling adalah bagian yang menginformasikan mengenai produk dan penjual (Emilda, 2022). Maka dari itu desain dan kemasan yang menarik dapat menarik perhatiin konsumen.
4. **Promosi dan Pemasaran yang Efektif :** Pada masa sekarang ini banyak sekali para pedagang maupun pengusaha memanfaatkan teknologi. Sehingga Jamu dapat bersaing dengan perkembangan zaman, dan dapat masuk dalam sistem Jaminan Kesehatan Nasional (Rosy Febriani Daud, 2022). Strategi pemasaran digital lebih umum dan efektif dari sebelumnya (Abdul Razak Munira, 2023). Rata – rata pada saat ini para penjual ataupun pedagang sering memasarkan produk mereka ke media sosial. Pemasaran media sosial telah menjadi bentuk kegiatan pemasaran langsung dan tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran dan pengenalan merek (Alshurideh, 2022). Maka dari itu kita perlu memasarkan produk kita ke media social maupun media digital lainnya, agar produk kita bisa dikenal diseluruh pasar

nasional maupun pasar internasional agar produk kita bisa mencapai penjualan yang bisa berdaya saing global. Karna pemasaran di pasar digital maupun media social dapat membantu para pemilik usaha menemukan koneksi baru sehingga dapat mengoptimalkan pasar secara global (Mohammad Hamim Sultoniab, 2022). Pemasaran suatu produk adalah konsep tradisional yang telah berkembang berdasarkan perubahan masyarakat, khususnya perubahan perilaku masyarakat (Emad Tariq, 2022). Pemasaran adalah cara untuk mencapai tujuan bersama. Adapula faktor komunikasi yang berpengaruh dalam pemasaran suatu produk. Tujuan utama pemasaran adalah membangun citra yang baik dan unik. Agar Meningkatkan konsumsi pengunjung dan memperpanjang pesanan yang dibeli oleh konsumen, kita memastikan agar para konsumen tetap bertahan pada produk jamu pada Griyo Jamu Helbeh Pak Ji ini. Demi tercapainya sebuah pesan kepada konsumen, diperlukan strategi komunikasi yang kreatif, informatif, dan komunikatif (Rahmiati Aulia, 2021). Dalam pemasaran, upaya untuk mencapai tujuan bersama, dimana terdapat faktor komunikasi yang berpengaruh. Bagaimana cara berkomunikasi kepada konsumen dapat mempengaruhi efek yang mereka terima. Dalam hal ini peran penjual harus sangat mengesankan, karena memang wajib saling berkomunikasi dengan konsumen dengan harapan akan berita dan Informasi yang diberikan dapat diterima baik dan sesuai.

5. Peningkatan akses ke pasar global : Meningkatkan pendekatan tradisional Jamu ke pasar dunia merupakan langkah penting untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing produk. Perluasan pasar dapat meningkatkan akses ke pasar global dan membuka peluang baru untuk menjual jamu tradisional di berbagai negara. Dengan membawa produk jamu tradisional ke pasar global, kita dapat menjangkau lebih banyak konsumen yang mungkin belum mengetahui keajaiban dan manfaat kesehatan yang ditawarkan oleh jamu tradisional. Pelestarian budaya dapat memperluas akses ke pasar global, jamu tradisional dapat menjadi duta budaya, mempromosikan dan memamerkan warisan budaya suatu negara. Obat herbal tradisional yang unik dan serbaguna adalah jendela dunia untuk memahami kearifan lokal dan tradisi penyembuhan yang telah berusia berabad-abad.
6. Keunggulan jamu : Keunggulan dari Griyo Jamu Helbeh Pak Ji Dan Bu Meilifianti ini memberikan manfaat pada kesehatan tubuh kita. Jamu ini juga bisa mengobati penyakit yang ada di tubuh kita. Jamu dari pak ji ini sangatlah manjur, karena saya sendiri juga pernah mengkonsumsi jamu dari Griyo Jamu Helbeh Milik Pak Ji Dan

Bu Meilifianti. Penting untuk diingat bahwa manfaat jamu tradisional dapat bervariasi dari orang ke orang dan setiap orang dapat menanggapi secara berbeda. Oleh karena itu, konsultasikan terlebih dahulu dengan dokter Anda sebelum menggunakan jamu tradisional, terutama jika Anda memiliki penyakit yang serius atau sedang mengonsumsi obat lain.

Peningkatan akses ke pasar global untuk jamu tradisional tidak hanya berarti peningkatan pangsa pasar, tetapi juga efek positif pada ekonomi, pelestarian budaya, dan pilihan kesehatan alternatif. Berkat upaya tersebut, jamu tradisional dapat menjadi sumber yang berharga untuk meningkatkan kesehatan masyarakat di seluruh dunia.

Pemulihan jamu tradisional merupakan langkah penting untuk melestarikan dan menghidupkan kembali warisan budaya serta meningkatkan kesehatan alami untuk generasi mendatang.

LAMPIRAN DOKUMENTASI DAN PERIZINAN PENELITIAN



Gambar 1. Surat Tugas Penelitian Dari Kampus



Gambar 2. Surat Perizinan Dari Desa



Gambar 3. Bungkus Jamu



Gambar 4. Bersama Pemilik Jamu



Gambar 5. Gelas Saji Jamu

KESIMPULAN

Pemulihan jamu tradisional menjadi produk berdaya saing global merupakan langkah penting dalam melestarikan warisan budaya dan mempromosikan jamu yang bermanfaat bagi masyarakat. Di era globalisasi dan preferensi konsumen yang berubah, jamu tradisional menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif di pasar dunia. Namun dengan strategi yang tepat, jamu tradisional berpeluang memperoleh posisi yang kuat dan bersaing dengan produk kesehatan dan obat lainnya.

Mengembalikan jamu tradisional sebagai produk yang berdaya saing global penting dalam banyak hal. Pertama, kebangkitan ini memungkinkan Jamu tradisional dipasarkan secara internasional dan menawarkan akses yang lebih besar kepada konsumen yang mencari

pilihan pengobatan alami dan holistik. Ketersediaan produk jamu tradisional di toko makanan kesehatan, apotek, dan saluran penjualan online terkait di pasar sasaran memainkan peran kunci dalam memastikan ketersediaan produk dan meningkatkan aksesibilitas.

Kedua, memulihkan daya saing jamu tradisional secara global akan berdampak positif bagi perekonomian lokal. Industri jamu tradisional dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan dengan meningkatkan produksi, mengembangkan sektor terkait seperti pengolahan bahan baku jamu. Hal ini memberikan peluang ekonomi yang lebih luas bagi produsen, penjual dan petani komoditas tanaman.

Selain itu, pemulihan jamu tradisional menjadi produk berdaya saing global juga berkontribusi dalam promosi warisan budaya. Jamu tradisional adalah bagian penting dari budaya dan tradisi pengobatan di berbagai negara. Dengan mengimpor dan mempromosikan jamu tradisional di pasar dunia, kita dapat memperoleh pengakuan internasional atas nilai budaya dan keunikan jamu tradisional.

Dalam upaya menjadikan jamu tradisional kembali menjadi produk yang berdaya saing global, strategi yang meliputi inovasi produk, pemasaran dan branding yang efektif, peningkatan mutu dan standar, serta kerjasama dengan para ahli dan lembaga penelitian menjadi kunci keberhasilan. Dalam melaksanakan strategi tersebut, penting untuk menjaga keutuhan dan keaslian jamu tradisional, menjaga kualitas bahan baku serta mematuhi peraturan dan standar yang berlaku di pasar internasional. Pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing, strategi pemulihan yang efektif dan manfaat yang dapat dihasilkan dari pemulihan obat tradisional menjadi produk yang berdaya saing global diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan jamu tradisional yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat di pasar global.

SARAN

Pembahasan penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan masukan yang lebih banyak. Peneliti sangat mengharapkan banyak kontribusi dari para pembaca untuk menjadikannya lebih baik lagi. Peneliti berharap topik dan pembahasan yang telah digariskan dapat meningkatkan rasa ingin tahu pembaca untuk melanjutkan penelitian dengan melakukan wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait untuk mendapatkan informasi tambahan agar dapat dikomunikasikan kepada semua pihak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara dan memberikan informasi berharga yang mendukung penelitian ini. Tanpa kerjasama dan partisipasi pemilik griyo jamu helbeh, penelitian ini tidak akan berhasil.

Tidak lupa, saya ingin berterima kasih banyak kepada Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo dan kepada Bapak Wahyu Eko Pujiyanto, SE.,M.M selaku dosen mata kuliah Manajemen Koperasi Dan Ukm yang telah memberikan banyak informasi bermanfaat. Dukungan ini sangat berarti dan memberikan kesempatan bagi kami untuk melaksanakan penelitian dengan baik.

Terima kasih sekali lagi kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penelitian ini. Saya selaku peneliti mengucapkan maaf dan terima kasih kepada semuanya. Kajian penelitian ini telah ditulis dengan sebenar – benarnya dan sesuai dengan fakta dan bukti yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Razak Munira, N. K. (2023). International Journal of Data and Network Science, (2023), 7(1). *The impact of digital marketing and brand articulating capability for enhancing marketing capability*, 65-72. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.12.005>
- Alshurideh, M. A. (2022). International Journal of Data and Network Science, (2022), 6(3) . *The effect of digital marketing on purchase intention: Moderating effect of brand equity*, 837-848. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.012>
- Emad Tariq, M. A.-H. (2022). International Journal of Data and Network Science, (2022), 6(3) . *The role of digital marketing, CSR policy and green marketing in brand development*, 995-1004. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.1.012>
- Emilda, T. W. (2022). Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal, (2022), 5(1) . *Pendampingan UMKM Penjual Jamu Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kemasan, Merek, dan Label*, 53-60. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1249>
- Ibnu Sholah, Y. P. (2022). Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM), (2022), 1(4) . *Pengaruh Desain Kemasan dan Ecommerce Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Herbal dan Rempah Madura*, 1-10. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i4.13503>
- Lestari D, A.-B. B. (2022). Jurnal ABDIMAS Budi Darma, (2022), 2(2). *Strategi Pemasaran Online Usaha Jamu Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Tanjung Siporkis Kec. Galang Kab. Deli Serdang*, 1-4. <https://doi.org/10.30865/pengabdian.v2i2.3876>
- Liana Vivin Wihartanti, R. P. (2021). D'edukasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, (2021), 1(1) . *STRATEGI PEMASARAN JAMU DI ERA INDUSTRI 4.0*, 1-9. <https://doi.org/10.25273/dedukasi.v1i1.9580>
- Mohammad Hamim Sultoniab, S. A. (2022). International Journal of Data and Network Science, (2022), 6(4) . *Digital marketing, digital orientation, marketing capability, and information technology capability on marketing performance of Indonesian SMEs*, 1381-1388. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.5.013>
- Rahmiati Aulia, W. R. (2021). Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual, (2021), 9(2). *SUSTAINABLE PACKAGING DESIGN (STUDI KASUS PENGUKURAN PERSEPSI DESAIN KEMASAN PRODUK JAMU HOUSEBLEND SUWE ORA JAMU)*, 241-256.
- Rosy Febriani Daud, E. A. (2022). Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS), (2022), 1(3). *Strategi Komunikasi Pemasaran Jamu Tradisional di Era Teknologi Digitalisasi 4.0*, 233-248.
- Satria Tirtayasa, I. N. (2021). Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, (2021), 22(2). *Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19*, 1-17.
- Sofiati, I. S. (2021). Jurnal Ilmiah Padma Sri Kreshna, (2021), 3(1) . *Strategi Memikat Dan Mempertahankan Pelanggan Melalui Digital Marketing Dan Aplikasi Keuangan Fintech Warung Jamu Tradisional Pada Era Pandemi Covid-19*, 1-10. <https://doi.org/10.37631/psk.v3i1.396>