

ABSTRAK

Sya'banan Noer Falaq Margin Wilujeng. NIM 180531100022. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. **“Strategi Komunikasi Bisnis UMKM Jamu Rempah Pada Era Milenial Di Madura (Studi Deskriptif Kualitatif Pada 4 UMKM Jamu di Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep)”**

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi komunikasi bisnis yang digunakan UMKM jamu rempah yang terdapat di Pulau Madura pada era milenial. Subjek penelitian adalah pemilik usaha atau penerus usaha jamu rempah yang terdapat di Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Yang mana dalam proses analisis data terdapat 3 tahap penting, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi teori.

Hasil penelitian menunjukkan untuk dapat mempertahankan dan juga mengembangkan usaha jamu rempah para pelaku usaha melakukan adanya perbaikan atau pembaharuan strategi komunikasi bisnis melalui strategi pemasaran baru dan branding. Strategi pemasaran baru yang dilakukan oleh para pelaku usaha jamu rempah ialah memasarkan produk jamu melalui media sosial, google bisnis, dan website. Tidak hanya itu saja, adanya branding yang dilakukan oleh para pelaku usaha jamu rempah ialah adanya nama dagang atau merek, pembaharuan kemasan atau *packaging*, dan penambahan nama produk pada logo usaha.

Kata Kunci : strategi, komunikasi bisnis, UMKM jamu rempah

ABSTRACT

Sya'banan Noer falaq margin Wilujeng. NIM 180531100022. Communication Science Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo Madura University. **“Business Communication Strategy For UMKM Of Herbs In The Milenial Era On Madura Island (Qualitative descriptive study on 4 UMKM of Herb in Bangkalan, Sampang, Pamekasan, and Sumenep districts)”**.

The purpose of this research is to find out the business communication strategy used by UMKM of herbs and spices on Madura island in the millennial era. The research subject were business owners or successors to herbal and spice businesses in Bangkalan, Sampang, Pamekasan, and Sumenep districts.

Data collection methods used are in-depth interviews, observation, and documentation. Informants were selected using purposive sampling method. Data analysis uses the Miles and Huberman models. Which in the data analysis process there are 3 important stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity checking techniques use source triangulation, method triangulation, and theory triangulation.

The results of the study show that to be able to maintain and also develop the herbal medicine business, business actors make improvements or renewal of business communication strategies through new marketing and branding strategies. The new marketing strategy carried out by herbal medicine business actors is to market herbal products through social media, google business, and websites. Not only that, the existence of branding carried out by herbal medicine business actors is the presence of a trade name or brand, updating of packaging or packaging, and adding the product name to the business logo.

Keywords : strategy, business communication,UMKM herbs