

PENDAMPINGAN UMKM JAMU TRADISIONAL “SARI MINUMAN” DALAM MENERAPKAN PRINSIP JUAL BELI SYARIAH PADA PEMASARAN ONLINE

Della Nabilla Cahayati, Deri Kuwartisen, Melda Yulinda, Andi Harpepen
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Email: derikuwartisen@gmail.com, dellanabilla123@gmail.com, meldayulinda71@gmail.com,
Andi.harpepen@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstract

This study discusses the implementation of sharia-compliant sales principles in the online marketing of traditional herbal drinks (*jamu*). With the advancement of digital technology and growing public awareness of health, the marketing of herbal products via online platforms has become increasingly popular. However, it is crucial to ensure that marketing practices and transactions comply with Islamic principles, including product halalness, transparency of information, clear pricing, and honesty in contract agreements. This study uses a qualitative method with a literature review approach on Islamic commercial jurisprudence and halal e-commerce practices. The findings show that applying sharia principles in online marketing enhances consumer trust and brings blessings to the business. The study also emphasizes the importance of halal certification and consumer education in maintaining the integrity of sharia transactions in the digital age.

Keywords: Sharia trading, online marketing, traditional herbal medicine.

Abstrak

Penelitian ini membahas implementasi prinsip jual beli syariah dalam pemasaran online jamu tradisional sari minuman. Seiring dengan berkembangnya teknologi digital dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, pemasaran produk herbal melalui platform daring semakin populer. Namun, penting untuk memastikan bahwa praktik pemasaran dan transaksi penjualan dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan produk, transparansi informasi, kejelasan harga, serta kejujuran dalam akad jual beli. Metode kualitatif digunakan dalam studi ini dengan pendekatan studi literatur terhadap teori fikih muamalah dan praktik e-commerce halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip syariah dalam pemasaran online dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membawa keberkahan dalam usaha. Studi ini juga menekankan pentingnya sertifikasi halal dan edukasi konsumen dalam menjaga integritas transaksi syariah di era digital.

Kata kunci: Jual beli syariah, pemasaran online, jamu tradisional.

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No 327

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/krepa.v1i2.365

Copyright : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Manusia terikat dalam komunitas dan perlu bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan. Islam mendorong umatnya untuk berusaha, termasuk berbisnis, dengan tujuan akhir meraih keuntungan.¹ Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah tulang punggung perekonomian dan merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu atau badan usaha disemua sektor ekonomi. UMKM adalah bentuk usaha yang dapat bangkit dengan cepat atau bahkan tetap berjalan ditengah kemerosotan ekonomi. Industri jamu tradisional merupakan salah satu sektor UMKM dengan potensi besar. Jamu telah berkembang menjadi minuman kesehatan dan pilar ekonomi masyarakat ditangan para usaha kecil dan menengah (UMKM).² Usaha minuman herbal tradisional memiliki potensi besar dan sangat diminati. Kreativitas yang beragam mendukung produk-produk baru untuk mencegah dan mengobati penyakit. UMKM masih berkembang hingga saat ini.³

UMKM “Sari Minuman” adalah salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang produksi jamu. Usaha jamu ini sudah memproduksi berbagai jenis jamu yaitu jamu kunyit, jamu kunyit asem, jamu beras kencur, dan jamu pegal linu. Produk jamu yang dihasilkan memiliki cita rasa yang enak dan mempunyai manfaat yang baik untuk kesehatan. Jamu tradisional merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang telah digunakan secara turun-temurun untuk menjaga kesehatan, meningkatkan daya tahan tubuh, dan mengobati berbagai penyakit ringan. Terbuat dari bahan-bahan alami seperti rimpang (Batang Tumbuhan Yang Tumbuh Mendatar Dibawah Permukaan Tanah), daun-daunan, buah-buahan, dan rempah-rempah, jamu dikenal sebagai salah satu bentuk pengobatan alternatif yang relatif aman dan minim efek samping. Di tengah maraknya penggunaan obat-obatan modern, minat masyarakat terhadap produk herbal, khususnya jamu, kembali meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pola hidup sehat dan penggunaan bahan alami.⁴

Dalam konteks pendidikan tinggi, kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi wadah bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam kehidupan masyarakat. Salah satu bentuk pengabdian yang relevan dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat adalah pengembangan dan promosi jamu tradisional. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk melestarikan budaya lokal, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya alam yang tersedia di lingkungan sekitar.⁵ Implementasi prinsip-prinsip syariah di ranah ekonomi dan bisnis diyakini mampu memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat serta menghasilkan efek positif bagi perkembangan masyarakat secara keseluruhan. Salah satu metode penerapannya adalah melalui sektor ekonomi dan keuangan syariah yang mulai berkembang di Indonesia sejak tahun 1992.

Dengan dukungan dari pemerintah serta lembaga internasional, hingga tahun 2021, nilai total aset perbankan syariah tercatat mencapai Rp474,6 triliun dan sektor keuangan non-Bank juga mengalami kemajuan yang signifikan. Selain itu, komunitas Muslim semakin bersemangat terhadap produk halal tidak hanya dalam sektor makanan dan minuman, tetapi juga mencakup busana, kosmetik, farmasi, pariwisata, hingga platform pasar online. Berbagai studi menunjukkan bahwa pasar produk halal di Indonesia memiliki prospek yang sangat cerah karena

¹ Masfi Sya'fiatul Ummah, “STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DENGAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK,” *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1-14, [http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-Bene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI).

² Institut Teknologi et al., “Pengembangan Marketing UMKM Jamu Tradisional Di Desa Pangkatrejo Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan Dengan Metode Rebranding” 3, no. 1 (2025): 255-263.

³ Angga Adiaksa and Said Abadi, “Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Sumber Waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan,” *Investama : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2023): 45-56.

⁴ Teknologi et al., “Pengembangan Marketing UMKM Jamu Tradisional Di Desa Pangkatrejo Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan Dengan Metode Rebranding.”

⁵ S S Kusumawardani et al., “Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka,” *Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi* (2024): 98, <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2024/06/Buku-Panduan-Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-MBKM-2024.pdf>.

didukung oleh populasi Muslim terbesar di dunia dengan daya beli.⁶ Sebagai bagian dari program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), kegiatan KKN yang berfokus pada produksi dan pemasaran jamu tradisional juga mendorong pengembangan keterampilan teknis (Hard Skills) seperti formulasi produk dan keterampilan non-teknis (Soft Skills) seperti komunikasi, kewirausahaan, dan kerja tim.

Dengan pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai agen perubahan di masyarakat, tetapi juga belajar untuk menjadi individu yang mandiri, kreatif, dan adaptif dalam menghadapi tantangan dunia nyata. Namun demikian, penting untuk memastikan bahwa produksi jamu dilakukan secara higienis dan sesuai standar keamanan pangan agar manfaatnya dapat dirasakan secara optimal oleh masyarakat. Selain itu, strategi pemasaran berbasis digital juga menjadi bagian penting dalam memperluas jangkauan produk jamu ke pasar yang lebih luas, terutama di era transformasi digital saat ini. Dengan demikian, pengembangan jamu tradisional melalui kegiatan KKN menjadi salah satu bentuk kontribusi mahasiswa dalam mendukung pembangunan kesehatan masyarakat dan pelestarian budaya lokal secara berkelanjutan.⁷

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, kegiatan jual beli telah mengalami transformasi besar dari sistem konvensional ke sistem daring (online). Perubahan ini tidak hanya terjadi di sektor industri besar, tetapi juga telah merambah ke pelaku usaha kecil dan menengah, termasuk pengrajin jamu tradisional. Pemasaran online menawarkan berbagai kemudahan seperti jangkauan pasar yang lebih luas, biaya operasional yang lebih efisien, serta fleksibilitas dalam pengelolaan usaha. Namun, perubahan pola perdagangan ini juga membawa tantangan baru, khususnya dalam menjaga etika bisnis dan keabsahan transaksi menurut hukum Islam. UMKM halal merupakan sektor usaha kecil dan menengah yang telah melewati proses teknis tanpa melanggar kaidah syariah Islam dalam produksi barang yang halal.

Agar produk halal diakui, lembaga yang berwenang memberikan sertifikasi atau label halal.⁸ Dalam Islam, jual beli tidak hanya dinilai dari aspek keuntungan ekonomi, melainkan juga dari kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Setiap transaksi harus bebas dari unsur yang dilarang seperti gharar (ketidakjelasan), riba (tambahan yang tidak dibenarkan), maysir (spekulasi/judi), serta tadlis (penipuan atau manipulasi informasi).

Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha Muslim, termasuk mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat, untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini dalam setiap aktivitas perdagangan mereka, terutama dalam pemasaran online yang rawan terhadap manipulasi visual, klaim yang berlebihan, dan ketidakjelasan informasi. Jamu tradisional sebagai produk kesehatan berbasis bahan alami juga memiliki tantangan tersendiri dalam proses pemasarannya. Kesesuaian antara isi produk dengan deskripsi, kejelasan informasi komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, manfaat yang diklaim, serta jaminan kehalalan merupakan aspek penting yang harus dijaga. Ketika jamu dipasarkan secara online, pembeli tidak bisa langsung melihat, mencium, atau mencicipi produknya. Oleh karena itu, transparansi dan kejujuran dalam menyampaikan informasi menjadi bagian penting dari implementasi prinsip syariah dalam jual beli.⁹

Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan KKN dan program MBKM memiliki kesempatan emas untuk menjadi pelopor dalam praktik bisnis halal di masyarakat, khususnya melalui pemberdayaan UMKM jamu tradisional. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kegiatan produksi dan pemasaran digital, mahasiswa tidak hanya berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal, tetapi juga berperan dalam membentuk ekosistem perdagangan yang adil, beretika, dan sesuai syariah. Hal ini sekaligus menjadi bentuk nyata dari kolaborasi antara ilmu

⁶ Mutiara Eka Putri et al., "Potensi Dan Tantangan Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Industri Marketplace Halal Di Indonesia," *Analisis* 14, no. 01 (2024): 73-91.

⁷ Antonio muhammad Syafi'i, *BANK SYARIAH DARI TEORI DAN PRAKTIK*, ed. S.Pd. FARIDA R. DEWI S.E DADI.M.H, BASRI (jakarta, 2007).

⁸ Bastomi Dani Umbara and Ach Faqih Supandi, "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jember Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi Pada Peluang Dan Tantangan)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 2, no. 2 (2022): 86-103.

⁹ Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, "Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka" (2020): 42.

pengetahuan, nilai agama, dan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.¹⁰

2. IDENTIFIKASI MASALAH

A. Minimnya pemahaman pelaku usaha terhadap konsep jual beli syariah dalam konteks digital.

Banyak pengusaha, terutama yang berfokus pada usaha kecil dan menengah serta platform daring, belum sepenuhnya memahami dasar-dasar transaksi dalam Islam (muamalah), terutama saat diterapkan di lingkungan digital. Mereka biasa memperhatikan aspek teknis jualan seperti pemasaran daring dan proses pembayaran elektronik, tanpa mempertimbangkan kesesuaian kontrak, kejelasan terkait barang yang ditawarkan, serta larangan-larangan dalam syariah seperti riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (perjudian). Ketidapahaman ini berpotensi menyebabkan praktik jual beli yang melanggar prinsip-prinsip Islam, seperti menjual barang yang belum dimiliki, kekurangan kejelasan dalam kontrak (ijab kabul), atau penggunaan metode pembayaran yang mengandung bunga. Permasalahan ini terjadi akibat rendahnya tingkat pemahaman tentang ekonomi syariah di ranah digital, minimnya akses pada pendidikan yang relevan, serta efektivitas lembaga keuangan atau otoritas syariah yang belum sepenuhnya mendukung para pelaku usaha di dunia digital.

B. Transparansi informasi produk yang masih rendah dalam pemasaran online

Ketika informasi yang diberikan penjual sangat tidak transparan atau bahkan menyesatkan, ini akan terjadi transparansi informasi produk yang minim. Misalnya, penjelasan produk yang seadanya, foto tidak tentu, dan sebagainya. Dimana hal ini dapat menciptakan rasa penipuan bagi konsumen, kepercayaan yang berkurang, serta keputusan pembelian. Ini adalah sebab konsumen harus merasa aman ketika bertransaksi online.

3. METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan kepada pelaku UMKM jamu tradisional “Sari Minuman” Adapun tahap-tahap untuk melakukan kegiatan pengabdian sebagai berikut :

A. Tahap Observasi

Tahap awal dimulai dengan melakukan observasi langsung terhadap Tujuan untuk mengkaji ilustrasi pertama terkait keadaan UMKM Sari Minuman dari segi produksi, penjualan, dan pemahaman prinsip jual beli syariah. Metode yang digunakan untuk melakukan observasi adalah kajian media pemasaran online, observasi proses penjualan, dan wawancara langsung dengan pemilik.

B. Tahap Perencanaan

Menindaklanjuti observasi awal UMKM Jamu Tradisional “Sari Minuman”, dilakukan rencana pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan prinsip jual beli syariah dalam kegiatan pemasaran online. Tujuan, strategi, materi, dan metode pelaksanaan semuanya tercakup dalam tahap perencanaan ini.

C. Tahap Persiapan

Setelah tahap penentuan program kerja untuk melakukan persiapan guna menyelesaikan permasalahan yang mungkin timbul. Tahap ini terdiri dari persiapan perlengkapan (alat dan bahan), koordinasi dengan bantuan pihak yang bertanggung jawab, izin kegiatan surat di daerah, izin kegiatan materi dari program kerja yang akan dilaksanakan, dan pelaksanaan kegiatan.

D. Pelatihan

Fokus dari kegiatan ini adalah memberikan intruksi tentang memberikan pemahaman dan pengetahuan untuk meningkatkan prinsip jual beli syariah dalam pemasaran online untuk membantu UMKM jamu tradisional “Sari Minuman” agar memahami dan menjalankan bisnis sesuai prinsip jual beli syariah terhadap penjualan dan pemasaran secara online.

¹⁰ L.Muryanto, *Jamu Tradisional Indonesia Sejarah, Ilmu, Dan Etika Pengobatan Herbal*, ed. Andi (yogyakarta, 2010).

E. Pendampingan

Untuk mendukung pengembangan terhadap pemahaman UMKM jamu tradisional “Sari Minuman” dalam mengimplementasikan prinsip jual beli syariah dalam pemasaran online, pendampingan ini dilakukan secara langsung dilokasi UMKM. Kegiatan pendampingan ini mencakupi tentang pendekatan partisipatif dan aplikatif untuk mudah dipahami serta di digunakan oleh para pelaku usaha.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM jamu “Sari Minuman” bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha mengenai prinsip jual beli syariah terhadap penjualan dan pemasaran secara online. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, Pelaku UMKM menunjukkan kurangnya pemahaman yang lebih baik tentang prinsip-prinsip penjualan syariah dan pemasaran secara online, seperti pentingnya kejelasan iklan, larangan riba dan gharar, serta perlunya menyampaikan informasi produk secara akurat seperti memperlihatkan komposisi, bahan, manfaat dan foto produk yang asli. Peserta juga mulai menjelaskan bahwa transaksi tidak hanya berfokus pada keuntungan tetapi juga pada kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, UMKM jamu “Sari Minuman” melakukan strategi pemasaran tradisional, yaitu mengunjungi konsumen langsung dan menjual produk mereka. Terkadang mereka juga menerima pesanan dari masyarakat dan kemudian mengirimkannya. Selain itu, jangkauan pemasarannya masih terbatas, hanya mencakup tetangga dan sekitaran lingkungan Rt setempat. Dan dengan adanya kegiatan ini menghasilkan dampak yang cukup positif. Pelaku UMKM dapat memahami prinsip jual beli syariah, dan penjualan online melalui digital seperti Tiktok, Instagram, Facebook, Whatsapp. Dengan mengenai perkembangan menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran dan memperluas cakupan wilayah pemasaran hingga sekota Bengkulu, dan dengan adanya mengimplementasikan teknik pemasaran digital dapat mendorong hasil penjualan produk UMKM.¹¹

Secara umum, program ini berhasil meningkatkan kesadaran UMKM untuk melakukan penjualan dengan mengikuti prinsip jual beli syariah dengan melakukan penjualan secara online, Jamu tradisional “Sari Minuman” yang dikenal hanya dikalangan sekitar rumah tetangga, kini dapat berkembang melalui media sosial dan diketahui oleh masyarakat sekitar kota Bengkulu.

5. KESIMPULAN

Pendampingan kepada UMKM jamu tradisional “Sari Minuman” mengenai pemahaman prinsip jual beli syariah dalam pemasaran online berhasil meningkatkan pengetahuan serta perkembangan pemasaran berbisnis di era digital ini. Dan pelaku UMKM dapat meningkatkan pemahaman terhadap pentingnya kejelasan produk yang asli, kejelasan iklan, larangan riba dan gharar, serta perlunya menyampaikan informasi produk yang akurat dalam pemasaran online sesuai dengan prinsip jual beli syariah.

Sebelum pendampingan dilaksanakan, UMKM jamu “Sari Minuman” melakukan pemasaran

¹¹ Diah Agustina Prihastiwati and Erni Puji Astutik, “Penguatan UMKM Produk Herbal Melalui Penerapan Proses Produk Halal Dan Pemasaran Digital Pendahuluan Menurut Undang-Undang No 33 Tahun 2014 , Pengusaha Diharuskan Makanan Dan Minuman (Hosanna & Nugroho , 2018 ; Mohammad , 2021). Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Menyediakan 1 Juta Pengusaha Mikro Dan Kecil (UMK) (Kementerian Agama Republik Indonesia , Informasi Indonesia , 2024). Pada Level Internasional , Indonesia Merupakan Para Wisatawan Muslim Dunia . Untuk Mendorong Potensi Di Sektor Pariwisata , Maka Dibutuhkan Upaya Untuk Meningkatkan Pengalaman Dan Kenyamanan Bagi Wisatawan Muslim . Salah satunya yaitu Dengan Mendorong Sertifikasi Produk Halal (Mahardika , 2020). Melihat besarnya Potensi Wisata Halal Di Karena Dapat Meningkatkan Peluang Penjualan Bagi Produk , Hingga Selain Itu , Sertifikasi Proses Produk Halal Ini Tidak Hanya Akan Bermanfaat Bagi Kaum Muslim Saja . Produk Yang Telah Tersertifikasi Produk Halal Akan Dapat Jaminan Bahwa Produk Tersebut Tidak Berbahaya Bagi Kesehatan Pelanggan (Pramintasari & Fatmawati , 2017). Sertifikasi Halal Ketat , Yang Mencakup Verifikasi Asal Bahan Baku Dan Metode Produksi , Yang Mereka Beli (Lutfiyah , 2021). Tinggi Universitas Bagi Masyarakat Sekitar . Salah Satu Sumbangsih Universitas Ini Telah Mencapai Jumlah 15 Desa . Dari Keseluruhan Desa Binaan Tersebut Magelang . Universitas Tidar Mempertimbangkan Beberapa Hal Yang Perlu Pencarian Masyarakat Diantaranya Pembuatan Makanan Ringan , Manisan Serta Produsen Produk Herbal Tradisional (Maimunah et Al . , 2021). Khusus Produk Herbal Tradisional Terdaftar Dua Pelaku UMKM Yang Telah Merintis Usaha Ini Selama Hampir 30 Tahun , Seperti Yang Ditunjukkan Oleh Gambar 1 . Higienis , Halal , Dan Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen Agar” 5636, no. 3 (2024): 552-561.

tradisional dan jangkauan pemasaran terbatas, dan setelah dilakukan pendampingan pelaku UMKM ini mulai melakukan penjualan di berbagai platform digital seperti Tiktok, Instagram, Facebook, dan Whatsapp Bisnis, secara umum hal ini dapat meningkatkan jangkauan pemasaran produk jamu ini sampai keseluruhan kota Bengkulu dan meningkatkan hasil penjualan jamu ini. Dengan demikian, studi ini mengungkapkan bahwa penggabungan prinsip jual beli berdasarkan syariah dengan penggunaan platform digital bisa menjadi pendekatan yang efisien untuk memperkuat UMKM tradisional, menambah kepercayaan konsumen, serta menghadirkan berkah dalam bisnis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat lewat KKN-MBKM memiliki peranan yang penting dalam mendukung proses ini dan memberdayakan pelaku UMKM untuk menyesuaikan diri dengan era digital sambil tetap menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.

6. UCAPAN TERIMAH KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada setiap individu dan instansi yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN MBKM) ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, terutama dosen pembimbing lapangan dan seluruh staf akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta fasilitas yang mendukung kelancaran program ini. Para pelaku UMKM Jamu Tradisional di Kelurahan Sumur Dewa, Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu, yang telah berkenan menjadi mitra dan memberikan kesempatan kepada kami untuk belajar serta berkontribusi secara langsung dalam pengembangan usaha lokal. Semua anggota tim KKN MBKM yang telah berkolaborasi dengan semangat, dedikasi, dan kreativitas yang tinggi selama menjalankan program ini dari fase awal hingga akhir. Masyarakat sekitar lokasi KKN, atas penerimaan yang hangat dan partisipasi aktif mereka selama pelaksanaan kegiatan. Dan semua individu yang tidak dapat disebutkan satu per satu tetapi telah memberikan dukungan moril dan material.

Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, baik untuk masyarakat maupun untuk mahasiswa sebagai bekal pengalaman nyata di luar lingkungan kampus. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memberikan berkah bagi kita semua. Aamiin.

7. DOKUMENTASI DAN BUKTI PENYELENGGARAAN KKN MBKM.



1.1. Gambar Stiker Jamu Kunyit



1.2. Gambar Stiker Jamu Beras Kencur

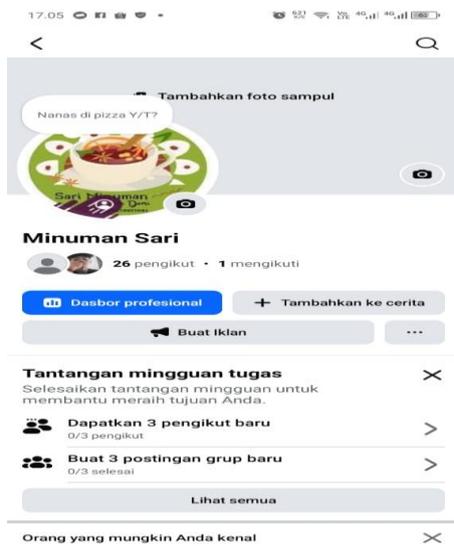


1.3. Gambar Stiker Jamu Kunyit Asam



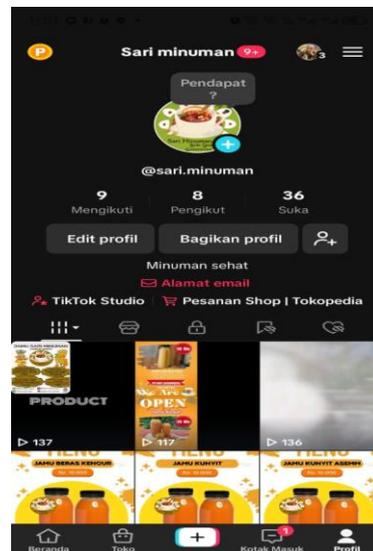
1.4. Gambar Stiker Jamu Pegel Linu

Profil Facebook



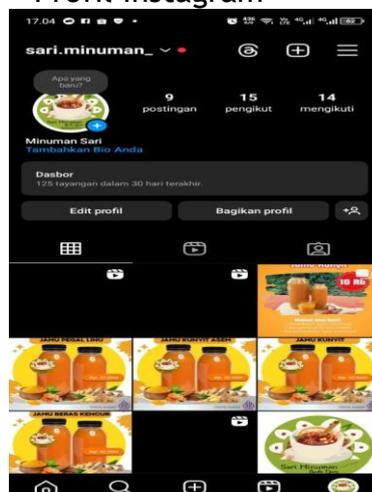
1.5. Gambar Profil Facebook

Profil Tiktok



1.6. Gambar Profil Tiktok

Profil Instagram



1.7. Gambar Profil Insatagram.



1.8 Gambar Penjualan Produk Jamu Kepada Masyarakat Sekitar



1.9 Gambar Pembuatan Jamu Tradisional



2.1. Gambar Produk Jamu Empat (4) Varian

DAFTAR PUSTAKA

- Adiaksa, Angga, and Said Abadi. "Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Sumber Waras Desa Tahunan Kecamatan Tegalombo Kabupaten Pacitan." *Investama : Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8, no. 1 (2023): 45-56.
- Dani Umbara, Bastomi, and Ach Faqih Supandi. "Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jember Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi Pada Peluang Dan Tantangan)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)* 2, no. 2 (2022): 86-103.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. "Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka" (2020): 42.
- Kusumawardani, S S, D Wulandari, S Arifin, B J Santoso, E Cahyono, S P Wastutiningsih, A S Slamet, et al. "Buku Panduan Merdeka Belajar Kampus Merdeka." *Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi* (2024): 98. <https://dikti.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2024/06/Buku-Panduan-Merdeka-Belajar-Kampus-Merdeka-MBKM-2024.pdf>.
- L.Muryanto. *Jamu Tradisional Indonesia Sejarah, Ilmu, Dan Etika Pengobatan Herbal*. Edited by Andi. Yogyakarta, 2010.
- Prihastiwi, Diah Agustina, and Erni Puji Astutik. "Penguatan UMKM Produk Herbal Melalui Penerapan Proses Produk Halal Dan Pemasaran Digital Pendahuluan Menurut Undang-Undang No 33 Tahun 2014 , Pengusaha Diharuskan Makanan Dan Minuman (Hosanna & Nugroho , 2018 ; Mohammad , 2021). Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Menyediakan 1 Juta Pengusaha Mikro Dan Kecil (UMK) (Kementerian Agama Republik Indonesia , Informasi Indonesia , 2024). Pada Level Internasional , Indonesia Merupakan Para Wisatawan Muslim Dunia . Untuk Mendorong Potensi Di Sektor Pariwisata , Maka Dibutuhkan Upaya Untuk Meningkatkan Pengalaman Dan Kenyaman Bagi Wisatawan Muslim . Salah satunya yaitu dengan mendorong sertifikasi produk halal (Mahardika , 2020). Melihat besarnya potensi wisata halal di karena dapat meningkatkan peluang penjualan bagi produk , hingga selain itu , sertifikasi proses produk halal ini tidak hanya akan bermanfaat bagi kaum muslim saja . Produk yang telah tersertifikasi produk halal akan dapat jaminan bahwa produk tersebut tidak berbahaya bagi kesehatan pelanggan (Pramintasari & Fatmawati , 2017). Sertifikasi halal ketat , yang mencakup verifikasi asal bahan baku dan metode produksi , yang mereka beli (Lutfiyah , 2021). Tinggi Universitas Bagi Masyarakat Sekitar . Salah satu sumbangsih universitas ini telah mencapai jumlah 15

Desa . Dari Keseluruhan Desa Binaan Tersebut Magelang . Universitas Tidar Mempertimbangkan Beberapa Hal Yang Perlu Pencarian Masyarakat Diantaranya Pembuatan Makanan Ringan , Manisan Serta Produsen Produk Herbal Tradisional (Maimunah et Al ., 2021). Khusus Produk Herbal Tradisional Terdapat Dua Pelaku UMKM Yang Telah Merintis Usaha Ini Selama Hampir 30 Tahun , Seperti Yang Ditunjukkan Oleh Gambar 1 . Higienis , Halal , Dan Sesuai Dengan Kemutakhiran Kebutuhan Konsumen Agar” 5636, no. 3 (2024): 552-561.

Putri, Mutiara Eka, Abdul Qodir Zaelani, Muhammad Iqbal Fasa, and Reza Ronaldo. “Potensi Dan Tantangan Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Industri Marketplace Halal Di Indonesia.” *Analisis* 14, no. 01 (2024): 73-91.

Syafi'i, Antonio muhammad. *BANK SYARIAH DARI TEORI DAN PRAKTIK*. Edited by S.Pd. FARIDA R. DEWI S.E DADI.M.H, BASRI. jakarta, 2007.

Teknologi, Institut, Ahmad Dahlan, Institut Teknologi, Ahmad Dahlan, Institut Teknologi, Ahmad Dahlan, Institut Teknologi, et al. “Pengembangan Marketing UMKM Jamu Tradisional Di Desa Pangkatrejo Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan Dengan Metode Rebranding” 3, no. 1 (2025): 255-263.

Ummah, Masfi Sya'fiatul. “STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DENGAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK.” *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1-14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.