

RE-BRANDING KEMASAN BARU JAMU BUBUK BAROKAH YANG MENJADI ICON DUSUN NOGOSARI

¹TRI LESTARI, ²AALIYAH RIZQY SUBROTO, ³CHYNTYA EKA CAHYANTI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No.114 Surabaya Telp. (031) 8285602, Fax. (031) 8291107 email : :

¹laorensia67@gmail.com, ²aalyhrz@gmail.com, ³chyntyael306@gmail.com

ABSTRAK

Branding merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen, branding bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen yang menjadi sasaran. Branding juga bertujuan untuk membangun citra positif dan reputasi perusahaan agar selalu bagus di mata konsumen. Pencitraan yang dilakukan perusahaan ini dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Kemasan memiliki pengertian sebagai wadah untuk menampung produk yang dirancang dengan baik sehingga dapat menambah harga pasar sebuah produk penjualan, kemasan menjadi hal paling pertama dilihat oleh konsumen ketika membeli sebuah produk, sehingga produsen harus bisa mengemas produknya secara baik untuk menarik minat para konsumen. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Perkembangan teknologi dan tren wirausaha membuat peran pelaku UMKM semakin penting. UMKM merupakan salah satu penggerak ekonomi bangsa, sehingga keberadaannya sangat penting. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini yaitu praktik langsung. Sasaran dari kegiatan ini yaitu salah satu masyarakat Dusun Nogosari yang memiliki usaha dibidang UMKM. UMKM yang dipilih yaitu Jamu Bubuk. Hasil dari kegiatan Re-Branding pada UMKM di Dusun Nogosari antara lain : Ikut andil dalam pembuatan Jamu Bubuk, Pengemasan ke dalam kemasan kecil atau sekali seduh, Pembuatan label merek UMKM, serta memberikan arahan untuk memasarkan produk ke e-commerce . Dengan begitu ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh Kepala Dusun Nogosari yaitu mengadakan program lanjutan berupa pelatihan kewirausahaan guna mengembangkan produk UMKM unggulan Dusun Nogosari agar dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

Kata Kunci : Branding, Kemasan, Dusun Nogosari

ABSTRACT

Branding is an image so that a product can attract and stick in the minds of consumers, branding can be interpreted as a form of company communication with consumers who are the target. Branding also aims to build a positive image and reputation of the company so that it is always good in the eyes of consumers. The company's image can build consumer confidence in the company. Packaging has an understanding as a container to accommodate products that are well designed so that they can increase the market price of a selling product, packaging is the first thing consumers see when buying a product, so producers must be able to package their products well to attract consumers' interest. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are trading businesses managed by business entities or individuals referring to productive economic businesses in accordance with the criteria stipulated by Law Number 20 of 2008. Technological developments and entrepreneurial trends make the role of MSME actors increasingly important. MSMEs are one of the drivers of the nation's economy, so their existence is very important. The method used in the implementation of this program is direct practice. The target of this activity is one of the people of Dusun Nogosari who has a business in the MSME sector.

The selected MSME is Herbal Medicine. The results of the Re-Branding activities for MSMEs in Nogosari Hamlet include: Taking part in the manufacture of Herbal Powder, Packaging into small packages or once brewed, Making MSME brand labels, and providing directions for marketing products to e-commerce. With that, there are several things that must be considered by the Head of Dusun Nogosari, namely holding a follow-up program in

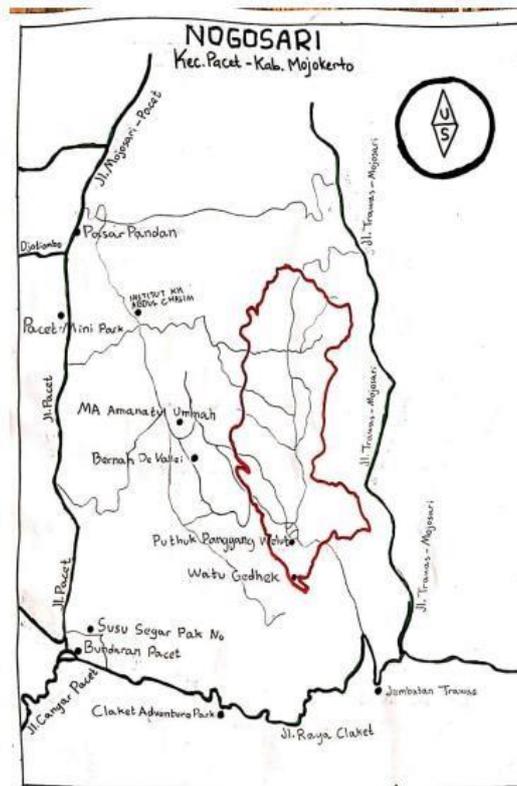
the form of entrepreneurship training to develop superior MSME products in Nogosari Hamlet so that it can be known by the wider community.

Keyword : Branding , Packaging, Dusun Nogosari

1.PENDAHULUAN

Dusun Nogosari adalah sebuah dusun di wilayah Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Profesi penduduk Dusun Nogosari umumnya bergerak di bidang pertanian, perkebunan, berdagang, dan ada juga yang mendirikan UMKM. Dusun Nogosari terbagi atas 10 RT dan 2 RW. Dusun ini termasuk dalam kategori wilayah dataran tinggi atau paling sering disebut daerah kaki Gunung Arjuna dan Gunung Penanggungan. Jenis tanah di Dusun Nogosari ini merupakan Tanah Vulkanis. Tanah vulkanis mengandung banyak unsur hara sehingga sifatnya sangat subur. Maka dari itu, sebagian besar warga Dusun Nogosari mayoritas berprofesi sebagai Petani Padi dan Umbi – Umbian.

2. ANALISIS SITUASIONAL



Gambar 1. Peta Lokasi Dusun Nogosari, Desa Nogosari, Kec.Pacet, Kab.Mojokerto

Walaupun sebagian besar berprofesi sebagai petani, namun tidak sedikit dari warga Dusun Nogosari yang membangun usaha sendiri/pendiri UMKM. [1]Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disingkat sebagai UMKM adalah kelompok usaha yang dikelola oleh orang atau suatu badan usaha tertentu yang kriterianya ditetapkan berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008. Salah satu pembinaan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan pemerintah untuk mengurangi angka kemiskinan adalah melalui Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM), program ini berkontribusi aktif untuk bisa mengembangkan suatu daerah atau wilayah sehingga dapat mening katkan usahanya serta meminimalisir angka suatu pengangguran di suatu daerah.

UMKM yang berada di Dusun Nogosari antara lain, UMKM Roti, UMKM Kerupuk Ikan, UMKM Tepung Crispy, UMKM Kue Kering, UMKM Jamu Bubuk Barokah. Salah satu Program Kerja KKN Tematik UBHARA Kelompok 015 fokus kepada salah satu UMKM yang menjadi primadona di Dusun Nogosari yaitu UMKM Jamu Barokah (Jamu bubuk siap seduh). Pada UMKM Jamu Barokah, KKN Tematik UBHARA Kelompok 015 tertarik untuk mengangkat satu permasalahan yaitu pada kemasan dan label yang terdapat pada jamu bubuk ini [2].

Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus membuat kemasan semenarik mungkin. Dengan kemasan yang sangat menarik diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen.

Label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merk atau informasi [3].

Label adalah salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata – kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merk produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Ketentuan mengenai pemberian label pada produk diatur dalam Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang pangan. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan.

Setelah kemasan dan label pada Jamu Barokah diperbarui, langkah selanjutnya yang harus diambil yaitu mengenalkan jati diri baru Jamu Barokah atau istilah yang sering disebut Branding merupakan nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.

Lambat laun definisi Branding semakin berkembang hingga kini didefinisikan sebagai kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand.

3, MASALAH

Berdasarkan hasil indentifikasi dan analisis situasi ditemukan beberapa permasalahan yang harus segera dicari solusi atau jalan alternatif , antara lain :

Permasalahan Kemasan

Setelah di kulik lebih dalam lagi masalah kemasan, ada beberapa kendala yang harus diselesaikan, antara lain kemasan yang terdahulu memiliki ukuran yang terlalu besar, yang memiliki potensi untuk konsumen tidak membeli karena terlalu besar. Maka perlu upgrade untuk kemasan yang lebih ekonomis atau yang sekali seduh.

Permasalahan Design Label

Dalam kegiatan ini UMKM Jamu Bubuk Barokah memiliki kendala dalam pelabelan. Kendala salah satunya ingin update dengan memperbarui design label, untuk menarik konsumen, dan memberikan label yang lebih simple.

Solusi yang Ditawarkan

Berdasarkan kesepakatan antara Kelompok KKN-T 015 dengan Mitra, prioritas dari permasalahan yang akan diselesaikan adalah sebagai berikut :

- Permasalahan kemasan diselesaikan dengan membuat kemasan yang lebih ekonomis atau yang sering didengar dengan kemasan sekali seduh, dengan pembaruan kemasan diharapkan dapat memperluas pasar dan meningkatkan permintaan penjualan produk.
- Permasalahan design label pada kemasan Jamu Bubuk, diharapkan design label yang baru dapat memberikan suatu warna baru sehingga kemasan produk akan semakin menarik.

4. METODE PELAKSANAAN

Guna mencapai program yang diharapkan, kegiatan ini dilakukan dengan pemberdayaan masyarakat, serta praktik langsung. Metode pelaksanaan dan Jam Kerja Efektif Mahasiswa (JKEM) merupakan akumulasi dari jumlah jam program yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN. Pelaksanaan JKEM dilakukan oleh mahasiswa KKN Tematik Kelompok 015 selama 10 jam. Perincian disajikan dalam Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Metode Pelaksanaan, Kegiatan, JKEM

No	Metode	Kegiatan	JKEM
1		Pembuatan Design Label	6 x 60 Menit
2	Praktik	Pengelolaan Jamu Bubuk, Pengemasan Jamu Bubuk dengan kemasan baru	4 x 60 Menit

Merujuk permasalahan yang teridentifikasi di atas maka metode pelaksanaan program tersebut adalah sebagai berikut :

Aspek Kemasan

Kemasan dapat didefinisikan sebagai seluruh kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus atau kemasan suatu produk. KKN Tematik UBHARA Kelompok 015 membuat design kemasan untuk UMKM Jamu Bubuk Barokah, dengan harapan kemasan baru ini sangat menarik/eye catching untuk memikat dan menarik perhatian para konsumen Jamu Bubuk Barokah. Pada Aspek Kemasan difokuskan pada perbaruan design kemasan yang kurang menarik menjadi lebih menarik dalam berbagai pilihan varian rasa dari Jamu Bubuk Barokah.

Aspek Pelabelan

Label umumnya berisi informasi berupa nama atau merk produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan kedalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan. KKN Tematik UBHARA Kelompok 015 membuat design Label yang berisi informasi umum tentang Jamu Bubuk Barokah yang dicetak langsung pada bagian depan dan belakang kemasan.

Sasaran Kegiatan

Sasaran dari kegiatan ini adalah bisnis UMKM yang dimiliki oleh salah satu warga Dusun Nogosari yang berpotensi untuk dikembangkan.

Teknis Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pertama yang dilaksanakan adalah pembuatan kemasan dan label, lalu dilanjut dengan pembuatan Jamu Bubuk. Bahan dan alat yang digunakan dalam kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

Bahan Pelabelan :

1. Plastik Zipper uk. (100pcs)
2. Jasa sablon plastik zipper Bahan Pembuatan Jamu Bubuk :
 1. Jahe
 2. Gula
 3. Air Alat :
 1. Mesin Giling
 2. Baskom
 3. Wajan
 4. Spatula
 5. Kompor
 6. Sikat Cara :

1. Membersihkan sisa-sisa tanah yang ada dikulit jahe dengan sikat dan air mengalir, lalu ditiriskan.
2. Masukkan jahe ke dalam penggilingan dan ditampung dengan baskom.
3. Lalu tambahkan hasil gilingan jahe dengan air, diamkan selama 1jam.
4. Setelah didiamkan selama 1jam, pisahkan air dengan ampas jahe
5. Yang digunakan hanya air dari rendaman tadi, masak air jahe tersebut dengan menambahkan gula.
6. Masak sampai air menjadi gumpalan atau bubuk jahe.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat atau yang biasa disebut Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UBHARA Kelompok 015 dilaksanakan di Dusun Nogosari, Desa Nogosari, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Kegiatan ini dilaksanakan selama 7 Hari, terhitung dari pembuatan design kemasan dan label, pemcetakan kemasan dan label, praktik pembuatan Jamu Bubuk Barokah, dan yang terakhir sampai pemberian sertifikat penghargaan kepada UMKM Jamu Bubuk Barokah atas ilmu, waktu, dan pengalaman yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan tersebut.

Pembuatan Kemasan dan Label

Untuk membuat kemasan produk Jamu Bubuk Barokah lebih menarik maka KKN Tematik UBHARA Kelompok 015 mendesign kemasan dan label yang sudah mencakup identitas produk Jamu Bubuk Barokah. Berikut adalah hasil design kemasan dan label dari KKN Tematik UBHARA Kelompok 015 :



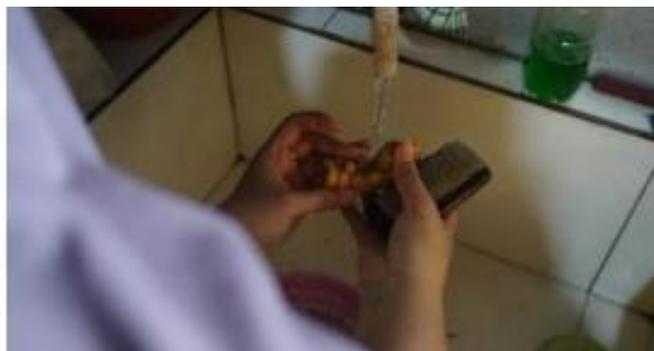
Gambar 2. Hasil design Kemasan dan Label

Proses Pembuatan Jamu

Bubuk Barokah Proses pembuatan Jamu Bubuk Barokah ini tidak ada resep rahasia, namun kuncinya terletak pada tangan sang pembuat Jamu Bubuk. Satu demi satu proses pembuatannya masih dikerjakan secara manual. Hasil dari proses pembuatan Jamu Bubuk Barokah dilampirkan sebagai berikut :



Gambar 3. Proses Penimbangan Jahe Untuk Rasio 1 : 1 (Jahe 1 kg dan Gula 1 kg)



Gambar 4. Proses Pencucian Jahe



Gambar 5. Proses Penggilingan Jahe Dengan Mesin Giling



Gambar 6. Proses Pemasaran Ampas Jahe Untuk Diambil Sarinya (Setelah Dicampur Dengan Air)



Gambar 7. Proses Awal Pengadukan Sari Jahe



Gambar 8. Proses Akhir Pengadukan Sari Jahe Hingga Berubah Menjadi Gumpalan Bubuk



Gambar 9. Proses Menyaring Bubuk dari Gumpalan



Gambar 10. Proses Memasukkan Jamu Bubuk Kedalam Kemasan Berlabel



Gambar 11. Foto Produk Jadi Jamu Bubuk Barokah



Gambar 11. Penyerahan Sertifikat Penghargaan Kepada UMKM Jamu Bubuk Barokah oleh Koordinator KKN Tematik UBHARA Kelompok 015



Gambar 12. Foto pemilik UMKM Jamu Bubuk Barokah beserta anggota KKN Tematik UBHARA Kelompok 015

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Manfaat dari program ini adalah (1) Manfaat kemasan yang pertama adalah semakin ekonomis kemasan akan menjadi perhatian bagi konsumen. Karena dengan adanya kemasan yang lebih ekonomis konsumen lebih mudah untuk mengonsumsinya tanpa memikirkan sisa dari bubuk jamu jika membeli kemasan yang normal. (2) Manfaat kemasan yang kedua adalah menarik perhatian konsumen karena kemasan mudah untuk dibawa kemana saja dan tidak memakan tempat yang besar. (3) Manfaat label yang pertama adalah sebagai identitas. Tanpa adanya label, pelanggan akan kesulitan saat ingin membedakan antara satu produk dengan jenis produk yang lain. Mereka harus mencari satu persatu dengan teliti terkait dengan jenis produk yang mereka inginkan. (4) Manfaat label yang selanjutnya adalah untuk menggambarkan hal mengenai produk yang dijual. Dalam hal ini, label bisa menjelaskan banyak hal terutama siapa pembuatnya, dimana membuatnya, hingga kapan produk tersebut dibuat. (5) Manfaat label selanjutnya adalah untuk mempromosikan produk yang dijual melalui gambar menarik. Label bisa dibuat dalam bentuk katakata ataupun gambar. Dengan label yang baik berarti anda telah melaksanakan salah satu dari bauran promosi bagi produk anda.

6. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program Re-Branding Jamu Bubuk, diperoleh hasil sebagai berikut : Masyarakat Dusun Nogosari mendapatkan wawasan dalam perbaikan produk yang terdiri dari kemasan ekonomis, dan label; masyarakat Dusun Nogosari memperoleh keterampilan untuk branding produk Jamu Bubuk dengan lebih menarik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Kepala Dusun Nogosari, Perangkat Desa Nogosari, Karang Taruna serta masyarakat Dusun Nogosari yang telah memberikan kontribusi dan dukungannya selama pelaksanaan KKN Tematik. Terima kasih kami ucapkan kepada LPPM Ubhara Surya. Terima kasih kami ucapkan kepada mahasiswa KKN Tematik Kelompok 015 gelombang 2 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan loyalitas demi tercapainya kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Peran UMKM dlm Penanggulangan Kemiskinan & Pengangguran (Prasetyo, 2008)".
- [2] A. A. Said, "Desain Kemasan," Badan Penerbit UNM Makassar, pp. 1–41, 2016.
- [3] M. Dr. M. Anang Firmansyah, SE, "Buku Pemasaran Produk dan Merek," Buku Pemasar. Prod. dan Merek, no. August, p. 336, 2019.