

SKRIPSI

**PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI
DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN**

Oleh:

**DENI PANCA RAMADAN
NPM. 2003011025**



**Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/2024 M**

PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

DENI PANCA RAMADAN
NPM.2003011025

Pembimbing: Dharma Setyawan, M.A

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/2024 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Deni Panca Ramadan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **DENI PANCA RAMADAN**
NPM : 2003011025
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA
DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU
KABUPATEN WAY KANAN**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Juni 2024
Pembimbing,



Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA
DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU
KABUPATEN WAY KANAN**

Nama : **DENI PANCA RAMADAN**

NPM : 2003011025

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 08 Juni 2024
Pembimbing,



Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : *B.2079/117.28.3/D/pp.00.9/07/2024*

Skripsi dengan Judul: PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN, disusun Oleh: DENI PANCA RAMADAN, NPM: 2003011025, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Selasa/25 Juni 2024.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dharma Setyawan, MA

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Diana Ambarwati, M.E.Sy

Sekretaris : Alfiansyah Imanda Putra, M.Kom

(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)
(*[Signature]*)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

[Signature]
Dr. Mat Jahl, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN

Oleh:

DENI PANCA RAMADAN

NPM. 2003011025

Pada era digitalisasi yang semakin berkembang pesat saat ini, berbagai sektor usaha mengalami transformasi yang signifikan, termasuk industri jamu tradisional. Jamu, sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia, memiliki peran penting dalam kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Di Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan, usaha jamu tradisional telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Namun, dengan adanya perubahan teknologi dan pola konsumsi masyarakat, usaha jamu tradisional dihadapkan pada tantangan baru dan peluang yang menjanjikan. Digitalisasi memberikan peluang besar bagi para pelaku usaha jamu tradisional untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan prospek usaha jamu tradisional di era digitalisasi di Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prospek usaha jamu tradisional di era digital cukup menjanjikan, meskipun menghadapi berbagai tantangan. Permintaan yang terus meningkat karena kesadaran masyarakat akan manfaat obat herbal yang alami dan minim efek samping, membuka peluang besar bagi bisnis jamu tradisional. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah fluktuasi harga rempah-rempah yang diperlukan dan keberlanjutan pasokan bahan baku. Di era digital, keberlanjutan usaha jamu tradisional dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan distribusi, serta dengan adanya kerjasama yang lebih baik antara petani dan pedagang dalam memastikan pasokan bahan baku. Dengan strategi yang tepat dalam manajemen pasokan dan pemasaran, serta adaptasi teknologi dalam proses produksi dan distribusi, prospek jamu tradisional di era digital tetap cerah dan berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap kesehatan masyarakat perekonomian lokal.

Kata Kunci: Prospek Usaha, Jamu Tradisional, Era Digitalisasi

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DENI PANCA RAMADAN

NPM : 2003011025

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 08 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Deni Panca Ramadan

NPM. 2003011025

MOTTO

وَأَنَّ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَى ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ
الْجِزَاءَ الْأَوْفَى ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَى ﴿٤٢﴾ (سورة النجم, ٣٩-٤٢)

Artinya: dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya), Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna, dan bahwasanya kepada Tuhanmulah kesudahan (segala sesuatu). (Q.S. An-Najm: 39-42)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, saya persembahkan skripsi ini kepada

1. Kedua orang tuaku tercinta, terimakasih atas do'a dan juga dukungan yang tiada hentinya, cinta dan kasih sayang yang tiada penalti. Terimakasih atas nasehat, kepercayaan, dan perhatian yang selalu diberikan kepada peneliti sampai di titik ini.
2. Terimakasih kepada kakak saya, yang senantiasa membantu membiaya kuliah saya.
3. Terimakasih kepada dosen pembimbing skripsi bapak Dharma Setyawan, M.A yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini
4. Untuk diriku sendiri, terimakasih sudah mampu melewati proses yang panjang dan menguras tenaga, dan juga pikiran untuk sampai di titik akhir dalam perkuliahan
5. Untuk para sahabat perjuangan yang namanya tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu. Terimakasih banyak telah membantu dan memberi semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini
6. Kepada almamater IAIN Metro Lampung tercinta yang menjadi tempat peneliti menuntut ilmu
7. Serta kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Upaya penyelesaian skripsi ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dharma Setyawan, M.A Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
6. Informan dalam penelitian ini yaitu 6 penjual jamu yang telah memberikan keterangan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang Ekonomi Syariah.

Metro, 08 Juni 2024
Peneliti,



Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Prospek Usaha.....	10
B. Jamu Tradisional	15
C. <i>Digital Marketing</i>	18
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis dan Sifat Penelitian	23
B. Sumber Data.....	24
C. Teknik Pengumpulan Data.....	25
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data	26
E. Teknik Analisa Data.....	27

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
	A. Profil Kecamatan Pakuan Ratu	29
	1. Keadaan Geografis	29
	2. Keadaan Penduduk.....	33
	3. Keadaan Sosial Ekonomi	33
	4. Jamu Sebagai Warisan Budaya	34
	5. Jamu Sebagai Nilai Ekonomi	35
	B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	36
	C. Analisis Usaha Jamu Tradisional	40
	D. Analisis Ilustrasi Perhitungan Bisnis (BEP)	57
BAB V	PENUTUP.....	60
	A. Kesimpulan	60
	B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Media Digital Pedagang Jamu	5
1.2. Penelitian Relevan	9
4.1. Hasil Wawancara Pedagang	36
4.2. Hasil Wawancara Konsumen.....	40
4.3. Pendapatan Pedagang Jamu.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1. Peta Kecamatan Pakuan Ratu	32

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing)
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Tugas
5. Surat Research
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Uji Plagiasi Turnitin
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jamu tradisional merupakan sebutan untuk obat tradisional yang ada di Indonesia atau biasa disebut dengan obat herbal. Jamu dibuat dengan bahan yang alami tanpa bahan kimia, berupa bagian dari tumbuhan seperti kunyit, jahe, akar-akaran, daun-daunan dan kulit batang pohon¹. Penjual jamu tradisional memiliki produk yang bervariasi untuk dijual, hal ini bergantung pada produk yang sering dikonsumsi konsumen serta pesanan yang diterima penjual. Produksi minuman jamu tradisional sangat berpotensi untuk dikembangkan karena dapat meningkatkan metabolisme serta daya tahan tubuh manusia.²

Jamu tradisional memiliki peran penting dalam kesehatan masyarakat karena dapat menyediakan alternatif pengobatan yang terjangkau, dan mempertahankan warisan budaya. Jamu tradisional selain berguna untuk mengobati penyakit juga berfungsi dalam pencegahan penyakit karena dapat meningkatkan imun tubuh manusia, contohnya kunyit yang dapat mengobati atau mencegah gejala sakit magh dengan cara meminum air perasannya atau

¹Viorensa Tedjalaksana dan Lucyana Trimo, "Analisis Strategi Pemasaran Digital Umkm Produk Herbal di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Pengusaha Jamu Herbal Sinom di Surabaya)", *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 8, no. 2 (2022): 948.

²Dina Amalia Khoirun Nadha, Raswadiyanto dan Wahyu Eko Pujiyanto, "Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global", *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora* 2, no. 3 (2023): 71–82.

jamu pahitan yang dapat meningkatkan nafsu makan, mengontrol kadar glukosa dalam darah penderita diabetes dan mengatasi pegal linu.

Pemerintah sudah memberikan perhatian yang cukup untuk berkembangnya pengobatan tradisional pada saat ini. Pengobatan tradisional yang tertera dalam Undang-Undang RI No. 36 tahun 2009 tentang kesehatan pasal 1 yang mengatakan pelayanan kesehatan tradisional ialah pengobatan atau perawatan dengan cara obat yang mengacu pada pengalaman dan keterampilan turun temurun yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat³.

Pada era digital, peluang usaha jamu tradisional semakin lebar. Dengan meningkatnya akses teknologi dan kesadaran akan kesehatan alami, banyak orang beralih ke jamu tradisional sebagai pilihan untuk menjaga kesehatan mereka. Peluang usaha menggunakan cara digital memang cukup sulit bagi orang yang belum paham teknologi atau gagap teknologi, namun saat ini cukup mudah orang memahami teknologi karena penggunaan sosial media merupakan produk teknologi yang sangat erat dengan kehidupan kita, selain itu dukungan teknologi dan media sosial memungkinkan para pelaku usaha jamu untuk memperkenalkan secara luas dan efektif. Oleh karena itu memanfaatkan strategi pemasaran *digital* dan *platform online* dapat menjadi langkah yang tepat dalam memanfaatkan peluang usaha jamu di era *digital*. salah satu bentuk pemasaran digital menggunakan sosial media yang sering digunakan adalah *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram*.

³Rosy Febriani Daud dan Abadi Novrimansyah, "Traditional Herbal Medicine Marketing Communication Strategy in the Era of Digitalization Technology", *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)* 1, no. 3 (2022): 233–248.

Dalam upaya mengembangkan prospek usaha, penting untuk memahami beberapa teori dasar yang mendasari keberhasilan suatu bisnis. Salah satu teori yang relevan adalah Teori Peluang Usaha. Teori ini menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat bergantung pada kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Peluang usaha dapat timbul dari berbagai sumber, seperti perubahan tren pasar, inovasi teknologi, perubahan regulasi, atau kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi.

Prospek usaha sangat erat kaitannya dengan digitalisasi karena adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Digitalisasi memungkinkan pengusaha untuk mengotomatisasi proses bisnis, serta memperkenalkan model bisnis baru *e-commerce* dan layanan berbasis aplikasi. Dengan demikian, pengusaha yang mampu memanfaatkan teknologi digital cenderung memiliki prospek yang lebih baik dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar yang cepat.

Strategi pemasaran adalah proses yang berkaitan dengan rancangan dan pembuatan kemasan serta bagaimana cara pemasaran di era digital saat ini., sedangkan untuk metode pemasaran jamu saat ini kebanyakan masih dilakukan dengan cara berkeliling dari rumah ke rumah. Salah satu strategi pemasaran yang saat ini sedang terjadi ialah peralihan strategi pemasaran konvensional menuju strategi pemasaran digital. Penyebarluasan dari perkembangan penggunaan internet sudah memberikan dampak yang

signifikan pada pengusaha yang memerlukan pemahaman serta penerapan pada strategi pemasaran produk yang tepat⁴. Pentingnya strategi pemasaran dalam prospek usaha jamu tradisional sangatlah besar, terutama di era *digital* saat ini. *Socia media marketing* merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media sosial sebagai *platform* untuk menawarkan produk jamu tradisional oleh pedagang, adapun media sosial yang digunakan yaitu facebook dan whatsapp

Beberapa pedagang jamu tradisional di Kecamatan Pakuan Ratu sudah mulai mengenal digital marketing terhadap tren bisnis *modern*, pedagang jamu sudah mulai menggunakan *platform online* untuk mempromosikan produk jamunya. Seperti melalui *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Instagram*. *Digital marketing* memungkinkan mereka menjangkau *audiens* yang lebih luas, menyampaikan informasi tentang manfaat jamu secara efektif, dan berinteraksi langsung dengan pelanggan, apalagi masyarakat yang ada di kecamatan pakuan ratu rata-rata bekerja sebagai petani. Hal ini membuka peluang baru untuk pertumbuhan usaha jamu tradisional di tengah era digitalisasi.

Berdasarkan hasil *prasurvey* yang peneliti lakukan dengan mewancarai 5 pedagang jamu diperoleh informasi bahwa usaha jamu yang dilakukan penjualannya sebagian sudah melalui digitalisasi. Digitalisasi tersebut berupa promosi yang dilakukan melalui sosial media yaitu Facebook dan WhatsApp. Produk yang dijual masih jamu asli dan dalam kemasapun masih

⁴Chris Monasanti, "Strategi Pemasaran Jamu Tradisional 'Mas Kembar' di Pasar Gede Kota Surakarta" (2021).

menggunakan kemasan biasa. Penjualan jamu tidak hanya melalui digitalisasi tetapi juga dengan berjualan keliling dan membuka lapak di pasar. Jamu yang dijual diantaranya adalah jamu kunyit asem, pahitan, beras kencur, sirih, temulawak, dan cabai puyang (cabai jawa). Pendapatan sehari dari menjual jamu sendiri berkisar Rp. 300.000 dengan melayani kurang lebih 25 orang pelanggan, sebelum menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya pendapatan pedagang jamu dalam sekali jualan berkisar Rp. 200.000 dengan waktu berjualan yang relatif lebih lama dibandingkan saat menggunakan media sosial. Namun demikian muncul permasalahan yaitu sulitnya mencari beberapa bahan herbal untuk jamu sehingga pengusaha harus mencari ke daerah lain untuk memasok bahan pembuatan jamu, konsumen harus menunggu pesannya diantar dikarenakan penjual masih berkeliling, pesanan akan ditolak jika akses jalannya tidak bisa dilalui dan juga penjual tidak bisa mengantar ketika titik pengantaran melebihi 5 kilometer.⁵

Tabel 1.1
Media Digital Pedagang Jamu

No	Nama	Whatsapp	Facebook
1	Ernawati	081368715365	Erna Tupang
2	Rani	085225514456	Rani
3	Romsidah	081369380430	Nuna Swifties

Melihat perkembangan teknologi yang semakin pesat dan paling banyak digunakan oleh penduduk di Kecamatan Pakuan Ratu, sekaligus dampak yang ditimbulkan dari penggunaannya memiliki peran yang kuat untuk penggunaannya memudahkan dalam berinteraksi sosial, maka dari itu penelitian ini akan membahas **“Prospek Usaha Jamu Tradisional di Era**

⁵ Ernawati, “Wawancara Penjual Jamu”(Tanjung Serupa Pakuan Ratu 20 Desember 2023)

Digitalisasi di Desa Tanjung Serupa Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan”

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian “Bagaimana prospek usaha jamu tradisional di era digitalisasi di Desa Tanjung Serupa Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan”?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian di atas maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan prospek usaha jamu tradisional di era digitalisasi di Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

a. Manfaat secara teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dalam pengembangan keilmuan serta menambah wawasan tentang pentingnya mengerti sebuah peluang usaha pada saat ini serta mengedukasi masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan dengan mengkonsumsi jamu.

b. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan bagi pedagang mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan atau konsumen untuk jamu tradisional.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini berisi uraian sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu tentang permasalahan yang akan dikaji, peneliti mengajukan dan mengemukakan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis pada hasil kajian terdahulu perlu dilaksanakan pada bagian ini. Sehingga dapat diketahui dimana tempat penelitian dilakukan berada.

Diantaranya hasil penelitian dari Rosy Febriani Daud dan Eko Abadi Novrimansyah dengan judul, "*Strategi Komunikasi Pemasaran Jamu Tradisional Di Era Teknologi Digitalisasi 4.0*" penelitian ini bertujuan untuk mengangkat tentang strategi pemasaran jamu tradisional di era teknologi digitalisasi 4.0. kesimpulan dari penelitian ini menyatakan perubahan penjualan atau berbisnis dari sistem offline menjadi online cukup sulit. Hal ini dikarenakan dari faktor kadaluarsa jamu, karena hal itu diharapkan produsen jamu tradisional memiliki asisten yang melek teknologi.

Perubahan perilaku konsumen yang saat ini mencari informasi dan pembelian barang atau jasa mulai meningkat maka produsen jamu tradisional harus mulai memperbaiki penjualan secara digital. Perubahan yang secara tiba-tiba dan harus diantisipasi dengan cepat untuk mengatasi tutupnya

kegiatan usaha ini, antara lain dengan menempatkan pegawai yang masih muda dengan literasi media sosial dan memahami *e-commerce*⁶.

Hasil penelitian Nuri Purwanto dengan judul, “*Mengangkat Potensi Jamu Tradisional sebagai Alternatif Usaha di Era Digital*”. Penelitian ini menjelaskan potensi jamu tradisional sebagai alternatif usaha di era digital. Sehingga kesimpulan dari penelitian ini adalah mengangkat potensi jamu tradisional sebagai alternatif usaha merupakan langkah yang tepat dengan potensi Indonesia yang kaya akan produk alam dan dapat dimanfaatkan sebagai obat. Apalagi dengan adanya pandemi covid 19 ibu-ibu PKK tambakrejo memanfaatkan peluang dengan mengolah tanaman herbal sebagai usaha. Masyarakat diajarkan mengenai, riset pasar, praktek pembuatan produk sampai penjualan, metode yang digunakan menggunakan seminar dan workshop⁷.

Femmy Rafni dengan judul “*Strategi Pengembangan Usaha Jamu Tradisional (Studi Kasus: Kelurahan Mabar Hilir, Kecamatan Medan Deli Kota Medan)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi penjualan yang harus dilakukan penjual usaha jamu tradisional adalah strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu menciptakan inovasi baru untuk meningkatkan nilai jual jamu tradisional, melakukan promosi dengan menggunakan suara yang unik untuk menarik perhatian konsumen dan pemasaran jamu diperluas.⁸

⁶Rosy Febriani Daud dan Eko Abadi Novrimansyah, “Traditional Herbal Medicine Marketing Communication Strategy in the Era of Digitalization Technology”, *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)* 1, no. 3 (2022): 233

⁷Nuri Purwanto, “Mengangkat Potensi Jamu Tradisional Sebagai Alternatif Usaha di Era Digital”, *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2021): 138–141.

⁸Femmy Rafni “Strategi Pengembangan Usaha Jamu Tradisional (Studi Kasus: Kelurahan Mabar Hilir, Kecamatan Medan Deli Kota Medan)”, Skripsi (Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan di atas, maka dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki kajian atau pembahasan yang berbeda meskipun ada beberapa kajian-kajian yang sama.

Tabel 1.2
Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Rosy Febriana Daud dan Eko Abadi Novrimansyah	Strategi komunikasi pemasaran jamu tradisional di era teknologi digitalisasi 4.0	Sama-sama mengkaji tentang digitalisasi	Mengarah pada prospek usaha bukan strategi komunikasi pemasaran
2	Nuri Purwanto	Mengangkat Potensi Jamu Tradisional sebagai Alternatif Usaha di Era Digital	Sama-sama mengangkat potensi jamu tradisional di era digital	Penelitian dilakukan di kecamatan pakuam ratu
3	Femmy Rafni	Strategi Pengembangan Usaha Jamu Tradisional (Studi Kasus: Kelurahan Mabar Hilir, Kecamatan Medan Deli Kota Medan)	Sama-sama meneliti tentang potensi jamu tradisional	Mengarah pada potensi jamu tradisional di era digital

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Prospek Usaha

1. Definisi Prospek

Pada kamus besar bahasa Indonesia prospek ialah peluang dari sebuah harapan atau kemungkinan baik. Prospek adalah suatu hal yang mungkin muncul dalam suatu peristiwa dan berpotensi memiliki dampak tertentu.¹

Menurut Siswanto Sutejo, prospek ialah gambaran dari keseluruhan, baik peluang atau ancaman dari kegiatan pemasaran yang dilakukan dan memiliki hubungan dengan ketidakpastian dari penjualan atau pemasaran. Dijelaskan bahwa prospek bukan hanya tentang hal positif dari peluang, tapi dari sisi negatifnya juga.

Menurut Paul R.Kruman, prospek adalah peluang yang dilakukan karena terdapat usaha dari seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan juga untuk memperoleh keuntungan. Dari hal ini prospek dikaitkan dengan dua hal yaitu peluang dan keuntungan, atau dapat dimaknai sebagai peluang yang dapat memperbesar untuk memperoleh keuntungan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia peluang adalah sebuah kesempatan baik pada bentuk yang abstrak ataupun konkrit, sehingga

¹A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), 94

terjadinya peluang dari kewirausahaan dapat dimaknai sebagai kesempatan pasti yang diperoleh seseorang dengan mengandalkan potensi².

2. Definisi Usaha

Usaha adalah sebuah perilaku dalam mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan dalam mencapai suatu maksud tertentu. Pada ilmu bisnis usaha merupakan sebuah kegiatan perekonomian yang dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan³.

Menurut Amirullah Imam Hardjanto pada buku "*proses pengembangan usaha*" oleh Haryaro, usaha adalah kegiatan yang dilaksanakan untuk menghasilkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan/konsumen dengan harapan memperoleh keuntungan melalui transaksi penjualan barang tersebut⁴. Sedangkan menurut Harmaizar Z pada buku "*menangkap peluang usaha*" usaha adalah kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, baik yang dilaksanakan oleh perseorangan atau melalui sebuah badan usaha yang didirikan di suatu daerah atau negara dengan berbentuk badan hukum maupun tidak berbentuk badan hukum⁵.

²Andrew Jeklin, "Teori Tentang Prospek Usaha", *Jurnal Kewirausahaan* 1, no. 3, (2016): 1–23.

³Nathaniel E Helwig, Sungjin Hong, dan Elizabeth T Hsiao-wecksler, "Analisis Efektivitas Iklan Video Online Gojेल Versi Introducing: JO & JEK Menggunakan Direct Rating Method". (2016).

⁴Alim Syariati, *Kewirausahaan Cara Mudah Memulai Usaha*, (Gowa: Pustaka Almada, 2022), 40

⁵Firda Aulia Nur Miftitah dan Mashudi, "Peluang Bisnis Bagi Umkm di Era Digital (Studi Kasus Pada UMKM Sheo Sweet di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung)", *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 2, no. 1 (2023): 358–365.

Jenis-jenis usaha dibagi menjadi empat jenis yaitu

a. Usaha Mikro

Usaha mikro adalah bisnis yang dimiliki perorangan, karakteristik dari usaha mikro memiliki penghasilan bersih tidak lebih dari Rp 50 juta tidak termasuk bangunan tempat usaha dan tanah. Usaha mikro ini memiliki penghasilan paling banyak dalam setahun Rp 300 juta⁶.

b. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah bisnis informal dengan modal, aset, serta omset yang cukup kecil. Produk usahanya sering berganti, tidak memiliki tempat yang tetap, perbankan tidak dapat melayaniya serta belum memiliki legalitas usaha.

Karakteristik usaha ini memiliki kekayaan bersih Rp 50 juta sampai Rp 500 juta lebih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan lebih dari Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar pertahunnya⁷.

c. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah bisnis yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang tidak merupakan cabang atau anak perusahaan yang dikuasai. Secara tidak langsung yaitu usaha besar atau kecil yang memiliki jumlah pendapatan bersih dan hasil dari penjualan tahunan.

⁶Jeklin, "Teori Tentang Prospek Usaha.", 49

⁷A. Rusdiana, *Kewirausahaan Teori dan Praktik.*, 95

Karakteristik usaha menengah yaitu memiliki kekayaan di luar tanah dan bangunan tempat bisnis secara bersih lebih besar dari Rp 200 juta sampai Rp 10 miliar⁸.

d. Usaha Besar

Usaha besar adalah kegiatan usaha produktif yang dilaksanakan oleh badan usaha dengan jumlah pendapatan kekayaan bersih dari penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah. Usaha ini biasanya milik negara atau swasta, atau usaha asing yang dimiliki oleh negara.⁹

3. Definisi Prospek Usaha

Prospek usaha merupakan gambaran umum mengenai bisnis yang akan dijalankan. Keberhasilan suatu usaha tergantung pada faktor internal dan eksternal dari pengusaha itu sendiri. Faktor internal seperti modal, manajemen dan lain sebagainya, sedangkan faktor eksternal seperti penggunaan teknologi untuk meningkatkan pendapatan memerlukan biaya dan diharapkan dapat memberikan manfaat atau keuntungan bagi pengusaha¹⁰. Prospek usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:

- a. Kondisi Ekonomi: Stabilitas ekonomi, inflasi, suku bunga, dan kebijakan fiskal dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan investasi bisnis.

⁸Moh Alifuddin dan Mashur Razak, *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*(Jakarta: MAGNAScript Publishing, 2015), 48

⁹Nuri Purwanto, "Mengangkat Potensi Jamu Tradisional Sebagai Alternatif Usaha di Era Digital", *Jumat, Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2021): 59

¹⁰H. A. Rusdiana, "Kewirausahaan Teori Dan Praktik," *CV Pustaka Setia* (2018): 369.

- b. Persaingan Pasar: Jumlah dan kekuatan pesaing, serta strategi yang mereka gunakan, dapat memengaruhi pangsa pasar dan keuntungan.
- c. Perubahan Teknologi: Kemajuan teknologi dapat membuka peluang baru atau mengancam model bisnis yang sudah ada.
- d. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah: Hukum dan peraturan yang mengatur industri tertentu bisa mempengaruhi operasi dan biaya bisnis.
- e. Kondisi Sosial dan Demografis: Perubahan dalam preferensi konsumen, demografi, dan tren sosial bisa mempengaruhi permintaan produk atau layanan.
- f. Sumber Daya dan Bahan Baku: Ketersediaan dan harga bahan baku serta sumber daya manusia yang berkualitas dapat mempengaruhi biaya produksi dan operasional.
- g. Inovasi dan Kreativitas: Kemampuan untuk berinovasi dan menawarkan produk atau layanan baru yang memenuhi kebutuhan pasar.

Memahami dan mengelola faktor-faktor ini dengan baik dapat membantu bisnis berkembang dan bertahan di pasar yang kompetitif.

Teori prospek mengasumsikan bahwa kerugian dan keuntungan dinilai secara berbeda, sehingga individu mengambil keputusan berdasarkan keuntungan yang dirasakan bukan kerugian yang dirasakan. Dikenal juga dengan teori keengganan rugi, konsep umumnya adalah jika dua pilihan diberikan kepada seseorang, keduanya setara, yang satu

disajikan dalam bentuk potensi keuntungan dan yang lainnya dalam bentuk kemungkinan kerugian, maka pilihan pertama adalah terpilih.

Menurut Tversky dan Kahneman, efek kepastian muncul ketika masyarakat lebih menyukai hasil tertentu dan tidak memikirkan hasil yang mungkin terjadi. Efek kepastian menyebabkan individu menghindari risiko ketika ada prospek keuntungan yang pasti. Hal ini juga berkontribusi pada individu yang mencari risiko ketika salah satu pilihan mereka pasti mengalami kerugian.

B. Jamu Tradisional

1. Pengertian Jamu Tradisional

Indonesia memiliki cara pengobatan tradisional secara turun temurun dari para leluhurnya (nenek moyang). Pengobatan tradisional ini pada umumnya diyakini lebih aman dari pada pengobatan modern, karena pengobatan tradisional tidak begitu keras juga lebih murah dan praktis¹¹. Jamu merupakan ramuan tradisional sebagai salah satu upaya pengobatan yang telah dikenal luas dan dimanfaatkan oleh masyarakat dengan tujuan mengobati penyakit ringan, mencegah datangnya penyakit, menjaga ketahanan dan kesehatan tubuh¹².

Jamu merupakan warisan budaya bangsa yang sudah digunakan secara turun temurun. Indonesia memiliki keunggulan dalam hal pengembangan jamu dengan 9.600 jenis tanaman obat yang dapat

¹¹Nadha, Raswadiyanto dan Pujiyanto, "Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global", 82

¹²Tedjalaksana dan Trimo, "Analisis Strategi Pemasaran Digital UMKM Produk Herbal di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Pengusaha Jamu Herbal Sinom di Surabaya)", 948.

digunakan sebagai bahan dasar jamu. Selain itu, pemerintah juga sudah menggolongkan tanaman obat yang merupakan bahan baku pembuatan jamu ke dalam sepuluh komoditas potensial untuk dikembangkan. Dari sisi perekonomian, industri jamu telah berkontribusi sangat besar bagi pendapatan nasional, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan penyediaan lapangan kerja¹³. Bahan baku yang hampir 99% yang digunakan merupakan produk dalam negeri dinilai mampu membawamultiplier effect yang cukup signifikan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia mulai dari sektor hulu (pertanian) hingga sektor hilir yang meliputi perindustrian dan perdagangan¹⁴.

Jamu adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun temurun telah digunakan untuk pengobatan dari jaman nenek moyang. Jamu biasa digunakan untuk pencegahan dan pengobatan penyakit tertentu maupun digunakan untuk pemeliharaan tubuh. Menurut PERMENKES RI Nomor 007 Tahun 2012 obat tradisional dilarang mengandung: a. etil alkohol lebih dari 1%, kecuali dalam bentuk sediaan tingtur yang pemakaiannya dengan pengenceran; b. bahan kimia obat yang merupakan hasil isolasi atau sintetis berkhasiat obat; c. narkotika atau

¹³Monasanti, "Strategi Pemasaran Jamu Tradisional 'Mas Kembar' di Pasar Gede Kota Surakarta", 55

¹⁴Nadha, Raswadiyanto dan Pujiyanto, "Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global", 82

psikotropika; dan/atau d. bahan lain yang berdasarkan pertimbangan kesehatan dan/atau berdasarkan penelitian membahayakan kesehatan¹⁵.

Bahan jamu biasanya terbuat dari tumbuh-tumbuhan, misalnya akar, daun, bunga, kulit pohon, dan seterusnya. Jamu sebagai suatu bentuk pengobatan tradisional, jamu memegang peranan penting dalam pengobatan penduduk Negara berkembang.

Diperkirakan 70-80% populasi di negara berkembang memiliki ketergantungan pada obat tradisional. Jamu berasal dari bahan akar-akaran antara lain yaitu kunyit, jahe, lengkuas, temulawak dan lain-lain. Sedangkan dari daun-daunan adalah daun sirih, daun asam jawa dan lain-lain. Pengolahan jamu ini biasanya diambil secara langsung dari alam kemudian diolah tanpa bahan kimia sintesis. Hal ini juga membedakan antara obat tradisional berupa jamu atau tanaman herbal dengan obat modern. Pengolahannya diambil langsung dari alam kemudian diolah dengan cara direbus, diambil airnya, lalu diminum¹⁶.

Jamu tradisional adalah ramuan obat tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami, seperti tumbuhan herbal, jamu tradisional dibuat dalam bentuk ekstrak atau sari tanaman herbal yang diminum. Jamu sudah digunakan secara turun-temurun untuk mengatasi berbagai gangguan kesehatan, seperti menambah nafsu makan, menghilangkan pegal linu, dan mencegah diabetes. Beberapa contoh jamu tradisional yang umum

¹⁵Purwanto, "Mengangkat Potensi Jamu Tradisional Sebagai Alternatif Usaha di Era Digital", 59

¹⁶Tedjalaksana dan Trimo, "Analisis Strategi Pemasaran Digital UMKM Produk Herbal di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Pengusaha Jamu Herbal Sinom di Surabaya)", 948.

dikonsumsi antara lain beras kencur, kunyit asam, pahitan, sirih, dan temulawak.¹⁷

C. *Digital Marketing*

1. *Pengertian Digital Marketing*

Pemanfaatan teknologi berupa internet serta media digital telah mendukung berjalannya proses pemasaran secara modern, dimana seringkali pula memunculkan jargon atau label atau istilah yang dibuat oleh para akademisi dan profesional. *Digital marketing*, *web marketing*, dan *internet marketing* merupakan contoh jargon atau label atau istilah yang telah diciptakan¹⁸. Pemanfaatan *digital marketing* saat ini diimplementasikan oleh para pebisnis sebagai sarana untuk melakukan promosi produk atau jasa kepada calon pembeli melalui media yang nyaman dan mudah diakses oleh pembeli. Pada era sekarang, penggunaan digital marketing dianggap lebih efektif dibandingkan dengan sistem pemasaran lainnya¹⁹. Hal tersebut terjadi karena kemudahan, kenyamanan, keserbaadaan serta kecepatan yang diberikan oleh *sistem digital marketing*. Kemudahan digital yang muncul saat ini tidak hanya memberikan kemudahan kepada konsumen, melainkan juga sebagai sarana bagi para pelaku usaha untuk menjangkau target pasar secara efektif.

Digital marketing merupakan sebuah pengembangan dari aktivitas pemasaran tradisional yang tadinya dilakukan secara tatap muka atau luring

¹⁷Nelvy Roza et al., *Buku Saku : Cara Pembuatan Jamu Gendong Yang Baik*, 2021.

¹⁸Monasanti, "Strategi Pemasaran Jamu Tradisional 'Mas Kembar' di Pasar Gede Kota Surakarta", 55

¹⁹Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani, *Ekonomi Digital* (Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2019), 94

yang dilakukan dengan menyebar brosur, beriklan di media cetak maupun televisi²⁰. *Digital marketing* menjadi salah satu *platform* untuk melakukan promosi produk dan jasa dari pelaku usaha, investor kecil maupun perusahaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *digital marketing* tidak memiliki batasan karena baik pelaku usaha maupun konsumen dapat melakukan promosi maupun mengkonsumsi promosi menggunakan perangkat teknologi yang saat ini sudah berkembang seperti ponsel, tablet, laptop, TV, media sosial, SEO, video, email dan lain sebagainya.

Digital marketing atau biasa disebut pemasaran digital dapat diartikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran serta upaya pengembangan atau penyesuaian konsep pemasaran itu sendiri, dapat berkomunikasi dalam cakupan *global*, dan mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dengan pelanggan. Digital Marketing adalah promosi produk atau merek melalui satu atau lebih bentuk media elektronik²¹. *Digital Marketing* sering disebut juga *online marketing*, *internet marketing*, atau *web marketing*, meskipun dibuat dengan komputer dan bentuknya elektronik, promosi melalui radio televisi dan cetak digital dalam bentuk *billboard* spanduk tidak termasuk *digital marketing* karena tidak menawarkan umpan balik dan laporan secara instan.

Promosi iklan digital, dapat dilakukan melalui internet dan perangkat bergerak (*mobile device*) seperti hp dan tablet dalam bentuk

²⁰Muhammad Fitri Rahmadana, *Ekonomi Digital* (Bali: Nilacakra Publishing, 2021), 59

²¹Miftitah dan Mashudi, "Peluang Bisnis Bagi Umkm di Era Digital (Studi Kasus Pada UMKM Sheo Sweet di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung)", 362.

halaman web, pengiriman *email*, *video streaming*, dan komunikasi melalui media sosial dengan aplikasi *facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *line* dan lain-lain²². *Digital Marketing* atau biasa disebut juga pemasaran digital, saat ini dikenal dengan sebutan *Marketing 4.0*. *Marketing 4.0* adalah pendekatan pemasaran yang menggabungkan interaksi *online* dan *offline* antara perusahaan dan pelanggan. Dalam ekonomi digital, interaksi digital saja tidaklah cukup²³. Bahkan, di dunia yang semakin *online*, sentuhan *offline* mewakili diferensiasi yang kuat. *Marketing 4.0* juga memadukan gaya dengan substansi. Meskipun sangat penting bagi merek untuk lebih fleksibel dan adaptif karena adanya tren teknologi yang berubah cepat.

Digital marketing juga dapat berperan dalam menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi dan relevan. Tipe pemasaran digital mencakup banyak teknik dan praktik yang terkandung dalam kategori pemasaran internet. Pemasaran digital turut menggabungkan faktor psikologis, humanis, antropologi dan teknologi yang akan menjadi media baru dengan kapasitas besar, interaktif, dan multimedia²⁴. Hasil dari era baru berupa interaksi antara produsen, perantara pasar dan konsumen. Pemasaran melalui digital sedang diperluas untuk mendukung pelayanan perusahaan dan keterlibatan dari konsumen. Peran digital marketing dalam aktivitas pemasaran suatu perusahaan adalah agar calon *customer* tertarik

²²Rosma Dewi, "Peran Digital Marketing Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Bisnis Islam", Skripsi (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2022).

²³Purwanto, "Mengangkat Potensi Jamu Tradisional Sebagai Alternatif Usaha di Era Digital."

²⁴Miftitah dan Mashudi, "Peluang Bisnis Bagi Umkm di Era Digital (Studi Kasus Pada Umkm Sheo Sweet di Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung)."

pada penawaran yang ditawarkan. Bisa berupa iklan, brosur online dan lain sebagainya²⁵.

Menjadikan perusahaannya mudah dijangkau oleh pelanggan dengan hadir di mediamedia dengan akses langsung ke pelanggan merupakan inti dari digital marketing. Inilah sesungguhnya pendekatan horizontal. Ketika pemasar dan pelanggan berada di garis yang sama, keduanya dapat saling menjangkau, kepuasan pelanggan akan pelayanan dapat terpenuhi, karena *customer* memang harus dilayani secara horizontal.²⁶

2. **Komponen *Digital Marketing***

Adapun komponen/bentuk *digital marketing* yaitu sosial media. Media sosial adalah istilah umum untuk perangkat lunak dan layanan berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk dapat saling berkumpul secara *online* dan saling berpartisipasi dalam bentuk interaksi social. Interaksi itu dapat mencakup teks, audio, gambar, video dan media sosial lainnya, secara individu atau dalam kombinasi apapun. Adapun beberapa contoh *social media* diantaranya:

a. *Instagram*

Merupakan sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejang social, termasuk milik instagram sendiri. Aplikasi ini sudah

²⁵Dina Amalia Khoirun Nadha, Raswadiyanto dan Wahyu Eko Pujiyanto, "Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global", 77

²⁶Tedjalaksana dan Trimo, "Analisis Strategi Pemasaran Digital UMKM Produk Herbal di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus: Pengusaha Jamu Herbal Sinom di Surabaya)", 948.

banyak digunakan oleh pengguna dalam berbagai aspek, salah satunya yaitu sebagai sarana promosi.

b. *Facebook*

Facebook merupakan layanan jejaring sosial yang memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif yang dapat digunakan untuk berinteraksi antara satu dengan yang lain yang baik yang memiliki ketertarikan yang sama maupun tidak

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan adalah sebuah penelitian yang dilakukan untuk memperoleh informasi dari narasumber melalui pengumpulan data. Penelitian lapangan bertujuan untuk menganalisis fenomena yang sedang diteliti.¹ Penelitian ini termasuk penelitian lapangan karena dilakukan di Desa Tanjung Serupa Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan.

Pada penelitian ini, peneliti menganalisa bagaimana jalannya prospek usaha dan strategi bisnis yang dilakukan penjual jamu. Kemudian diteruskan dengan melakukan perumusan masalah, yang memiliki tujuan untuk menganalisa setiap permasalahan yang sedang dihadapi oleh tempat usaha.²

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang datanya di kumpulkan secara verbal sehingga tidak hanya terdapat pada angka. Metode penelitian kualitatif ini dilakukan secara intensif, dimana peneliti ikut berpartisipasi di lapangan, mencatat dan menganalisa secara hati-hati dan melakukannya secara reflektif terhadap

¹Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).

²Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media Press, 2021),

fenomena yang ditemukan di lapangan. Menurut Moelong, pengertian penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena apa yang terjadi di dalam subjek penelitian, misalnya tindakan, persepsi, motivasi dan lainnya. Setelah itu menentukan tujuan dari penelitian sebagai target yang harus diselesaikan, Maka dalam penelitian ini peneliti berusaha memaparkan, mendeskripsikan, menguraikan hasil penelitian tentang prospek usaha jamu tradisional di era digitalisa di kecamatan pakuan ratu³.

B. Sumber Data

Data adalah keterangan tentang hal yang dapat berupa sesuatu yang dimengerti atau dianggap dan memiliki fakta yang digambarkan melalui angka, simbol, kode dan lainnya.

Sumber data pada penelitian ini di bagi dalam dua jenis yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang langsung didapatkan dari lapangan, sumber data ini diperoleh dengan metode wawancara yang dilakukan pada pelaku usahajamu yang berjumlah 6 orang, informasi yang digali berupa strategi yang dilakukan oleh pejual jamu dalam melihat prospek yang ada.

³Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Harfa Creative, 2023),

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan dari buku-buku atau jurnal dari internet yang berisi tentang prospek usaha mikro kecil menengah. Bahan hukum dari sekunder merupakan bahan yang mempunyai banyak relevansi dengan bahan dari data primer serta memiliki fungsi untuk membantu dalam menganalisa dan memahami setiap bahan hukum data primer.

C. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini adapun teknik yang digunakan penulis pada saat mengumpulkan data untuk memperoleh informasi yang akurat adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara ialah metode mencari informasi atau data dengan melakukan interaksi secara verbal atau lisan, wawancara melegalkan kita dalam menyusup padaalam pikiran orang lain, yang lebih tepatnya berhubungan dengan pikiran, perasaan, pengalaman dan lainnya. Wawancara yang dilakukan penulis di maksudkan untuk mencari informasi terkait strategi dan prospek usaha yang dikerjakan pengusaha dengan bertanyasecara langsung guna mendapatkan informasi.

Wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur yaitu dimana peneliti menggunakan pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan memungkinkan pertanyaan baru muncul karena

jawaban yang diberikan oleh narasumber sehingga selama sesi berlangsung penggalian informasi dapat dilakukan lebih mendalam.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelusuran dan pendapatan data yang di peroleh dari data yang sudah tersedia. Data ini biasanya berupa dataagenda kegiatan dan lainnya yang memiliki kaitan dengan penelitian. Kelebihan dari teknik dokumentasi ini adalah data yang sudah tersedia siap digunakan dan hemat biaya serta tenaga, bentuk dari dokumentasi pada penelitian ini berupa foto dari media sosial yaitu facebook dan status whatsapp.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik penjamin keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Adapun triangulasi yang digunakan peneliti adalah:⁴

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber ialah cara meningkatkan kepercayaan dengan mencari data dari berbagai sumber yang masih terkait satu sama lain. Peneliti harus melakukan pemeriksaan kebenaran data yang telah diperoleh. Triangulasi sumber pada penelitian ini yaitu membandingkan hasil wawancara dan data hasil wawancara dengan cara mewawancarai sumber yang berbeda atau menggunakan minimal tiga atau lebih informan. Adapun subjek narasumber pada penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan dari pedagang jamu.

⁴Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*, (Yogyakarta: UPN Veteran Press, 2020), 93

E. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisa data kualitatif berdasarkan teori Miles dan Huberman. Analisis data dilakukan saat penelitian sedang berlangsung dan setelah selesai dalam waktu tertentu. Tahap-tahap yang dilakukan peneliti untuk menganalisa data dalam penelitian ini yakni:⁵

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Memilih dan merangkum data yang penting dan sesuai dengan prospek jamu tradisional dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Pada tahap ini peneliti melakukan pengelompokan data yang sudah didapatkan untuk mempermudah pelaksanaan analisis data.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data yang dilakukan peneliti yakni dengan menarasikan mengenai data yang sudah dipilih sesuai dengan tema yang sudah diangkat.

3. *Conclusion Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Pada tahap ini yakni dilakukan penarikan kesimpulan oleh peneliti guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Teknik analisis data adalah metode untuk menganalisis data-data yang sudah ada, teknik ini terakhi setelah kita mendapatkan data-data penelitian. Analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan untuk

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2022), 241

dibuat menjadi tesis. Dengan menggunakan cara ini fakta konkrit mengenai prospek usaha jamu tradisional di era digitalisasi di kecamatan pakuan ratu kabupaten way kanan dapat dideskripsikan kemudian dianalisa secara umum berkaitan dengan teori prospek usaha jamu tradisional di era digitalisasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Kecamatan Pakuan Ratu

1. Keadaan Geografis

Secara astronomis, Kabupaten Way Kanan terletak antara 4 12' - 4 58' Lintang Selatan dan antara 104 17' - 105 04' Bujur Timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Way Kanan memiliki batas-batas: Utara – Provinsi Sumatera Selatan; Selatan – Kabupaten Lampung Utara; Barat – Kabupaten Lampung Barat; Timur – Kabupaten Tulang Bawang Barat. Kabupaten Way Kanan terdiri dari 14 kecamatan, yaitu:¹

- a. Banjit
- b. Baradatu
- c. Gunung Labuhan
- d. Kasui
- e. Rebang Tangkas
- f. Blambangan Umpu
- g. Way Tuba
- h. Negeri Agung
- i. Bahuga
- j. Buay Bahuga
- k. Bumi Agung
- l. Pakuan Ratu

¹ Dokumentasi, Badan Pusat Statistik, dalam <https://waykanankab.bps.go.id/>, diakses 05 Juni 2024

m. Negara Batin

n. Negeri Besar

Salah satu Kabupaten di provinsi Lampung adalah Kabupaten Way Kanan. 3.921,63 km² atau 11,11% luas wilayah Kabupaten Way Kanan. Blambangan Umpu merupakan ibukota Kabupaten Way Kanan. Kabupaten ini, Secara topografi dapat dibagi menjadi 2 (dua) unit topografis, yaitu : daerah topografis berbukit sampai bergunung dan daerah River Basin. Temperatur rata-rata di Kabupaten Way Kanan 30 derajat celcius dan memiliki dua musim, penghujan dan kemarau yang selalu berganti. Sektor pertanian di Kabupaten Way Kanan jika di kembangkan mempunyai potensi yang bagus. Pembangunan irigasi di Kabupaten Way kanan sangat potensial karena sungai-sungai besar yang berada di daerah tersebut mengalir dari daerah yang tinggi ke daerah yang landai.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel acak sederhana (simple random sampling). Kecamatan Pakuan Ratu terpilih sebagai tempat penelitian peneliti. Kecamatan Pakuan Ratu merupakan salah satu bagian dari wilayah Kabupaten Way Kanan berpenduduk 39.338 jiwa dengan banyaknya rumah tangga 10.866 dan luas kecamatan 45.874 Ha dengan batas wilayah sebagai berikut:²

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Propinsi Sumatera Selatan
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sungkai Utara

² Dokumentasi, Badan Pusat Statistik, dalam <https://waykanankab.bps.go.id/>, diakses 05 Juni 2024

- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Negara Batin
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bahuga

Secara topografi wilayah Kecamatan Pakuan Ratu sebagian besar berbentuk dataran tinggi lebih kurang 187 m dari permukaan laut, suhu maksimal 34°C da minimal 24°C.

Kecamatan Pakuan Ratu terbentuk sejak jaman Belanda, berada pada wilayah Provinsi Lampung berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1964. Ibukota Kecamatannya adalah Pakuan Ratu. Selanjutnya secara administratif terdiri dari 10 desa asli/asal Kampung Indah dan dengan bertambahnya penduduk dan penambahan desa. Jadi untuk saat ini kecamatan Pakuan Ratu terdiri dari 19 Desa/kampung, yaitu:³

- a. Bhakti Negara
- b. Bumi Mulya
- c. Gunung Cahya
- d. Gunung Waras
- e. Karang Agung
- f. Negara Harja
- g. Negara Ratu
- h. Rumbih
- i. Pakuan Baru
- j. Negara Tama
- k. Pakuan Sakti
- l. Pakuan Ratu

³ Dokumentasi, Badan Pusat Statistik, dalam <https://waykanankab.bps.go.id/>, diakses 05 Juni 2024

- m. Negara Sakti
- n. Tanjung Agung
- o. Sukabumi
- p. Serupa Indah
- q. Way Tawa
- r. Tanjung Ratu
- s. Tanjung Serupa

Peta kecamatan Pakuan Ratu dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4.1
Peta Kecamatan Pakuan Ratu

2. Keadaan Penduduk

Proyeksi penduduk Kabupaten Way kanan dari tahun 2019-2023 mengalami kenaikan. Pada tahun 2019 terdapat 412897 jiwa, pada tahun 2012 terdapat 418123 jiwa, pada tahun 2021 terdapat 423195 jiwa, pada tahun 2014 terdapat 428097 jiwa dan pada tahun 2022 terdapat 432914 jiwa. Penduduk Kabupaten Way Kanan berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2023 sebanyak 432.914 jiwa yang terdiri atas 223.116 jiwa penduduk laki-laki dan 209.798 jiwa penduduk perempuan. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2022, penduduk Way Kanan mengalami pertumbuhan sebesar 1,12 persen. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2023 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 106.⁴

3. Keadaan Sosial Ekonomi

Sarana perekonomian di Kecamatan Pakuan Ratu terdiri dari hasil Produksi pertanian, perkebunan dan peternakan. Padi dengan luas lahan 1.767 ha. Jagung dengan luas 747 ha. Ubi kayu dengan luas 1.836 ha. Kacang panjang dengan luas 4,7 ha. Ketimun dengan luas 1 ha. Coklat dengan luas 88 ha. Lada dengan luas 51 ha. Kelapa sawit dengan luas 189 ha. Perkebunan karet dengan luas 2.254 ha.

⁴ Dokumentasi, Badan Pusat Statistik, dalam <https://waykanankab.bps.go.id/>, diakses 05 Juni 2024

Mata pencaharian masyarakat di Kecamatan Pakuan Ratu sebagian besar adalah petani dan buruh tani. Baik petani padi, jagung, ubi kayu, kacang panjang, colat, kelapa sawit, karet, dll.⁵

4. Jamu Sebagai Warisan Budaya

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal dengan keanekaragaman hayatinya. Tanaman dan tumbuh-tumbuhan dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia dalam berbagai bidang, di antaranya adalah kerajinan, kuliner, kosmetik, sampai pengobatan. Pemanfaatan paling intens pada tumbuh-tumbuhan adalah untuk bidang medis atau pengobatan. Dinyatakan dalam laporan Menkes bahwa Indonesia memiliki kurang lebih 7.000 spesies tanaman obat, 1.000 di antaranya telah dimanfaatkan sebagai obat tradisional. Obat tradisional yang berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan ini akrab disebut sebagai jamu. Jamu adalah obat tradisional berbahan alami warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi untuk kesehatan. Sebagian besar masyarakat mengonsumsi jamu karena dipercaya memberikan andil yang cukup besar terhadap kesehatan baik untuk pencegahan dan pengobatan terhadap suatu penyakit maupun dalam hal menjaga kebugaran, kecantikan dan meningkatkan stamina tubuh.

Di Indonesia, menurut Ketua Perhimpunan Dokter Herbal Medik Indonesia (PDHMI), dr Hardhi Pranata, penggunaan herbal untuk pengobatan dan obat tradisional sudah dilakukan sejak jaman kerajaan Majapahit, diperkirakan sejak 1300 tahun yang lalu. Ini diturunkan dari

⁵ Dokumentasi, Badan Pusat Statistik, dalam <https://waykanankab.bps.go.id/>, diakses 05 Juni 2024

satu generasi ke generasi seperti yang tergambar dan tertulis dalam beberapa prasasti dan relief bahwa tradisi minum jamu tradisional merupakan budaya turun menurun dari leluhur kita. Perkembangan industri jamu di Indonesia sendiri baru dimulai Sekitar tahun 1900-an dimana pabrik-pabrik jamu besar mulai berdiri di Indonesia seperti Jamu Jago, Mustika Ratu, Nyonya Meneer, Leo, Sido Muncul, Jamu Simona, Jamu Borobudur, Jamu Dami, Jamu Air Mancur, Jamu Pusaka Ambon, Jamu Bukit Mentjos, dan tenaga Tani Farma. Hingga saat ini keberadaan jamu terus berkembang, hal ini tercermin pada permintaan terhadap jamu yang terus mengalami peningkatan dibandingkan beberapa tahun sebelumnya, tetapi apabila dibandingkan dengan permintaan obat modern dari industry farmasi nasional, permintaan produk jamu masih kalah jauh. Jamu merupakan aset bangsa yang harus terus dikembangkan karena jamu tidak hanya sebagai obat tradisional, juga sebagai warisan budaya yang menyentuh aspek ekonomi dan sosial.

5. Jamu Sebagai Nilai Ekonomi

Jamu sebagai bagian penting dari warisan budaya indonesia, memiliki nilai ekonomi yang signifikan melalui beberapa aspek. Bahan baku jamu seperti kunyit, jahe, temulawak, dan lain-lain ditanam oleh petani lokal yang menciptakan lapangan pekerjaan dan sumber pendapatan bagi petani. Banyak pedagang jamu merupakan usaha kecil dan menengah yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal.

Jamu tidak hanya berperan sebagai warisan budaya yang berharga tetapi juga sebagai sumber ekonomi yang penting, dengan potensi untuk

terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian Indonesia.⁶

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Tabel 4.1
Hasil Wawancara Pedagang

No	Hal yang Diwawancara	Hasil Wawancara
1	Proses pembuatan jamu	<p>Ibu Romsidah “saya membuat jamu kunyit, puyang dengan cara di giling lalu sirih di blender, kalau sudah lembut saya peras di ambil airnya terus direbus, kalau untuk jamu pahitan itu saya tinggal rebus bahan-bahannya seperti sambiloto, daun serai temulawak, kunci, kayu manis sama rempah-rempah lainnya yang sudah saya keringkan terlebih dahulu.</p> <p>Ibu Ernawati “untuk pembuatan jamu saya pakai blender untuk menghaluskan bahan-bahannya lalu saya peras dan ambil airnya dan direbus, untuk jamu pahitan saya tinggal rebus rempah-rempah yang saya beli.</p> <p>Ibu Rani “Saya membuat jamu itu pakai blender untuk menghaluskan seperti kunyit, temulawak, jahe lalu saya peras dan ambil airnya, kalau jamu pahitan saya tinggal rebus rempah-rempah bungkusan.</p> <p>Ibu mikin “buat jamu kunyit, puyang itu ya di blender terus saya ambil airnya untuk di rebus, kalau pahitan saya tinggal rebus rempah-rempahnya.</p> <p>Ibu Zainab “Untuk membuat jamu itu saya pakai blender untuk menghaluskan bahannya biar lebih mudah, untuk jamu pahitan saya tinggal rebus rempah-rempah bungkusan yang saya beli.</p>

⁶ Bagus Wicaksana dan Nugroho Ari Subekti, “Potensi Pengembangan Pasar Jamu” 4, no. 5 (2010).

No	Hal yang Diwawancara	Hasil Wawancara
2	Bahan-Bahan Jamu	<p>Ibu Romsidah “untuk bahan-bahan jamu seperti kunyit, jahe, kencur, cabai jawa saya beli pada petani yang ada di desa, untuk gula aren dan asem saya beli di pasar. kalau untuk bahan-bahan jamu pahitan sebagian saya ambil di kebun belakang rumah terus di jemur biar kering. Untuk rempah-rempah seperti kayu manis, kapulaga dan lainnya saya beli di pasar metro.</p> <p>Ibu Ernawati “saya beli bahan-bahan jamu untuk kunyit, jahe, temulawak, kencur dan lainnya itu di pasar, untuk rempah-rempah tambahan sama untuk buat jamu pahitan saya beli di pasar bukit kemuning.</p> <p>Ibu Rani “bahan-bahan jamu saya beli di petani desa atau di pasar, untuk jamu pahitan belinya sebagian di pasar metro sebagiannya lagi di ibu saya yang juga jualan jamu.</p> <p>Ibu Mikin “untuk kunyit, jahe, kencur dan lainnya saya beli di pasar tempat saya dagang. Kalau untuk rempah-rempah jamu pahitan saya beli di pasar metro atau bukit kemuning.</p> <p>Ibu Zainab “Untuk bahan seperti kunyit, jahe, kencur, gula saya dapatkan dari pasar tempat saya berdagang, kalau untuk bahan jamu pahitan saya juga dapat dari pasar yang sudah di jual bungkus untuk satu kali di rebus.</p>
3	Tantangan Usaha Jamu Tradisional	<p>Ibu Romsidah “Tantangannya usaha jamu itu ya dari rempah-rempah seperti kayu manis, kapulaga, adas pulowaras yang semakin mahal dan juga belinya itu jauh. Kalau mau nitip orang kemetro buat beli bahannya jarang ada yang ngerti.</p> <p>Ibu Ernawati “Untuk tantangan mungkin di waktu, karena saya selain jadi pedagang jamu juga petani karet yang tiap pagi harus di sadap.</p> <p>Ibu Rani “Untuk tantangan saat ini kalau</p>

No	Hal yang Diwawancara	Hasil Wawancara
		<p>saya menarik pelanggan si mas, soalnya saya jualan jamu ini kan meneruskan punya mamak saya. Jadi pelanggan terkadang ada yang komplain karena rasanya belum cocok sama yang biasanya di beli.</p> <p>Ibu Mikin “Tantangannya saat ini ya mungkin susah nyari bahan-bahannya si mas, kaya kapulaga, adas itu kadang sulit di dapat terus juga harganya semakin mahal sekarang. Terus sama pelanggan si mas, soalnya saya jualan Cuma di pasar jadi yang beli itu ya orang-orang yang sering ke pasar aja sama yang dagang jamu di pasar ini bukan Cuma saya.</p> <p>Ibu Zainab “tantangan itu mungkin di pelanggan si mas, sama bahan-bahan yang sekarang udah pada naik.</p>
4	Prospek Usaha Jamu Tradisional	<p>Ibu Romsidah “ya semoga kedepannya semakin lebih baik penjualannya, sama lebih mudah cari bahannya seperti adas pulowaras, kapulaga.</p> <p>Ibu Ernawati “Prospek kedepannya ya mungkin lebih banyak konsumen lagi sama harga bahan-bahannya itu bisa stabil mas, soalnya semua serba mahal terus saya mau naikin harga jamu nggak bisa. Takut nggak ada yang beli.</p> <p>Ibu Rani “Untuk prospek kedepannya sudah cukup bagus, Cuma terkendala di harga bahan yang mahal terus saya jualan jamu masih di harga yang standar jadi untungnya tipis.</p> <p>Ibu Mikin “Prospek kedepannya cukup bagus, karena sekarang itu anak-anak muda cukup banyak yang suka jamu semenjak adanya covid 19.</p> <p>Ibu Zainab “Kalau Prospek menurut saya bagus untuk kedepannya karena konsumen itu pasti ada walau saya Cuma dagang di pasar.</p>

No	Hal yang Diwawancara	Hasil Wawancara
5	Dampak digitalisasi pada usaha jamu tradisional	<p>Ibu Romsidah “sangat berdampak si mas, jualan saya jadi lebih cepat terus pendapatan ada peningkatan. Soalnya dulu sebelum pakai sosil media yang beli Cuma di tempat saya keliling jamu aja, kalau sekarang yang beli nggak Cuma orang itu-itu saja. Ada yang pesan berapa botol nanti orangnya tinggal ngambil jamunya kalau sudah jadi.</p> <p>Ibu Ernawati “dampaknya cukup bagus mas, saya lebih mudah mengatur waktu buat kapan jualan, kapan saya pergi ke ladang. Pendapatan dari jualan jamu juga meningkat sekitar 30% dari biasanya.</p> <p>Ibu Rani “Dari segi pendapatan dampaknya cukup bagus, saya jadi lebih mudah berjualan. Tadinya saya jualan itu bisa sampai jam 1 siang, kalau sekarang jam 11 siang itu pasti sudah ada dirumah, pendapatan saya juga naik semenjak menggunakan media sosial. sehari yang biasanya keuntungan bersih dapat 150-200 ribu sekarang naik jadi 250 ribu.</p> <p>Ibu Mikin “Dampak digitalisasi nggak berpengaruh sama sekali pada saya mas, soalnya saya nggak pakai media sosial apapun, saya jualan ya di pasar tiap hari selasa sama hari sabtu. Dagangan saya nggak saya promosikan di media apapun, jadi yang beli ya orang-orang yang belanja di pasar aja.</p> <p>Ibu Zainab “kurang paham saya kalau itu mas, saya jualan cuma di pasar aja, yang beli jamu orang-orang yang belanja di pasar itu. Saya juga nggak pernah sama sekali promosi dagangan saya di media sosial, jadi kalau di tanya dampaknya apa ya bagi saya nggak ada dampaknya sama sekali.</p>

Tabel 4.2
Hasil Wawancara Konsumen

No	Hasil wawancara
1	<p>Konsumen mengkonsumsi jamu tradisional karena percaya pada manfaat kesehatannya yang sudah terbukti sejak lama. Jamu tradisional menggunakan bahan-bahan alami yang tidak mengandung bahan kimia berbahaya.</p> <p>Beberapa konsumen punya masalah pencernaan dan sering merasa lelah. Sejak mulai rutin minum jamu, terutama kunyit asam dan beras kencur, mereka merasakan perbaikan yang signifikan pada pencernaan dan tingkat energi yang lebih baik. Konsumen merasa jamu tradisional bekerja lebih baik dan lebih perlahan, sehingga memberikan hasil yang lebih stabil dan tahan lama. Selain itu, mereka tidak perlu khawatir tentang efek samping yang sering muncul dari obat-obatan modern. Jamu yang dikonsumsi rasanya memang agak sulit diterima, terutama jamu pahit seperti brotowali. Tapi lama-kelamaan, mereka terbiasa dan malah menikmatinya. Beberapa pelanggan tumbuh di keluarga yang sudah biasa mengkonsumsi jamu sejak kecil</p> <p>salah satu konsumen pernah mencoba jamu instan, tapi konsumen merasa efeknya tidak sebesar jamu tradisional. Jamu instan atau vitamin mungkin praktis, tapi menurutnya manfaat kesehatannya tidak sebanding dengan jamu tradisional yang dibuat dari bahan segar dan alami. Dengan rutin mengkonsumsinya, Anda akan merasakan perubahan yang</p>

C. Analisis Usaha Jamu Tradisional

Usaha jamu tradisional merupakan usaha yang bermanfaat serta memberikan keuntungan. Jamu tradisional diketahui mempunyai khasiat bagi kesehatan, seperti meningkatkan daya tahan tubuh, menyembuhkan, dan menjaga kesehatan. Di tengah gaya hidup masyarakat yang semakin modern, jamu tradisional masih diyakini sebagai salah satu minuman kesehatan yang berkhasiat untuk tubuh. Namun, masyarakat modern yang sibuk cenderung tidak memiliki waktu untuk meracik jamu tradisional sendiri atau tidak bisa

meraciknya, sehingga lebih memilih untuk membeli jamu tradisional yang sudah siap minum. Proses pembuatan jamu tradisional diantaranya:

1. Proses Pemilihan Bahan dan Pembuatan Jamu Tradisional

Proses pembuatan jamu tradisional merupakan tahap awal dalam usaha jamu tradisional, rempah-rempah yang dipilih adalah rempah yang sudah tua umurnya. Hal ini dikarenakan rempah-rempah yang sudah berumur atau tua memiliki khasiat yang lebih baik untuk obat dari rempah-rempah yang masih muda. Setelah bahan dipilih, selanjutnya ialah pembuatan jamu tradisional dengan cara menggiling atau di blender rempah-rempah yang sudah dibersihkan lalu direbus air hasil perasan dari kunyit atau puyang. Untuk jamu pahitan pedagang tinggal merebus rempah-rempah kering bungkusannya yang sudah dibeli atau yang dibuat sendiri.

Pedagang jamu tradisional mempunyai cara tersendiri dalam memilih bahan jamu seperti kunyit atau puyang. Ibu Romsidah dan Ibu Rani memilih membeli kunyit, puyang pada petani desa karena harganya lebih murah dan barangnya masih bagus karena rempah-rempahnya baru digali.

Ibu Romsidah membeli kunyit, puyang di petani desa karena harga barang lebih murah dan bisa memilih kunyit yang sudah bisa digunakan untuk membuat jamu tradisional. Ibu Romsidah juga sudah punya langganan sendiri untuk rempah-rempah yang dia perlukan untuk pembuatan jamu. Sedangkan untuk jamu pahitan Ibu Romsidah lebih

memilih membuatnya sendiri sebagian bahannya dengan rempah-rempah yang tersedia di kebun miliknya.⁷

Ibu Rani juga sependapat dengan Ibu Romsidah tentang pemilihan bahan jamu tradisional karena dengan membeli kunyit atau puyang di petani bisa mendapatkan keuntungan yang lebih baik dan jamu yang dibuat lebih kental karena rempah yang digunakan sudah tua dan bagus untuk dibuat jamu.⁸

Rempah-rempah yang bagus menurut Ibu Romsidah adalah rempah yang baru digali dari tanah karena kondisi kunyit atau puyang didapatkan belum layu untuk dibuat jamu dan memiliki kekentalan yang berbeda dibaningkan yang masih muda atau sudah layu. Jika memilih bahan yang sudah layu dikhawatirkan khasiat jamu yang dibuat sudah berkurang, jamu yang bagus menurut Ibu Romsidah adalah jamu dari bahan-bahan yang masih segar dan dicari sendiri.

Ibu Erna membeli bahan dari pasar atau terkadang dia membeli dari petani yang mau menjual kunyit atau puyang kepada Ibu Erna. Dalam membeli rempah-rempah Ibu Erna tidak asal membeli, Ibu Erna memilih rempah-rempah yang masih segar untuk dibuat jamu, karena jika asal membeli bahan di pasar biasanya mendapat rempah-rempah yang sudah layu atau busuk dan itu tidak cocok untuk dibuat jamu.⁹

⁷Hasil Wawancara Kepada Ibu Romsidah (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

⁸Hasil Wawancara Kepada Ibu Rani (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu. Pada 6 Juni 2024

⁹Hasil Wawancara Kepada Ibu Erna (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

Selain itu Ibu mikin juga sama halnya dengan Ibu Erna, Ibu Mikin membeli bahan dari pasar atau petani yang menjual rempah rempah kepadanya. Hal ini dikarenakan bahan yang bagus akan menghasilkan jamu yang lebih berkhasiat dan memiliki rasa yang enak untuk dikonsumsi pelanggan.

Bahan yang bagus menurut Ibu Mikin ialah bahan yang tidak keriput dan berjamur. Maka dalam memilih bahan pada pedagang harus teliti agar tidak mendapatkan bibit yang keriput. Bahan yang bagus diharapkan dapat memberi khasiat yang lebih untuk pelanggan dan untuk keberlangsungan usaha.¹⁰

Berbeda juga dengan yang dilakukan Ibu Zainab dalam membeli bahan, Ibu Zainab membeli rempah-rempah hanya di pasar serupa indah. Dalam membeli rempah-rempahnya Ibu zainab juga memilih barang yang masih bagus dan tidak layu.¹¹

Pemilihan bahan jamu yang dilakukan pedagang jamu tradisional selaras dengan teori yang ditulis oleh Badan Pom dalam buku cara pembuatan jamu gendong yang baik. Dalam pembuatan jamu harus memilih rempah-rempah yang bebas dari tanah, jamur, serangga, keriput dan bahan yang sudah busuk. Untuk rempah-rempah dari daun dan herbal harus bebas dari serangga dan belum berbunga.¹²

¹⁰Hasil Wawancara Kepada Ibu Mikin (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

¹¹Hasil Wawancara Kepada Ibu Zainab (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

¹²Roza et al., *Buku Saku : Cara Pembuatan Jamu Gendong Yang Baik*.

Pelaksanaan pembuatan jamu setiap pedagang memiliki cara tersendiri. Pertama Ibu Romsidah yang masih memakai alat gilingan manual karena menurut Ibu Romsidah memakai gilingan manual memiliki rasa yang khas pada jamu daripada memakai alat blender.

Jika melihat dari perkataan Ibu Romsidah saat membuat jamu, Ibu Romsidah masih mempertahankan beberapa cara tradisional dalam pembuatan jamu karena menurut Ibu Romsidah membuat jamu tradisional dengan memakai gilingan memiliki cita rasa yang khas pada jamunya, selain itu Ibu Romsidah masih ingin mempertahankan beberapa cara tradisional dalam pembuatan jamu.¹³

Kedua, berbeda dengan yang dilakukan Ibu Erna, Ibu Rani, Ibu Mikin, dan Ibu Zainab, mereka membuat jamu sudah menggunakan alat modern yaitu blender. Mereka dalam membuat jamu kunyit dan puyang di iris kecil-kecil terlebih dahulu untuk memudahkan dalam proses melembutkan kunyit tersebut sebelum kemudian diperas dan diambil airnya.

Alasan mereka ber-empat menggunakan alat blender karena dalam proses pembuatan jamu mereka tidak terlalu mengeluarkan tenaga yang lebih serta dapat mempercepat dalam proses pembuatan jamu.

2. Tantangan Usaha Jamu Tradisional

Tantangan dapat diartikan sebagai situasi atau kondisi yang menuntut kemampuan, keberanian, atau ketekunan seseorang dalam

¹³Hasil Wawancara Kepada Ibu Romsidah (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 juni 2024

menghadapi masalah atau situasi yang sulit. Tantangan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau suatu kelompok. Para pedagang jamu harus siap menghadapi tantangan ini dengan kesiapan mental dan pengetahuan yang memadai untuk mencapai keberhasilan dalam usaha jamu tradisional.

Usaha jamu tradisional cukup besar peluangnya dalam pemasaran, karena jamu tradisional merupakan obat herbal tanpa bahan kimia yang sedikit efek sampingnya serta banyak lapisan masyarakat yang sudah memahami pentingnya menjaga kesehatan tubuh mereka dengan meminum obat tradisional.

Tantangan usaha jamu tradisional diantaranya adalah rempah-rempah yang dibutuhkan untuk membuat jamu. Rempah-rempah untuk pembuatan jamu yang jumlahnya tidak sedikit dan dalam mendapatkan rempah-rempah pedagang jamu harus sampai mencari keluar kota guna memenuhi barang yang dibutuhkan. Penjualan juga menjadi tantangan dalam melaksanakan usaha jamu tradisional dikarenakan jamu yang dijual tidak semua bisa bertahan lama, salah satunya jamu beras kencur yang hanya bertahan sampai siang hari jika tidak segera dimasukkan ke dalam kulkas atau dihangatkan.

Rempah-rempah masih menjadi tantangan utama dalam melaksanakan usaha jamu tradisional. Rempah-rempah merupakan suatu hal yang penting dalam usaha jamu tradisional, maka dari itu pedagang

harus bisa mengatasi tantangan tersebut seperti Ibu Romsidah, beliau meracik sendiri sebagian bahan untuk pembuatan jamu tradisional.

Ibu Romsidah mengalami tantangan dalam bahan yang diperlukan untuk pembuatan jamu tradisional, sehingga ketika rempah-rempah yang dibutuhkan sedang sulit dicari Ibu Romsidah sudah mempersiapkan bahan racikannya sendiri untuk pembuatan jamu.¹⁴ Tantangan dalam pelaksanaan usaha jamu tradisional di Kecamatan Pakuan Ratu yang dilakukan Ibu Mikin yakni bagaimana bisa membeli rempah-rempah yang dibutuhkan dalam jumlah banyak sehingga Ibu Mikin tidak perlu sering membeli bahan ke luar kota (metro).¹⁵ Dalam pelaksanaan usaha jamu tradisional yang dilakukan Ibu Erna ketika rempah-rempah sedang habis adalah dengan meminjam rempah kepada sesama pedagang jamu tradisional yang masih memiliki stok banyak serta mengatur waktu berjualan dan menyadap karet.¹⁶

Tantangan yang dialami Ibu Rani yakni bagaimana bisa mencocokkan rasa jamu atau menarik pelanggan lama milik ibunya agar bisa menyukai jamu yang Ibu Rani jual, karena dalam berjualan jamu Ibu Rani meneruskan usaha milik orang tuanya.¹⁷ Sedangkan tantangan yang Ibu Zainab hadapi adalah pelanggan yang dimana pasar tempat Ibu Zainab

¹⁴Hasil Wawancara Kepada Ibu Romsidah (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

¹⁵Hasil Wawancara Kepada Ibu Mikin (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

¹⁶Hasil Wawancara Kepada Ibu Erna (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

¹⁷Hasil Wawancara Kepada Ibu Rani (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

berjualan tidak hanya satu serta rempah-rempah yang dibutuhkan yang semakin tahun harganya semakin naik dan cukup sulit untuk didapatkan.¹⁸

3. Prospek Usaha Jamu Tradisional

Prospek usaha jamu tradisional merupakan peluang usaha dalam jamu tradisional. Peminat jamu tradisional yang semakin meningkat pada saat ini mengakibatkan usaha jamu tradisional memiliki peluang yang tinggi untuk bisnis. Namun pengusaha jamu tradisional memiliki pandangan yang berbeda tentang prospek usaha jamu tradisional.

Ibu Romsidah melihat prospek jamu tradisional yang cukup suram. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan jamu tradisional tetapi harga bahan yang semakin naik sedangkan untuk penjualan jamu tradisional masih di harga yang standar. Jika harga jamu yang dijual dapat mengalami kenaikan seperti harga bahan yang semakin mahal maka kedepannya usaha jamu tradisional akan memiliki prospek yang bagus.¹⁹

Banyak keluhan dari pedagang jamu jika perkembangan kedepannya bisa tidak stabil apabila harga penjualan jamu tidak sesuai dengan pengeluaran yang dikeluarkan karena setiap tahun harga bahan yang mahal sedangkan harga jual jamu tidak mengalami kenaikan.

Pendapatan rumah tangga merupakan hal penting dalam kehidupan, dan kemampuan suatu keluarga dalam memenuhi kebutuhan dasarnya serta mampu mempertahankan perekonomian merupakan hal

¹⁸Hasil Wawancara Kepada Ibu Zainab (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

¹⁹Hasil Wawancara Kepada Ibu Romsidah (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

penting, sehingga meningkatkan pendapatan rumah tangga dianggap sebagai solusi terutama ketika menghadapi kesulitan atau situasi ekonomi yang sulit.

Prospek kedepannya dalam usaha jamu tradisional jika harga bahan terus naik dan harga jual jamu tidak mengalami kenaikan maka pengusaha jamu tradisional akan mengalami kerugian. Ibu Erna masih mengalami masa sulit dimana harga bahan yang naik setiap tahunnya sedangkan harga jamu tidak mengalami kenaikan.

Berbeda dengan Ibu Rani, Ibu Mikin, dan Ibu Zainab. Mereka melihat prospek usaha jamu tradisional ini bagus karena pembeli pasti ada, namun masih terkendala sulitnya mencari rempah-rempah dan harga rempah-rempah yang terus naik setiap tahunnya. Pedagang jamu tradisional mengharapkan stabilnya harga bahan jamu yang dapat membuat perekonomian dari pengusaha jamu stabil karena keuntungan dari usaha jamu tergantung dari penjualan jamu dan dari modal yang dikeluarkan.

Usaha jamu tradisional mengalami prospek yang bagus ketika harga jamu stabil dan harga bahan tidak mengalami kenaikan terus. Karena pembeli jamu tradisional sudah pasti ada dan jamu tradisional merupakan obat herbal yang sering masyarakat konsumsi.

Ibu Rani sebagai pedagang jamu tradisional yakin bahwa prospek usaha jamu tradisional kedepannya akan bagus. Hal ini dikarenakan jamu yang dibuat banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Usaha jamu tradisional

memiliki prospek yang baik karena pembeli pasti ada. jamu yang dijual pasti habis dalam setiap penjualannya karena minat masyarakat yang tinggi pada jamu tradisional.²⁰

Prospek usaha jamu tradisional di Kecamatan Pakuan Ratu cukup bagus. Dari hasil wawancara pedagang jamu tradisional juga menjelaskan bahwa usaha jamu tradisional memiliki prospek yang baik dan pembeli jamu pasti ada.

Selaras dengan pendapat konsumen yang menyatakan bahwa mereka menjaga kesehatan dengan mengkonsumsi jamu tradisional yang minim akan efek samping serta didorong oleh kepercayaan terhadap khasiat alami jamu, tradisi keluarga, pengalaman pribadi yang positif, kemudahan dalam memperoleh jamu, dan ketiadaan efek samping. Faktor-faktor ini menunjukkan bagaimana jamu tetap menjadi bagian penting dari gaya hidup sehat bagi sebagian masyarakat..

4. Dampak Usaha Jamu Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga

Usaha jamu tradisional telah telah menjadi sumber pendapatan alternatif bagi beberapa orang di Kecamatan Pakuan Ratu. Setelah dilakukan penelitian terhadap dampak usaha jamu tradisional dalam meningkatkan pendapatan memberikan hasil sebagai berikut:

Ibu Romsidah sebagai pedagang jamu tradisional dengan jumlah anggota keluarga 5 orang, pekerjaan utama sebagai petani karet memiliki

²⁰Hasil Wawancara Kepada Ibu Rani (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

penghasilan yang tidak menentu dari penjualan jamu tradisional. Usaha jamu tradisional tidak dapat dihitung jumlahnya dengan nominal perbulan karena pendapatan yang diterima tergantung dengan kapan pedagang penjualan.

Selama 32 tahun menjadi pengusaha jamu tradisional Ibu Romsidah sudah berhasil membangun rumah dan membeli perabotan rumah seperti kulkas, tv, dan lemari. Rumah yang sekarang dimiliki beliau sudah bagus yang pada awalnya hanya berdinding papan. Tidak hanya rumah beliau juga sudah mampu membeli sepeda motor 2 yang dimana pada awal berdagang menggunakan sepeda. Uang hasil berdagang jamu disisihkan untuk menabung sehingga Ibu Romsidah memiliki simpanan lebih dari cukup.²¹

Ibu Rani sebagai pedagang jamu tradisional dengan jumlah anggota keluarga 5 Orang yang awalnya sebagai Ibu Rumah Tangga dapat membantu keuangan keluarga, dimana pendapatan utamanya yaitu dari bengkel motor yang memiliki penghasilan yang tidak menentu. Usaha jamu tradisional sangat penting dalam meningkatkan pendapatan keluarga, dimana pendapatan setiap penjualan jamu yaitu Rp 250.000 sampai Rp 300.000. Usaha jamu tradisional yang dilakukan Ibu Rani sudah berjalan selama 1 tahun. Selama berdagang jamu tradisional Ibu Rani sudah

²¹ Hasil Wawancara Kepada Ibu Romsidah (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

berhasil membantu untuk keuangan keluarga kecilnya dan menyekolahkan anak-anaknya.²²

Ibu Erna sebagai pedagang jamu tradisional dengan jumlah anggota keluarga 5 orang, pekerjaan utamanya sebagai petani karet dengan penghasilan setiap bulannya yang tidak menentu. Omset yang didapatkan dalam setiap penjualannya berkisar Rp 200.000 sampai dengan Rp 270.000.

Selama 4 tahun melaksanakan usaha jamu tradisional, Ibu Erna sudah mampu membantu perekonomian keluarga. Ibu Erna yang awalnya hanya mengandalkan dari hasil getah karet sekarang memiliki penghasilan tambahan dari berdagang jamu, dari hasil berdagang jamu Ibu Erna sudah berhasil membeli motor walaupun seken.²³

Ibu Mikin sebagai pedagang jamu tradisional sudah berjalan 34 tahun. Pekerjaan utama sebagai pengusaha jamu tradisional memiliki penghasilan Rp 300.000 dalam setiap penjualannya. Usaha jamu tradisional menghasilkan 65% dari hasil pendapatan yang diterima.

Selama 34 tahun berdagang jamu tradisional, Ibu Mikin sudah berhasil mengubah kehidupannya dari yang kekurangan menjadi serba ada. Ibu Mikin mampu membantu perekonomian keluarga dalam menjalankan usahanya, dari berdagang jamu Ibu Mikin mampu menyekolahkan 2 anaknya menjadi bidan dan mampu membeli beberapa sebidang tanah.

²² Hasil Wawancara Kepada Ibu Rani (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

²³ Hasil Wawancara Kepada Ibu Erna (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

Dari berdagang jamu Ibu mikin juga dapat membeli kendaraan mobil dan motor serta mampu mendaftar haji.²⁴

Ibu Zainab pedagang jamu tradisional yang memiliki anggota kelurahan 4 orang sudah berjualan selama 10 tahun. Pekerjaan utama ibu Zainab adalah petani sawah, Ibu Zainab hanya menjual jamu pada hari Selasa dan Sabtu. Pendapatan dalam setiap penjualannya Ibu Zainab mendapatkan omset sebesar Rp 260.000 dengan jumlah keuntungan 60% dari modal yang Ibu Zainab gunakan.²⁵

Tabel 4.3
Pendapatan Pedagang Jamu

No	Nama	Modal	Pendapatan
1	Romsidah	Rp. 85.000	Rp. 320.000/hari
2	Rani	Rp. 75.000	Rp. 300.000/hari
3	Erna	Rp. 80.000	Rp. 270.000/hari
4	Mikin	Rp. 105.000	Rp. 300.000/hari
5	Zainab	Rp. 100.000	Rp. 260.000/hari

Pemanfaatan teknologi berupa internet serta media digital telah mendukung berjalannya proses pemasaran secara modern, di mana seringkali pulang memunculkan jargon atau label atau istilah yang dibuat oleh para akademisi dan profesional. Digital marketing, web marketing dan internet marketing merupakan contoh jargon atau label atau istilah yang telah diciptakan. Pemanfaatan digital marketing saat ini diimplementasikan oleh para pebisnis sebagai sarana untuk melakukan promosi produk atau jasa kepada calon pembeli melalui media yang nyaman dan mudah diakses oleh pembeli.

²⁴ Hasil Wawancara Kepada Ibu Mikin (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

²⁵ Hasil Wawancara Kepada Ibu Zainab (Pedagang Jamu), di Kecamatan Pakuan Ratu, pada 6 Juni 2024

Digital marketing merupakan pengembangan dari pemasaran tradisional yang tadinya dilakukan secara tatap muka atau luring. Digital marketing menjadi salah satu platform untuk melakukan promosi barang atau jasa dari para pelaku usaha. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa digital marketing tidak memiliki batasan karena baik pelaku usaha maupun konsumen dapat melakukan promosi melalui media sosial menggunakan perangkat yang sudah berkembang pada saat ini.

Dampak digital marketing yang dialami oleh Ibu Romsidah yakni beliau menjadi mudah dalam memasarkan produknya serta dapat menjangkau pelanggan yang lebih banyak. Dampak dari digital marketing ini yaitu Ibu Romsidah dapat menambah omset penjualan jamu tradisional. Ibu Romsidah mengalami peningkatan omset sebesar 25% dari biasanya.

Sama halnya Ibu Rani yang juga menggunakan media sosial dalam memasarkan jamunya, Ibu Rani mendapatkan omset yang cukup sejak pertama menjadi pedagang jamu berkas menggunakan media sosial.

Ibu Erna yang pada awal berjualan tidak menggunakan media sosial juga mengalami peningkatan penjualan serta pelanggan yang membeli jamu tradisional miliknya, peningkatan omset yang di alami Ibu Erna yaitu sebesar 30% sejak menggunakan media sosial.

Berbeda dengan ibu Mikin, dan Ibu Zainab yang tidak menggunakan media sosial dalam perdagang jamu. Ibu Mikin dan Ibu Zainab tidak merasakan dampak mudahnya menggunakan media sosial karena mereka hanya berjualan di pasar tempat mereka berdagang tanpa

mengandalkan media sosial untuk memasarkan produk jamu yang dibuatnya.

Peningkatan penggunaan media sosial dari tahun ke tahun semakin bertambah pesat menjadi alasan media sosial menjadi media pemasaran yang sangat efektif untuk memperkenalkan produk Jamu Tradisional kepada pelanggan. Penggunaan media sosial tersebut dengan cara menuangkan konten promosi di dalamnya untuk menawarkan produk Jamu Tradisional. Dengan menggunakan media sosial dalam pemasarannya, Jamu Tradisional bisa lebih memperluas area pemasarannya. Pedagang Jamu Tradisional menggunakan media sosial mulai dari facebook, dan whatsapp untuk menjual produknya. Selain melakukan penjualan offline, pedagang Jamu Tradisional juga melakukan penjualan online melalui media sosial tersebut. Berdasarkan wawancara dengan pedagang jamu menyatakan bahwa omzet semakin besar justru dari media sosial.²⁶

Facebook dan *Whatsapp* sebagai *platform digital* dinilai sebagai media pemasaran yang baik dalam jangka waktu panjang. Media sosial memiliki segmen yang luas. Penggunaan media sosial untuk memperkenalkan produk Jamu Tradisional membuat pembeli semakin mudah untuk memesan jamu. Tidak jarang calon pembeli menghubungi pedagang terlebih dahulu sebelum ditawarkan kepada pelanggan. Pedagang Jamu Tradisional mengaku bahwa mendapatkan keuntungan

²⁶ Sankist Herdiyani, Lina Auliana, dan Iwan Sukoco, "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis", *Jurnal Administrasi Bisnis* 18, no. 2 (2022): 103–121.

melalui media sosial dalam memasarkan produknya karena area pemasaran lebih luas. Setelah menggunakan media sosial *facebook* dan *whatsapp*, pedagang Jamu Tradisional mengaku sering mendapatkan pelanggan dari luar desa dan jumlah pembeliannya lebih banyak jika dibandingkan pelanggan *offline*.²⁷

Produsen Jamu Tradisional menjalankan strategi promosi melalui *facebook* dan *whatsapp*. *facebook* dan *whatsapp* dinilai sebagai sarana pemasaran yang efektif dan tertarget. *facebook* dan *whatsapp* membahas seputar info tentang produk baru dan info lain terkait jamu dan dapat dikirimkan langsung kepada pelanggan. Pedagang jamu sering melakukan promosi kepada pelanggan. Adapun isi promosi yang dikirimkan kepada pelanggan atau calon pelanggan terkait varian Jamu Tradisional yang terbaru beserta harganya. Pedagang Jamu Tradisional mengaku, walaupun tingkat keberhasilan *digital marketing* hanya 10% tetapi pedagang Jamu Tradisional akan terus mengirimkan promosi kepada pelanggan maupun calon pelanggan, karena ia yakin *digital marketing* merupakan sarana yang efektif untuk berkomunikasi kepada masyarakat. Pedagang Jamu Tradisional berusaha untuk mempertahankan pelanggan untuk tetap memesan Jamu Tradisional, serta mengajak calon pelanggan agar memesan Jamu Tradisional.²⁸

²⁷ Moch. Hari Purwiantoro, dkk, "pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)", *Jurnal Ilmiah Ekacida* 1, no. 1 (2016): 30–39.

²⁸ Rosy Febriani Daud dan Abadi Novrimansyah, "Traditional Herbal Medicine Marketing Communication Strategy in the Era of Digitalization Technology," *Formosa Journal of Applied Sciences (FJAS)* 1, no. 3 (2022): 233–248.

5. Analisis Terhadap Konsumen Jamu Tradisional

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen mengenai konsumsi jamu, berikut adalah analisisnya:

Konsumen menunjukkan keyakinan kuat terhadap manfaat kesehatan jamu. Ia percaya bahwa jamu membantu menjaga kesehatan tubuh, meningkatkan daya tahan tubuh, dan memberikan energi. Keyakinan ini kemungkinan besar didasarkan pada pengalaman pribadi dan tradisi keluarga. Konsumen menyebutkan bahwa kebiasaan minum jamu sudah diajarkan oleh ibunya sejak kecil. Ini menunjukkan bahwa konsumsi jamu adalah bagian dari tradisi dan budaya yang diwariskan dalam keluarganya. Hal ini memperkuat kebiasaannya untuk terus mengkonsumsi jamu hingga saat ini. Konsumen merasa lebih segar, lebih sehat, dan jarang sakit sejak rutin mengkonsumsi jamu. Ia juga menyebutkan manfaat lain seperti merasa lebih rileks dan jarang mengalami gangguan pencernaan. Pengalaman positif ini mendorongnya untuk terus mengkonsumsi jamu secara rutin.

Konsumen tidak pernah merasakan efek samping dari konsumsi jamu, yang semakin memperkuat keyakinannya terhadap keamanan dan manfaat jamu tersebut. Ini berbeda dengan beberapa obat modern yang mungkin memiliki efek samping, membuat jamu menjadi pilihan yang lebih disukai.

Konsumsi jamu secara rutin didorong oleh kepercayaan terhadap khasiat alami jamu, tradisi keluarga, pengalaman pribadi yang positif,

kemudahan dalam memperoleh jamu, dan ketiadaan efek samping. Faktor-faktor ini menunjukkan bagaimana jamu tetap menjadi bagian penting dari gaya hidup sehat bagi sebagian masyarakat.

Jamu sebagai identitas menjaga kesehatan memainkan peran penting dalam budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Jamu tidak hanya digunakan untuk mengobati penyakit tetapi juga untuk menjaga kesehatan, penggunaan jamu secara rutin membantu menjaga keseimbangan tubuh dan mencegah penyakit. Mengonsumsi jamu menjadi bagian dari hidup sehat yang didorong oleh masyarakat. Ini mencakup kebiasaan minum jamu setiap hari untuk menjaga kebugaran dan daya tahan tubuh, melalui promosi dan edukasi jamu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menjaga kesehatan secara alami dan berkelanjutan.²⁹

Jamu sebagai identitas menjaga kesehatan tidak hanya mencerminkan warisan budaya yang kaya tetapi juga menunjukkan pendekatan alami terhadap kesehatan yang berakar kuat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Melalui digitalisasi dan modernisasi, jamu terus berkembang dan tetap relevan dalam menjaga kesehatan masyarakat di era modern.³⁰

D. Analisis Ilustrasi Perhitungan Bisnis (BEP)

Berikut adalah ilustrasi analisis *Break-Even Point* (BEP) untuk penjualan jamu tradisional:

²⁹ Agus Swaraswati, Annisa. Indri, Kesuma Dewi, Kirwanto, "Efektifitas Penyuluhan Kesehatan Ramuan Jamu Sainifik Untuk Penurun Kadar Asam Urat Pada Ibu-Ibu Pkk Di Dukuh Basin Kebonarum Klaten" 4 (2020): 4–6.

³⁰ Sri Handayani, "Islam, Kesehatan dan Lingkungan Hidup : " (2004).

1. Identifikasi Biaya Tetap (Fixed Costs)

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah dengan volume produksi atau penjualan. Contoh biaya tetap untuk bisnis penjualan jamu tradisional bisa meliputi:

- a. Pendapatan: Rp 3.000.000 per bulan
- b. Biaya listrik dan air: Rp 500.000 per bulan
- c. Total biaya tetap (FC) = Rp 3.500.000

2. Identifikasi biaya variabel (variable cost)

Biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan volume produksi atau penjualan. Contoh biaya variabel untuk setiap unit jamu yang dijual bisa meliputi:

- a. Bahan baku jamu: Rp. 10.000 per botol
- b. Biaya produksi: Rp. 6.000
- c. Total biaya variabel (VC) per botol = Rp 16.000

3. Tentukan harga jual per unit

Harga jual botol jamu adalah Rp 25.000

4. Hitung break event point (BEP)

BEP adalah titik di mana total pendapatan sama dengan total biaya, sehingga bisnis tidak mengalami keuntungan atau kerugian. Rumus BEP dalam unit adalah:

$$\text{BEP} = \text{total Biaya Tetap} / (\text{Harga Jual per Unit} - \text{Biaya Variabel per Unit})$$

$$\text{BEP} = \text{Rp } 3.500.000 / (\text{Rp } 30.000 - \text{Rp } 15.000)$$

$$\text{BEP} = \text{Rp } 3.500.000 / \text{Rp } 15.000$$

BEP = 233 botol

Jadi, pedagang perlu menjual sekitar 233 botol jamu untuk mencapai keuntungan

6. Interpretasi

Jika pedagang jamu mampu menjual lebih dari 233 botol jamu dalam sebulan, maka pedagang jamu akan mulai mendapatkan keuntungan. Sebaliknya, jika penjualan Anda kurang dari 233 botol, maka bisnis akan mengalami kerugian.

7. Analisis tambahan

Margin Keamanan (Margin of Safety): Ini adalah selisih antara penjualan yang diproyeksikan atau aktual dengan penjualan pada titik impas. Ini membantu dalam memahami seberapa besar penjualan dapat menurun sebelum mencapai titik impas.

Leverage Operasional: Ini mengukur sensitivitas laba terhadap perubahan dalam penjualan. Bisnis dengan biaya tetap tinggi cenderung memiliki leverage operasional yang tinggi, yang berarti laba akan lebih sensitif terhadap perubahan dalam penjualan.

Dengan memahami BEP, dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang harga jual, biaya, dan strategi penjualan untuk memastikan bisnis jamu tradisional berkelanjutan dan menguntungkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Prospek usaha jamu tradisional di era digital cukup menjanjikan, meskipun menghadapi berbagai tantangan. Permintaan yang terus meningkat karena kesadaran masyarakat akan manfaat obat herbal yang alami dan minim efek samping, membuka peluang besar bagi bisnis jamu tradisional. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah fluktuasi harga rempah-rempah yang diperlukan dan keberlanjutan pasokan bahan baku. Di era digital, keberlanjutan usaha jamu tradisional dapat ditingkatkan dengan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan distribusi, serta dengan adanya kerjasama yang lebih baik antara petani dan pedagang dalam memastikan pasokan bahan baku. Dengan strategi yang tepat dalam manajemen pasokan dan pemasaran, serta adaptasi teknologi dalam proses produksi dan distribusi, prospek jamu tradisional di era digital tetap cerah dan berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap kesehatan masyarakat perekonomian lokal. Untuk mencapai titik impas (break event point) dalam penjualan jamu tradisional diperlukan biaya analisis biaya tetap, biaya variabel, dan harga jual per unit. Berdasarkan perhitungan yang dijelaskan diketahui bisnis penjualan jamu tradisional akan mencapai titik impas setelah menjual 233 botol jamu. Setelah titik terlampaui bisnis akan mulai menghasilkan keuntungan.

B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan, maka peneliti menyarankan kepada:

1. Pedagang jamu agar meningkatkan pengetahuan tentang media sosial yang saat ini sudah banyak digunakan oleh masyarakat
2. Berkaitan terus meningkatnya pembelian jamu, pedagang jamu diharapkan melakukan inovasi untuk bungkus jamu agar lebih dikenal oleh masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press, 2021.
- Alifuddin, Moh dan Mashur Razak. *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi: Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*. Jakarta: MAGNAScript Publishing, 2015.
- Daud, Rosy Febriani dan Abadi Novrimansyah. "Traditional Herbal Medicine Marketing Communication Strategy in the Era of Digitalization Techonology". *Formosa Journal of Applied Sciences*. FJAS 1. no. 3, 2022.
- Dewi, Rosma. "Peran Digital Marketing Bagi Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM dalam Perspektif Bisnis Islam". Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2022.
- Handayani, Sri. "Islam. Kesehatan dan Lingkungan Hidup", 2004.
- Helwig, Nathaniel E. Sungjin Hong, dan Elizabeth T Hsiao-wecksler. "Analisis Efektivitas Iklan Video Online Gojel Versi Introducing: JO & JEK Menggunakan Direct Rating Method", 2016.
- Herdiyani, Sankist, dkk. "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis". *Jurnal Administrasi Bisnis* 18. no. 2, 2022.
- Jeklin, Andrew. "Teori Tentang Prospek Usaha". *Jurnal Kewirausahaan* 1. no. 3, 2016.
- Miftitah, Firda Aulia Nur dan Mashudi. "Peluang Bisnis Bagi Umkm di Era Digital. Studi Kasus Pada UMKM Sheo Sweet di Kecamatan Ngunut. Kabupaten Tulungagung". *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* 2. no. 1, 2023.
- Monasanti, Chris. "Strategi Pemasaran Jamu Tradisional 'Mas Kembar' di Pasar Gede Kota Surakarta", 2021.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif. Sistematika Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: UPN Veteran Press, 2020.
- Nadha, Dina Amalia Khoirun, Raswadiyanto dan Wahyu Eko Pujianto. "Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global". *Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora* 2. no. 3, 2023.
- Nasution, Abdul Fattah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Harfa Creative, 2023.

- Nasution, Dewi Sartika, Muhammad Muhajir Aminy, dan Lalu Ahmad Ramadani. *Ekonomi Digital*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Purwanto, Nuri. "Mengangkat Potensi Jamu Tradisional Sebagai Alternatif Usaha di Era Digital". *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2. no. 3, 2021.
- Purwiantoro, Moch. Hari, dkk. "pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah. UKM". *Jurnal Ilmiah Ekacida* 1. no. 1, 2016.
- Rafni, Femmy. "Strategi Pengembangan Usaha Jamu Tradisional. Studi Kasus: Kelurahan Mabar Hilir. Kecamatan Medan Deli Kota Medan". Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019
- Rahmadana, Muhammad Fitri. *Ekonomi Digital*. Bali: Nilacakra Publishing, 2021.
- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Roza, Nelvya et al. *Buku Saku : Cara Pembuatan Jamu Gendong Yang Baik*, 2021.
- Rusdiana, A. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Swaraswati, Agus, dkk. "Efektifitas Penyuluhan Kesehatan Ramuan Jamu Sainifik Untuk Penurun Kadar Asam Urat Pada Ibu-Ibu Pkk Di Dukuh Basin Kebonarum Klaten". *Open Journal System*. 4, 2020.
- Syariati, Alim. *Kewirausahaan Cara Mudah Memulai Usaha*. Gowa: Pustaka Almaida, 2022.
- Tedjalaksana, Viorensa dan Lucyana Trimo. "Analisis Strategi Pemasaran Digital Umkm Produk Herbal di Masa Pandemi Covid-19. Studi Kasus: Pengusaha Jamu Herbal Sinom di Surabaya". *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* 8. no. 2, 2022.
- Wicaksana. Bagus dan Nugroho Ari Subekti. "Potensi Pengembangan Pasar Jamu". *Buletin Ilmiah*. 4. no. 5, 2010.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nomor : B-0706/In.28.1/J/TL.00/03/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Dharma Setyawan (Pembimbing 1)
Dharma Setyawan (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **DENI PANCA RAMADAN**
NPM : 2003011025
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syaria`h
Judul : PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI
KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 01 Maret 2024
Ketua Jurusan,



Yudhistira Ardana
NIP 198906022020121011

OUTLINE

PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

PERSETUJUAN

PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Prospek Usaha
- B. Jamu Tradisional
- C. *Digital Marketing*

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data

- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Kecamatan Pakuan Ratu
 - 1. Keadaan Geografis
 - 2. Keadaan Penduduk
 - 3. Keadaan Sosial Ekonomi
 - 4. Jamu Sebagai Warisan Budaya
 - 5. Jamu Sebagai Nilai Ekonomi
 - 6. Jamu Sebagai Identitas Menjaga Kesehatan
- B. Deskripsi Data Hasil Penelitian
- C. Analisis Usaha Jamu Tradisional
- D. Analisis Ilustrasi Perhitungan Bisnis (BEP)

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Dosen Pembimbing



Dharma Setyawan
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,



Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN

A. Wawancara

Daftar Pertanyaan Kepada Pedagang Jamu Kecamatan Pakuan Ratu

1. Sudah berapa lama ibu berjualan jamu?
2. Biasanya ibu berjualan dari jam berapa sampai jam berapa?
3. Jamu apa saja yang ibu jual?
4. Untuk bahan jamu seperti (kunyit, kencur, jahe dll) ibu membeli atau hasil menanam sendiri?
5. Berapa harga 1 gelas jamu yang ibu jual?
6. Dalam satu hari ibu mendapatkan keuntungan berapa?
7. Jenis jamu apa saja yang paling banyak diminati oleh pelanggan?
8. Kendala apa yang di alami ibu saat berjualan?
9. Pada sosial media ibu menggunakan aplikasi apa saja?

Daftar pertanyaan kepada konsumen jamu tradisioanal

1. Mengapa bapak/ibu mengkonsumsi jamu tradisional?
2. Apakah bapak/ibu mengkonsumsi jamu secara rutin?
3. Jamu jenis apa yang rutin bapak/ibu konsumsi?
4. Mengapa bapak/ibu memilih mengkonsumsi jamu tradisional daripada mengkonsumsi jamu kemasan instan atau vitamin?

B. Dokumentasi

1. Keadaan Tempat Tinggal Pedagang
2. Penjualan jamu

Dosen Pembimbing



Dharma Setyawan

NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,



Deni Panca Ramadan

NPM. 2003011025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1679/In.28/D.1/TL.00/06/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
CAMAT KECAMATAN PAKUAN RATU
KABUPATEN WAY KANAN
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1680/In.28/D.1/TL.01/06/2024, tanggal 05 Juni 2024 atas nama saudara:

Nama : **DENI PANCA RAMADAN**
NPM : 2003011025
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada CAMAT KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 05 Juni 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1680/In.28/D.1/TL.01/06/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **DENI PANCA RAMADAN**
NPM : 2003011025
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 05 Juni 2024

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



PEMERINTAH KABUPATEN WAY KANAN KECAMATAN PAKUAN RATU

Jl. Raya Pakuan Ratu, Kec. Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan, Lampung
Kode Pos: 34762

Nomor : 533/08/VI-02-WK/VI/2024
Lampiran : -
Hal : Surat Keterangan

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di -
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini Camat Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan menerangkan bahwa:

Nama : DENI PANCA RAMADAN
NPM : 2003011025
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah melakukan penelitian/*research* di Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan dalam rangka penyelesaian tugas akhir/skripsi dengan judul "PROSPEK USAHA JAMU TRADISIONAL DI ERA DIGITALISASI DI KECAMATAN PAKUAN RATU KABUPATEN WAY KANAN".

Demikian surat keterangan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Way Kanan, 06 Juni 2024
Camat Pakuan Ratu,



NURLELA, S.Pd., M.M
NIP. 19680512-199408 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-502/In.28/S/U.1/OT.01/06/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DENI PANCA RAMADAN
NPM : 2003011025
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003011025

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 03 Juni 2024
Kepala Perpustakaan

[Handwritten Signature]
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Deni Panca Ramadan
NPM : 2003011025
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Prospek Usaha Jamu Tradisional Di Era Digitalisasi Di Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 10 Juni 2024
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Yudhistira Ardana, M.E.K.
NIP.198906022020121011



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Deni Panca Ramadan Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2003011025 Semester / T A : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6-12-2023	Buku Digital Marketing 5 Buku kewirausahaan	

Dosen Pembimbing

Dharma Setyawan, M.A
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Deni Panca Ramadan Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2003011025 Semester / T A : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	6-12-2023	A Prospek Usaha / Kewirausahaan Pengertian macam macam usaha B Jaminan Kredit C Digital Marketing Kec. kab ikuti buku pedoman	

Dosen Pembimbing

Dharma Setyawan, M.A
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Deni Panca Ramadan Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2003011025 Semester / T A : VII/ 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22-12-2023	acc Basri - TB Seminar proposal	

Dosen Pembimbing

Dharma Setyawan, M.A
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Deni Panca Ramadan Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2003011025 Semester / T A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30-03-2024	acc Outline acc RPP lanjut Bab 10-11	

Dosen Pembimbing

Dharma Setiawan, M.A
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Deni Panca Ramadan Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI
NPM : 2003011025 Semester / T A : VIII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/6 2024	Jamu sebagai → warisan budaya → Nilai ekonomi → Identitas kebudayaan Masyarakat Digitalisasi jamu menyampaikan manfaat jamu menggunakan media sosial Kesimpulan dan saran & kritik	

Dosen Pembimbing

Dharma Setiawan, M.A
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Deni Panca Ramadan
NPM. 2003011025

FOTO DOKUMENTASI





Postingan

Tentang

Video

Lainnya ▾

Ayo beli, kita udah mulai buka lagi



Insight tidak tersedia ⓘ

Promosikan postingan

17:26 📷

← Postingan

👤👤👤 Disukai oleh **panca.ram** dan 5 lainnya

jamu2.000 Edisi pagi jualan keliling desa dan pasar... selengkapnya

1 Maret

jamu2.000



👤👤👤 Disukai oleh **panca.ram** dan 8 lainnya

jamu2.000 Jamu
Kunyit, rempah-rempah pilihan, temu lawak... selengkapnya

Lihat semua 6 komentar

🏠 🔍 📺 🛒 🌐

17:26 📷

← Postingan

jamu2.000 Bulan puasa lagi libur jualannya, cuma terima pesanan di atas 50k... selengkapnya

12 April - Lihat terjemahan

jamu2.000



👤👤👤 Disukai oleh **panca.ram** dan 4 lainnya

jamu2.000 Sebentar lagi puasa, paling enak kalau berbuka minum es jamu kunyit asem... selengkapnya

29 Maret

jamu2.000

🏠 🔍 📺 🛒 🌐

RIWAYAT HIDUP



Deni Panca Ramadan, lahir di Way Kanan 02 Desember 2000. Desa Negara Harja Kecamatan Pakuan Ratu. Merupakan anak kelima dari lima bersaudara. Telah menempuh pendidikan di SD Negeri 1 Negara Harja lulus tahun 2013, SMP Beringin Ratu 1 lulus tahun 2016, SMAS Beringin Ratu 1 lulus tahun 2019. Kemudian pada tahun 2020 melanjutkan pendidikan jenjang (S1) di Institut Agama Islam Negeri Metro melalui jalur UM-PTKIN dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam