

ABSTRAK

Muhammad, 2026, Strategi Komunikasi Pemasaran Jamu Mesir Situbondo Dalam Mempertahankan Eksistensi Jamu Ditengah Maraknya Apotek. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing H. Mohammad Thamrin Ir.,M.Si,

Perkembangan apotek yang semakin pesat serta meningkatnya minat masyarakat terhadap pengobatan modern menjadi tantangan bagi pelaku usaha jamu tradisional untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Dalam kondisi tersebut, diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang mampu membangun kepercayaan konsumen sekaligus menjaga eksistensi usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Jamu Mesir Situbondo dalam mempertahankan eksistensinya di tengah maraknya apotek, mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk kepercayaan konsumen, serta mengkaji berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pemilik serta konsumen Jamu Mesir Situbondo. Selanjutnya, data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan meliputi pemanfaatan media digital, komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth), serta promosi secara langsung kepada konsumen. Selain itu, pelaku usaha secara aktif memberikan edukasi mengenai manfaat jamu, komposisi bahan, keamanan produk, dan tata cara konsumsi yang tepat sehingga mampu meningkatkan pemahaman serta keyakinan konsumen terhadap produk. Kepercayaan konsumen juga dibangun melalui konsistensi kualitas racikan, keterbukaan informasi mengenai komposisi, pelayanan yang ramah, dan pemberian kemudahan pembayaran kepada pelanggan tertentu. Di sisi lain, usaha ini masih menghadapi beberapa hambatan, seperti keraguan masyarakat terhadap khasiat jamu, keterbatasan modal, fluktuasi harga dan ketersediaan bahan baku, serta persaingan dengan produk kesehatan yang tersedia di apotek. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran yang didukung oleh kualitas produk dan pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam mempertahankan eksistensi Jamu Mesir Situbondo.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Eksistensi Jamu, Kepercayaan Konsumen.

ABSTRACT

Muhammad, 2026, *Marketing Communication Strategy of Jamu Mesir Situbondo in Maintaining the Existence of Traditional Herbal Medicine Amid the Growing Number of Pharmacies*. Communication Studies Program, Faculty of Social Sciences and Political Sciences. Universitas Muhammadiyah Jember. Guides H. Mohammad Thamrin Ir., M.Si,

The rapid growth of pharmacies and the increasing public preference for modern medicine have become significant challenges for traditional herbal medicine businesses in maintaining their sustainability. Under these circumstances, an effective marketing communication strategy is essential to build consumer trust while sustaining business existence. This study aims to describe the marketing communication strategies implemented by Jamu Mesir Situbondo to maintain its existence amid the increasing number of pharmacies, identify the factors that build consumer trust, and examine the obstacles encountered in running the business. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving the owner and consumers of Jamu Mesir Situbondo. The collected data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that the marketing communication strategies include the utilization of digital media, word-of-mouth communication, and direct promotional activities. In addition, the business actively provides consumers with education regarding the benefits of herbal medicine, the composition of its ingredients, product safety, and proper consumption methods, which enhances consumers' understanding and confidence in the products. Consumer trust is further strengthened through consistent product quality, transparency regarding the composition of herbal ingredients, friendly customer service, and flexible payment options for selected customers. However, the business continues to face several challenges, including public skepticism about the effectiveness of herbal medicine, limited business capital, fluctuations in the prices and availability of raw materials, and competition from modern healthcare products available in pharmacies. Therefore, effective marketing communication strategies supported by high product quality and excellent customer service play a crucial role in maintaining the existence of Jamu Mesir Situbondo.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Herbal Medicine Business Sustainability, Consumer Trust.