




## Membangun Keunggulan Bersaing Suatu Umkm Jamu dalam Rangka Memasuki Pasar Global

Ignatius Roni Setyawan<sup>1)</sup>, Indra Listyarti<sup>2)</sup>, Liko Fernando<sup>3)</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis, <sup>3</sup>Program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana, Universitas Tarumanagara, Jakarta Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Institut Kesehatan & Bisnis Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

 Email korespondensi: [ignronis@yahoo.com](mailto:ignronis@yahoo.com)

Submit : 11/06/2026 | Accept : 28/06/2026 | Publish : 30/06/2026

### Abstract

*The Community Service Program which is implemented in collaboration with the “Mama Damar” herbal medicine MSME aims to increase business capacity through a scientific approach and the use of digital technology. Established in 2020 with a legal business registration number (NIB) and halal certification, Jamu Mama Damar faced several challenges, including disorganized financial records, an unclear business development strategy, and limited international branding. Through the implementation of the Business Model Canvas (BMC) and the support of Generative AI, this program aimed to provide practical solutions for digital marketing, business management, and brand identity strengthening. The implementation method was an interactive webinar involving academics, practitioners, and MSMEs. The agenda included a presentation of the business profile, training on creating digital flyers using Copilot, and a question and answer session emphasizing the importance of modern business strategies and the use of information technology. The results demonstrated partners' enthusiasm for using Copilot as an effective, affordable, and sustainable promotional tool. Overall, this program supports the achievement of SDGs 3, 5, 8, and 17, namely public health, gender equality, local economic growth, and technology-based partnerships. The integration of BMC-based business strategies and the use of Generative AI is a strategic step in bringing herbal medicine MSMEs to the national and global level.*

**Keywords:** MSMEs; Jamu Mama Damar; Business Model Canvas; Generative AI; SDGs

### Abstrak

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersama UMKM Jamu “Mama Damar” bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha melalui pendekatan ilmiah dan pemanfaatan teknologi digital. Jamu Mama Damar, yang berdiri sejak tahun 2020 dengan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal, menghadapi sejumlah kendala seperti pencatatan keuangan yang belum rapi, strategi pengembangan usaha yang belum jelas, serta branding internasional yang masih terbatas. Melalui penerapan Business Model Canvas (BMC) dan dukungan Generative AI, kegiatan PKM ini diarahkan untuk memberikan solusi praktis dalam pemasaran digital, pengelolaan usaha, serta penguatan identitas mereka. Metode pelaksanaan dilakukan melalui webinar interaktif dengan melibatkan akademisi, praktisi, dan pelaku UMKM. Agenda kegiatan mencakup pemaparan profil usaha, pelatihan pembuatan flyer digital menggunakan Copilot, serta sesi tanya jawab yang menekankan pentingnya strategi bisnis modern dan pemanfaatan teknologi informasi. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme mitra terhadap penggunaan Copilot sebagai sarana promosi yang efektif, murah, dan berkelanjutan. Secara keseluruhan, PKM ini mendukung pencapaian SDGs 3, 5, 8, dan 17, yaitu kesehatan masyarakat, kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi lokal, serta kemitraan berbasis teknologi. Integrasi antara strategi bisnis berbasis BMC dan pemanfaatan

Generative AI menjadi langkah strategis untuk membawa UMKM jamu ke tingkat nasional bahkan global.

**Kata Kunci:** UMKM; Jamu Mama Damar; Business Model Canvas; Generative AI; SDGs

## **PENDAHULUAN**

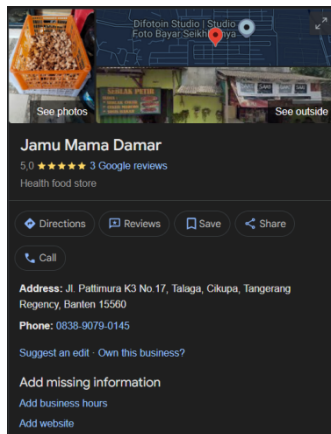
Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan peran yang sangat strategis dalam mendukung perekonomian nasional, terutama sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak ekonomi lokal, serta penjaga warisan budaya. Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan UMKM, masih banyak pelaku usaha yang menghadapi berbagai kendala, mulai dari keterbatasan manajemen keuangan, lemahnya strategi pemasaran, hingga kurangnya inovasi dalam pengembangan usaha. Kondisi ini menuntut adanya pendampingan yang terarah dan berbasis pada pendekatan ilmiah agar UMKM mampu bertahan sekaligus berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Sebelumnya tim PKM telah mengambil porsi dalam penanganan masalah yang dihadapi para pelaku UMKM di Kecamatan Sindang Jaya. Pada tahun 2024, tim PKM melakukan kegiatan ketiga secara luring dengan fokus pada pembaruan profil demografi pelaku UMKM Sindang Jaya dari sisi durasi usaha, jenis usaha, dan kendala usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa total pengalaman usaha dari 23 UMKM adalah 105 tahun, dengan rata-rata pengalaman usaha 4,5 tahun. Hal ini menunjukkan mayoritas pelaku UMKM berada dalam fase awal atau sedang berkembang. Terdapat pelaku yang sudah berpengalaman bertahun-tahun dan ada pula yang baru memulai, menggambarkan perbedaan tingkat kematangan bisnis di Sindang Jaya. Mayoritas UMKM berada di tahap awal hingga menengah, dengan sebagian kecil pelaku yang sudah matang dan dapat menjadi penggerak komunitas (Setyawan et al., 2025).

Talaga Bestari, yang berada di Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten, merupakan salah satu wilayah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat, terutama di sektor kuliner dan produk rumah tangga. Lokasi ini strategis karena dekat dengan kawasan industri dan perumahan, sehingga memiliki potensi pasar lokal yang besar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak ekonomi lokal, serta penjaga warisan budaya (Fuadi et al., 2021; Yolanda & Hasanah, 2024; Yulya Ammi Hapsari et al., 2024). Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar adalah industri jamu tradisional. Jamu sebagai produk kesehatan berbasis bahan alami telah menjadi bagian dari identitas bangsa dan memiliki nilai tambah yang tinggi karena tren global saat ini semakin mengarah pada gaya hidup sehat, *back to nature*, dan penggunaan produk herbal.

Berbagai penelitian tentang potensi pelaku UMKM khususnya pada UMKM jamu seperti (Aryaseta et al., (2023), Attianto & Nuraeni, (2024), Ruscitasari et al., (2022), Solehah et al., (2022), dan Yustini et al., (2024) berbagai daerah menghadapi tantangan yang sama keterbatasan manajemen keuangan, lemahnya branding, pemasaran yang masih konvensional, serta kurangnya inovasi produk. Kondisi ini sejalan dengan permasalahan yang dihadapi Jamu Mama Damar, yang meskipun sudah memiliki legalitas (NIB dan sertifikat halal) serta memanfaatkan media sosial dan e-commerce, masih kesulitan dalam pencatatan keuangan dan strategi pengembangan usaha.

Mitra kegiatan ini adalah UMKM Jamu Mama Damar Gambar 1, yang berdiri sejak tahun 2020 dengan tujuan menghadirkan jamu fresh, tanpa bubuk dan tanpa pemanis. Usaha kuliner ini telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan sertifikat halal, sehingga secara legalitas dan kepercayaan konsumen sudah cukup kuat. Perkembangan usaha menunjukkan tren positif karena semakin dikenal masyarakat, terutama melalui pemanfaatan media sosial (Instagram) Gambar 2 sarana pemasaran dan distribusi.



**Gambar 1.**

Foto Profil Jamu Mama Damar dari Google



**Gambar 2.**

Foto Profil jamu Mama Damar dari Instagram

Meskipun memiliki potensi besar, Jamu Mama Damar masih menghadapi beberapa kendala diantaranya Kesulitan membuat pencatatan keuangan yang rapi, sehingga sulit memantau arus kas dan profitabilitas secara akurat, Strategi pengembangan usaha belum jelas, karena pemilik masih bingung menentukan arah bisnis untuk memperbesar skala usaha, Penjualan masih fluktuatif dan belum stabil meskipun sudah memanfaatkan media sosial dan e-commerce, Branding dan sertifikasi internasional belum dimiliki, sehingga membatasi akses ke pasar global. Dari sisi permodalan, Jamu Mama Damar tidak menghadapi masalah modal dan hingga saat ini belum pernah menerima bantuan pendanaan eksternal. Hal ini menunjukkan adanya kemandirian finansial, namun sekaligus menuntut pengelolaan keuangan yang lebih profesional agar usaha dapat tumbuh berkelanjutan.

Permasalahan ini berkaitan erat dengan pencapaian SDGs, khususnya tujuan SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) melalui peningkatan kapasitas UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal, SDG 3 (Good Health and Well-being) dengan penyediaan produk jamu sehat berbasis bahan alami, serta SDG 5 (Gender Equality) karena mayoritas pelaku UMKM jamu adalah perempuan yang berperan ganda dalam rumah tangga dan usaha. Dengan demikian, pendampingan UMKM Jamu Mama Damar melalui inovasi strategi bisnis berbasis Business Model Canvas (BMC) dan Generative AI menjadi relevan untuk mendukung keberlanjutan usaha, memperkuat branding, serta meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global.

Dalam konteks narasi PKM, hasil kajian strategi bisnis Apotek X dengan pendekatan Canvas Business Model (CBM) dan analisis UMKM Cimol AA dengan Business Model Canvas (BMC) dapat digabungkan untuk menunjukkan relevansi penerapan model bisnis sederhana namun komprehensif bagi UMKM di berbagai sektor. Apotek X di Bekasi menghadapi tantangan akibat perubahan kebijakan kesehatan, perkembangan teknologi, serta pandemi Covid-19 (Antoni et al., 2023). Melalui CBM, strategi baru dirumuskan dengan fokus pada value propositions, key resources, dan customer segments, yang kemudian dikembangkan menjadi layanan online, promosi masif di media sosial, kerjasama B2B, serta segmentasi pelanggan agar mampu bersaing dengan apotek jaringan besar (Becker & Bröcker, 2021).

Jamu Jeng Suni, Rumah Jamu Argomulyo, dan Jamu Cap Jempol menunjukkan bahwa aspek pembuatan katalog produk dan strategi promosi digital merupakan elemen krusial dalam penguatan daya saing usaha. Pada UMKM Jamu Jeng Suni, pendampingan dilakukan melalui pembuatan katalog produk dengan visualisasi foto yang menarik, banner promosi, serta pemanfaatan Instagram sebagai media pemasaran untuk memperluas jangkauan konsumen (Sari et al., 2024).

Rumah Jamu Argomulyo difokuskan pada pelatihan pembuatan brosur menggunakan aplikasi Canva dan pemasaran melalui marketplace Shopee, sehingga katalog digital berfungsi sebagai sarana promosi yang lebih efektif dan mampu menjangkau pasar di luar lingkaran konsumen terdekat (Gielens & Steenkamp, 2024). Sementara itu, UMKM Jamu Cap Jempol melalui program KKN memperoleh dukungan branding berupa pembuatan logo, banner, dan flyer yang memperkuat identitas visual sekaligus meningkatkan efektivitas promosi (Romdania et al., 2024).

Ketiga studi tersebut menegaskan bahwa visualisasi produk melalui katalog, brosur, banner, dan flyer tidak hanya berfungsi sebagai media pengenalan produk, tetapi juga sebagai strategi branding yang membangun citra profesional. Di sisi lain, promosi digital melalui media sosial dan marketplace terbukti menjadi pendekatan utama dalam memperluas pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mendukung keberlanjutan usaha jamu tradisional di era modern. Dengan demikian, integrasi antara katalog produk dan promosi digital dapat dipandang sebagai strategi ilmiah yang relevan untuk memperkuat posisi UMKM jamu dalam ekosistem ekonomi lokal maupun nasional.

Sementara itu, UMKM Cimol AA di Tanjungpinang sebagai usaha kuliner menghadapi kendala pemasaran karena masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Penerapan BMC membantu Cimol AA memahami sembilan elemen bisnis, dengan kelemahan utama pada channels yang belum optimal (Sepriyadi et al., 2023). Penelitian menyarankan agar Cimol AA memperluas saluran pemasaran melalui media sosial dan layanan digital untuk menjangkau pasar lebih luas. Kedua studi ini menegaskan bahwa penerapan BMC dapat menjadi solusi strategis dalam kegiatan PKM, karena mampu menyederhanakan konsep bisnis yang kompleks, memberi arah pengembangan usaha yang jelas, serta meningkatkan daya saing UMKM baik di sektor farmasi maupun kuliner. Dengan demikian, PKM yang berfokus pada pendampingan UMKM melalui BMC berbasis teknologi digital dan Generative AI menjadi relevan untuk mendukung keberlanjutan usaha, memperkuat branding, serta mendukung pencapaian SDGs melalui pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Topik PKM masuk kategori tema unggulan (PKM) Unggulan 2 yaitu Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk E-governance dan E-business, dan Optimasi Data, karena kegiatan yang dilakukan berfokus pada penerapan teknologi digital untuk mendukung pengembangan UMKM. Pertama, pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan penggunaan teknologi informasi untuk memperluas pasar, meningkatkan branding, dan memperbaiki strategi pemasaran.

Kedua, adanya pendampingan pencatatan keuangan dan penyusunan strategi bisnis berbasis Business Model Canvas (BMC) dengan dukungan Generative AI menunjukkan aspek optimasi data, karena mitra didorong untuk mengelola informasi usaha secara sistematis, akurat, dan berbasis analisis. Dengan demikian, PKM ini tidak hanya membantu UMKM Jamu Mama Damar dalam meningkatkan daya saing, tetapi juga mendukung pencapaian SDGs No. 17 yang garis besarnya adalah melalui kemitraan pemanfaatan teknologi informasi untuk pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam upaya menjawab permasalahan mitra PKM maka dilakukan beberapa kali pertemuan daring diantaranya pertemuan tanggal 12 Maret 2026 (gambar 3) membahas secara khusus mengenai persiapan acara bertema “Membangun Level Bisnis UMKM Jamu untuk Lebih Tinggi di Tingkat Nasional.” Agenda dimulai dengan pembukaan dan doa bersama, kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari pihak penyelenggara. Dalam sesi inti, para narasumber yang terdiri dari akademisi dan praktisi UMKM mendiskusikan rancangan

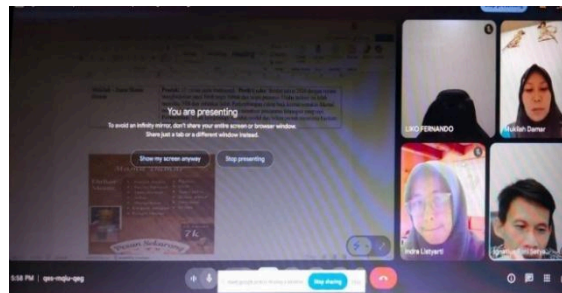
susunan acara, termasuk pembagian peran, materi yang akan disampaikan, serta teknis kegiatan.

Diskusi berjalan interaktif, di mana ketua tim PKM sebagai pemateri utama menekankan pentingnya membangun strategi bisnis berbasis data agar UMKM jamu dapat bersaing di tingkat nasional. Narasumber lain, seperti Indra Listyari, menambahkan perspektif mengenai peran perempuan dalam pengembangan UMKM jamu, serta bagaimana pendampingan digital dapat memperkuat branding dan pemasaran. Peserta yang hadir, sebagian besar pelaku UMKM, memberikan masukan terkait kebutuhan mereka, terutama dalam hal akses pendanaan, penguatan jaringan distribusi, dan pemanfaatan teknologi informasi.

Media yang digunakan adalah konferensi video, sehingga memungkinkan interaksi langsung antara narasumber dan peserta. Model kegiatan yang disepakati berupa kombinasi webinar untuk penyampaian materi dan pendampingan daring untuk implementasi strategi.

Pertemuan ini menghasilkan kesepakatan bahwa acara akan difokuskan pada peningkatan kapasitas UMKM jamu melalui pemahaman prinsip bisnis modern, pengenalan skema pendanaan, serta praktik pemasaran digital.

Penutup pertemuan dilakukan dengan kesimpulan bersama, rencana tindak lanjut, dan dokumentasi foto virtual sebagai simbol komitmen kolaborasi.



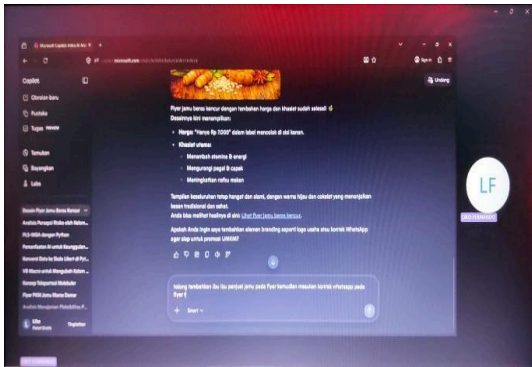
**Gambar 3.** Contoh Pertemuan Tim PKM dengan Mitra

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan PKM perlu didahului dengan pertemuan lanjutan tanggal 9 April 2026 dengan ibu Mukilah Damar (Pemilik UMKM Jamu Mama Damar) yang menyampaikan keinginan kuat untuk mengembangkan usaha jamu menjadi lebih besar demi memasuki pasar global. Pada Pelaksanaan PKM tahap 1 tanggal 28 April 2026 dengan media google meet tautan <https://meet.google.com/pgg-nkpx-nwq> berdurasi 1 jam 30 menit pada tim PKM membagi agenda PKM menjadi 3 bagian yakni :

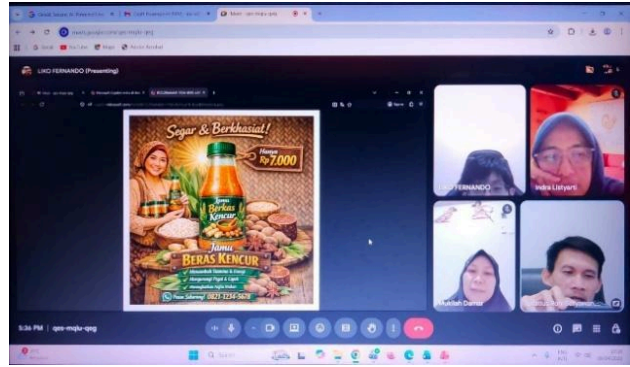
Bagian pertama, paparan singkat dari ibu mukilah damar mengenai latar belakang UMKM yang ditekuni dan berbagai macam hambatan yang ditemui serta harapan pada PKM ini. Bagian ini penting untuk dilakukan untuk mengungkap profil UMKM yang dijalankan oleh ibu mukilah.

Bagian kedua, tim PKM menjelaskan tentang model pemasaran produk UMKM melalui pembuatan flyer dari generative AI menggunakan copilot. Seperti pada gambar 4 & 5. Tim PKM menampilkan video mengenai tahapan pembuatan model flyer untuk postingan sosial media menggunakan generative AI dari Microsoft yang bernama Copilot menggunakan prompting sederhana untuk menghasilkan sebuah karya visual yang secara tidak langsung menjadi solusi terhadap mitra UMKM dalam mempromosikan produknya secara luas.



**Gambar 4.**

Pembuatan flyer mitra dengan Generative AI Copilot

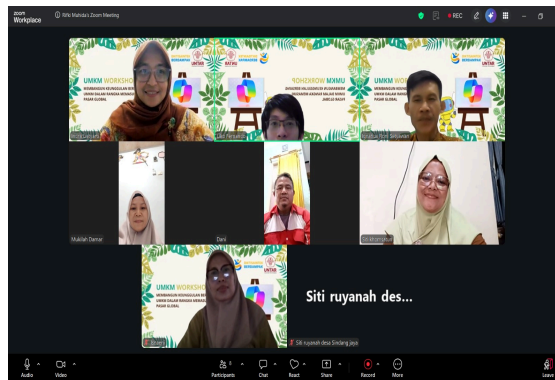


**Gambar 5.**

Hasil Akhir flyer mitra dengan Generative AI Copilot

Pada bagian akhir agenda PKM, tim melakukan sesi tanya jawab mengenai video pembuatan. Bu mukilah selaku pemilik UMKM merasa antusias dan tertarik mengenai generative AI dari Copilot dan merasa dapat membantu memasarkan produk pada UMKM. Kemudian kami selaku Tim PKM menjelaskan kembali bahwa Copilot bersifat gratis dan tidak berbayar layaknya AI lain sehingga secara tidak langsung mitra tidak perlu memiliki pengeluaran tambahan dalam memasarkan produknya.

Pada pelaksanaan PKM tahap 2 melalui media zoom tanggal 15 Mei 2026 jam 13.30-16.00 maka selain tim PKM berhasil mengidentifikasi kemajuan pembuatan flyer dari jamu mama damar, maka tim PKM mendapatkan kesempatan untuk berdialog langsung dengan para pelaku UMKM di Sindangjaya yang merupakan para customer dari ibu Mukilah (lihat **gambar 6**). Beberapa persoalan UMKM juga tim PKM tampung dalam google form.



**Gambar 6.**

Foto Bersama Tim PKM dengan Mitra & Rekanan Bisnisnya

Berdasarkan data Google Form yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta webinar merupakan pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner. Dilihat dari lama usaha, maka sebagian besar peserta telah menjalankan usahanya selama 5–10 tahun, sedangkan sebagian lainnya berada pada rentang 1–5 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha sudah memiliki pengalaman yang cukup dalam menjalankan bisnisnya. Mereka bukan termasuk pelaku usaha pemula, tetapi masih berada di tahap pengembangan usaha agar dapat bertahan dan berkembang lebih besar.

Pada aspek omzet usaha, sebagian besar peserta webinar memiliki omzet rata-rata antara 1–5 juta rupiah per bulan. Selain itu, terdapat beberapa usaha dengan omzet di bawah 1 juta rupiah per bulan, dan hanya sedikit yang mencapai omzet di atas 10 juta rupiah. Hal ini

menunjukkan bahwa mayoritas usaha masih berada pada kategori usaha mikro dan kecil dengan kapasitas produksi serta jangkauan pasar

Dalam pengelolaan keuangan, sebagian besar peserta masih menggunakan pencatatan manual. Bahkan masih terdapat beberapa pelaku usaha yang tidak melakukan pencatatan keuangan sama sekali. Hanya sedikit peserta yang sudah menggunakan Excel atau sistem pencatatan digital sederhana. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi administrasi dan keuangan usaha masih perlu ditingkatkan. Pencatatan keuangan yang belum optimal dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengetahui keuntungan, kerugian, maupun perkembangan usaha mereka secara akurat. Bahkan akan sulit bagi mereka untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat bagi usahanya.

Dari sisi sistem pencatatan usaha, mayoritas peserta menyatakan belum memiliki sistem pencatatan yang baik dan terstruktur. Hal ini memperlihatkan bahwa pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum sepenuhnya menerapkan manajemen usaha modern.

Pada bidang pemasaran, sebagian besar peserta juga belum memanfaatkan pemasaran digital secara optimal. Hanya sebagian kecil yang sudah menggunakan media digital untuk memasarkan produknya. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi, terutama media sosial dan platform online sebagai sarana promosi usaha. Padahal pemasaran digital memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan penjualan.

Kendala utama yang paling banyak dialami peserta adalah kurangnya pemahaman terhadap teknologi dan sistem usaha modern. Beberapa peserta juga menyebutkan kendala biaya teknologi yang masih dianggap mahal. Namun terdapat pula sebagian kecil peserta yang menyatakan tidak mengalami kendala berarti dalam menjalankan usaha. Secara umum, hambatan terbesar pelaku usaha terletak pada kemampuan adaptasi terhadap teknologi dan digitalisasi usaha.

Berdasarkan harapan yang disampaikan peserta, sebagian besar pelaku usaha ingin meningkatkan omzet, memperluas penjualan, serta memperoleh pelatihan dan pendampingan usaha. Mereka berharap adanya seminar atau program pembinaan yang dapat membantu meningkatkan kemampuan pemasaran, pengelolaan keuangan, dan teknologi digital.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan dan cerita dari salah satu peserta yaitu Pak Dani. Beliau mengalami permasalahan dalam pemasaran produknya dan pemanfaatan kemajuan teknologi digital. Sehingga disarankan oleh Pak Roni kepada Pak Dani untuk bergabung dalam beberapa community yang akan mendukung pengembangan kemampuan manajemen, kemampuan keuangan, dan pemasaran produknya, yang akan membantu dalam diri Pak Dani untuk adaptasi terhadap kemajuan teknologi. Bu Indra menyarankan kepada Pak Dani, untuk lebih berani dalam mengeksplorasi fitur yang disediakan beberapa media sosial, seperti Facebook dan Tiktok, misalnya dengan melakukan live streaming pengolahan kripik talasnya, ataupun membuat short video atau reels kegiatan pengolahan kripik talasnya. Sehingga diharapkan akan menarik perhatian dari calon-calon pembeli.

Penyampaian materi BMC dengan mengambil kasus usaha Jamu Mama Damar, menjadi hal yang menarik bagi peserta, karena mereka juga belajar bersama untuk membuat BMC bagi masing-masing usaha yang mereka miliki. BMC merupakan salah satu tool yang banyak membantu pelaku usaha untuk memahami dan merancang model bisnis mereka dalam bentuk yang sederhana. Sehingga, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami lebih mendalam mengenai bisnisnya, sehingga menjadikan kekuatan bagi mereka untuk bersaing dan berkembang lebih baik menuju ke pasar global.

Materi yang kedua berupa penyampaian penggunaan AI oleh Liko, dengan aplikasi Copilot, sebagai salah satu aplikasi AI yang tanpa biaya. Aplikasi ini tidak memerlukan biaya untuk penggunaannya, selain itu hasil AI juga sangat bagus. Sehingga dapat dijadikan

alternatif bagi pelaku UMKM untuk lebih mudah mempromosikan produknya dalam pembuatan flyer.

Secara keseluruhan dalam rangkaian acara webinar ini, mayoritas peserta merupakan pelaku usaha mikro bidang kuliner dengan pengalaman usaha yang cukup baik, tetapi masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan, pemahaman bisnis mereka, dan pemasaran digital. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan, pendampingan, serta edukasi mengenai digitalisasi usaha dan pembuatan BMC agar usaha mereka dapat berkembang lebih optimal dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

## **SIMPULAN**

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan bersama UMKM Jamu Mama Damar menegaskan pentingnya pendampingan berbasis pendekatan ilmiah dan teknologi digital untuk memperkuat daya saing UMKM. Jamu Mama Damar, meskipun telah memiliki legalitas usaha dan pemanfaatan media sosial, masih menghadapi kendala dalam pencatatan keuangan, strategi pengembangan, serta branding internasional. Melalui penerapan Business Model Canvas (BMC) dan dukungan Generative AI, pendampingan ini diarahkan untuk memberikan solusi praktis dalam pemasaran digital, pengelolaan usaha, serta penguatan identitas merek.

Kegiatan PKM yang dilaksanakan secara daring pada 28 April 2026 tahap 1 dan 15 Mei 2026 tahap 2 telah berhasil mempertemukan pemilik UMKM dengan tim akademisi dan praktisi, menghasilkan kesepakatan untuk fokus pada strategi bisnis modern, pemanfaatan teknologi informasi, serta penguatan kapasitas perempuan pelaku UMKM. Antusiasme mitra terhadap penggunaan Copilot sebagai sarana pembuatan flyer digital menunjukkan bahwa teknologi dapat menjadi alat pemberdayaan yang murah, efektif, dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, PKM ini tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha Jamu Mama Damar, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian SDGs 3, 5, 8, dan 17, yakni kesehatan masyarakat, kesetaraan gender, pertumbuhan ekonomi lokal, serta kemitraan berbasis teknologi. Dengan demikian, integrasi antara strategi bisnis berbasis BMC dan pemanfaatan Generative AI menjadi langkah strategis untuk membawa UMKM jamu ke tingkat nasional bahkan global.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Tim PKM (pak Roni & ibu Indra) mengucapkan terima kasih kepada LPPM UNTAR atas dukungan pendanaan. Terkhusus untuk dukungan ibu Mukilah Damar selaku pemilik UMKM Jamu Mama Damar, Telaga Bestari, Kecamatan Sindang Jaya, Tangerang sebagai mitra yang telah memfasilitasi terselenggaranya agenda PKM. Kemudian terima kasih tim PKM ucapkan juga untuk Liko Fernando (Mahasiswa MM Untar) dan Amerta Mardjono (Mahasiswa MM Untar) yang telah membantu kelancaran agenda PKM hingga pada penyusunan laporan kemajuan untuk monitoring & evaluasi PKM.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Antoni, N., Saragi, S., & Masti, I. (2023). STRATEGI BISNIS APOTEK X MENGGUNAKAN STRATEGI CANVAS BUSINESS MODEL ( CBM ). 8(2), 164–173.
- Aryaseta, A. W., Rosidah, I., Cahaya, V. E., Dausat, J., & Darmayanti, R. (2023). Digital Marketing: Optimization of Uniwara Pasuruan Students to Encourage UMKM. Jamu Kebonagung" Through Branding Strategy. *Dedication Journal*, 20(2), 12–22. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/dedicationdedication>

- Atfianto, D., & Nuraeni. (2024). Pemanfaatan Instagram Dan Website Dalam Pemasaran. PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(2004), 600–605. <https://doi.org/https://doi.org/10.36728/jpf.v5i1.3119>
- Becker, M., & Bröcker, J.-O. (2021). Business Model Canvas - Overview of the main advantages and disadvantages. IUCF Working Paper, (6), 1–9. <https://www.econstor.eu/handle/10419/234963>
- Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial. Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, 5(1 SE-Articles), 1–13. <https://doi.org/10.21831/diklus.v5i1.37122>
- Gielens, K., & Steenkamp, J. B. E. M. (2024). PENERAPAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PEMASARAN UMKM RUMAH JAMU ARGOMULYO. BUDIMAS : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT, 6(2), 367–384. <https://doi.org/10.1016/J.IJRESMAR.2019.01.005>
- Romdania, Y., Handini, A. A., Alqawi, A., Safifa, B., Ridho Pratama, M., Hibatulloh, M. H., Oktia, Y., & Fairuza Ayudhya, Y. (2024). STRATEGI PEMASARAN DAN BRANDING UMKM JAMU CAP JEMPOL DI DESA SIDOWARAS MELALUI PROGRAM KKN. BUGUH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT, 4(2), 7–15. <https://jurnalbuguh.unila.ac.id/index.php/buguh/article/view/2728>
- Ruscitasari, Z., Sayuga, M. R., Pratiwi, N., Nahdlatul, U., & Yogyakarta, U. (2022). Dan Digital Marketing Pada Umkm Jamu Desa. DHARMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(2), 11–20.
- Sari, E. R. N., Saputra, N. A. A., & Velika, Y. (2024). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Serta Peningkatan Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) JAMU JENG SUNI. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa, 1(11), 3284–3291. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.714>
- Sepriyadi, Wardani, Syahfitri, & Resmaliana. (2023). Journal Of Social Science Research Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang. Journal Of Social Science Research, 3(2270–2281), 2270–2281. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Setyawan, I. R., Listyarti, I., Amerta Mardjono, & Valentina Carolina. (2025). PENGGUNAAN CANVA DIGITAL MARKETING BAGI WANITA UMKM SINDANG JAYA TANGERANG. Jurnal Serina Abdimas, 3(2), 257–264. <https://doi.org/10.24912/jsa.v3i2.34789>
- Solehah, R., Destiarni, R. P., & Muti'ah, D. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UMKM JAMU TRADISIONAL MADURA MELALUI PENDEKATAN ANALISIS SWOT ( Studi kasus : UMKM Jamu Tradisional Madura Di Kabupaten Pamekasan) BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN MEDICINE TRADITIONAL SMEs IN MADURA THROUGH SWOT ANALYSIS APPR. Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 8(1), 480. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i1.6931>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS, 2(3 SE-Artikel). <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Yulya Ammi Hapsari, Putri Apriyanti, Aldi Hermiyanto, & Fahrur Rozi. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif, 2(4 SE-Articles), 53–62. <https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.464>
- Yustini, R. S., Mujannah, S., Urohman, T., & Jihad, A. (2024). Pendampingan Manajemen Dan Teknologi Tepat Guna (TTG) Untuk UMKM Jamu Tradisional Di Desa Banyuurip

Kedamaian Gresik. AKM: Aksi Kepada Masyarakat, 4(2), 623–632.  
<https://doi.org/10.36908/akm.v4i2.996>