



Branding, Packaging, Marketing Susu Kurma Di Kelompok Nasyiatul Aisyiyah Kebonsari Summersari Kabupaten Jember

Juariyah*)¹, Faozen²

¹ Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jember

² Jurusan Perhotelan, Universitas Muhammadiyah Jember

*Corresponding author, ✉ juariyah@unmuhjember.ac.id

Diterima 21/05/2021;
Revisi 29/06/2021;
Publish 06/07/2021

Kata kunci: Packaging, Marketing digital, Susu kurma, Nasyiatul Aisyiyah, Eena

Abstrak

Kegiatan PKM Nasyiatul Aisyiyah Summersari yang memiliki usaha binaan Eena Susu Kurma telah dilakukan dengan tujuan mengembangkan usaha minuman susu kurma madu. Adapun permasalahan yang ditemui antara lain (1) Minimnya pengetahuan anggota terkait Digital Marketing (2) Menurunnya Konsumen pembeli minuman susu kurma madu di Masa Pandemi (3) Belum memiliki branding pengemasan minuman yang menarik (4) Minimnya akses informasi dan media teknologi. Solusi yang ditawarkan adalah dengan mengadakan pelatihan dan simulasi Branding packaging produk susu kurma madu (5) Menyusun Modul Pelatihan; (6) Pendampingan mitra dalam mengoptimalkan potensi. (7) Mendaftarkan Membuat Blog dan Website, serta instagram. Target luaran yang akan dicapai adalah meningkatnya pemahaman peserta pelatihan, meningkatnya penjualan susu kurma madu, menyusun artikel terkait pengabdian berupa jurnal nasional, prosiding nasional, foto dan video dokumentasi kegiatan, blog dan Website. Adapun kegiatan meliputi pelatihan, sharing solusi diskusi, melaksanakan koordinasi dengan mitra, mengidentifikasi potensi mitra, penyusunan laporan kegiatan pembuatan laporan, publikasi kegiatan, pembuatan artikel, dan publikasi jurnal nasional terakreditasi

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author (s)



PENDAHULUAN

Nasyiatul Aisyiyah adalah organisasi remaja putri yang merupakan salah satu organisasi otonom Muhammadiyah. Audiensi internal yang dilakukan dengan lembaga dan majelis tingkat pimpinan pusat Muhammadiyah dan Aisyiyah, Nasyiatul Aisyiyah melaksanakan audiensi eksternal. Pimpinan Pusat Nasyiatul Aisyiyah (PPNA) didampingi departemen ekonomi telah

melaksanakan audiensi ke Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah di Kantor HR. Rasuna Said, Jakarta. Ketua Umum PPNA menyampaikan bahwa audiensi ini bermaksud untuk menjalin kerjasama program antara PPNA dengan kementerian koperasi dan UKM. "Nasyiatul Aisyiyah memiliki APUNA (asosiasi pengusaha nasyiatul aisyiyah) yang secara kebetulan kementerian juga memiliki program 1000 wirausaha pemula. Nasyiatul Aisyiyah memiliki usaha yang bisa dikerjasamakan dengan program pemerintah untuk KUR. "Dengan tagline perempuan muda berkemajuan, NA mempunyai tujuan membangun komunitas ekonomi kreatif dalam rangka menuju kemandirian bangsa. Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga, Menteri Koperasi dan UKM memberi masukan agar Nasyiatul Aisyiyah memiliki koperasi primer yang bersifat nasional yang telah dimiliki dapat berevolusi menjadi koperasi atau masing-masing tetap berdiri sendiri. Nasyiatul Aisyiyah diharapkan dapat mengembangkan bisnis ekspor busana muslim. Peluang pasar masih terbuka lebar dan wirausaha yang mengembangkan bisnis ekspor dengan bahan baku yang harus mengimpor tidak dibebani pajak. Nasyiatul Aisyiyah hendaknya juga bersinergi mengembangkan wiraswasta pemula dan merapikan lembaga usaha. Selain itu program Training of Trainer (TOT) Kewirausahaan akan dilaksanakan PPNA bekerjasama dengan Kementerian Koperasi dan UKM. Kerjasama tersebut berupa fasilitas teknis dan narasumber.

Nasyiatul Aisyiyah Kebonsari Summersari merupakan kelompok NA yang terdiri dari remaja putri dan ibu-ibu yang usia muda dengan rentang usia 17-40 tahun. Nasyiatul Aisyiyah Kebonsari Summersari memiliki kegiatan rutin seperti pengajian, pembinaan organisasi, bakti sosial, keterampilan dan kewirausahaan. Nasyiatul Aisyiyah Kebonsari Summersari memiliki produk usaha rintisan yaitu susu kurma madu. Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk usaha menuju kemandirian ekonomi. Setelah pengabdian melakukan survey awal, diketahui bahwa produk masih belum terbranding dengan baik. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian pada masyarakat yang akan dilakukan adalah untuk meningkatkan nilai jual dan produktifitas susu kedelai kurma dan madu olahan anggota Nasyiatul Aisyiyah Kebonsari Jember.

Adapun Latar belakang pengabdian antara lain (1) Minimnya pengetahuan anggota terkait terkait Digital Marketing (2) Menurunnya Konsumen pembeli minuman susu kurma madu di Masa Pandemi (3) Belum memiliki branding pengemasan minuman yang menarik (4) Minimnya akses informasi dan media teknologi.

Solusi yang ditawarkan adalah dengan (1) mengadakan pelatihan dan simulasi Branding packaging produk susu kurma madu (2) Menyusun Modul Pelatihan; (3) Pendampingan mitra (4) Membuatkan digital marketing (Blog dan Website, serta instagram) (5) Cara berjualan digital marketing susu kurma madu. Target luaran yang akan dicapai adalah meningkatnya pemahaman peserta pelatihan, meningkatnya penjualan susu kurma madu, , menyusun artikel terkait pengabdian berupa jurnal nasional, prosiding nasional, foto dan video dokumentasi kegiatan, blog dan Website, HKI

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan agak berbeda dari rencana awal, dengan sedikit penyesuaian dikarenakan adanya wabah corona. Pada awalnya, seluruh anggota Nasyiatul Aisyiyah yang diundang pada acara kami hadirkan dalam satu hari jadwal kegiatan di salah satu tempat anggota Nasyiatul Aisyiyah Lantaran ada wabah corona, kegiatan dipecah menjadi 2 kali dengan tidak melupakan prosedur prokes hal ini menjadi standar yang harus dilakukan. pelaksanaan pengabdian membagi dua hari. Hari Pertama materi yang disampaikan terkait dengan membangun badan usaha serta sarat-aratnya apa saja yang diperlukan, juga terkait dengan HAKI dan packaging produk. Hari Kedua Praktek dan simulasi membuat dan membangun digital marketing, mulai dari membuat konten, sampai pada membranding produk serta bagaimana membuat strategi marketing dengan menggunakan SWOT analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan di dua hari. Hari Pertama Jumat tanggal 12 Februari 2021 kami mengadakan kegiatan di tempat anggota Nasyyatul Aisyiyah yang memiliki produk Susu kurma dengan nama NA, dihari pertama ini mareri yang disampaikan oleh Ibu Juariyah berkaitan dengan bagaimana membangun badan usaha mulai dari step-step apa saja yang diperlukannya serta sarat-sarat apa saja yang diperlukan dalam pembuatan badan usaha, selain itu juga terkait dengan bagaimana membuat NPWP serta dengan sarat-sarat apa saja yang diperlukan dalam membuat NPWP tersebut, materi selanjutnya terkait dengan packaging produk supaya produk yang dihasilkan memiliki nilai tambahan ekonomi mulai dari memilih bahan yang akan digunakan sampai pada dising produk yang digunakan nantinya, dalam pelaksanaannya tidak monoton tetapi ada interaksi dari pemateri dengan peserta diantaranya ada sesi tanya jawab sampai pada ada yang menanyakan HAKI baik HAKI produk maupun HAKI label (logo) produk, disinilah peserta tertarik dengan materi design packaging produk sampai pada masalah haki tersebut, karena dari cerita yang disampaikan dari pemilik produk ternyata sudah ada kejadian Namanya pernah di ambil orang lain, dinilah kami sebagai pendamping memberikan arahan kepada pemilik produk untuk mempatenkan naman logo dan produknya sudapaya ada perlindungan secara legal hukum.

Hari kedua dilaksanakan masih sama tempatnya dilaksanakan pada Sabtu tanggal 13 Februari 2021. Kegiatan berupa Praktek dan simulasi membuat digital marketing dan konten iklan. Adapun Materi disampaikan oleh Bapak Faozen berisi pelatihan dengan judul materi: Strategi Memenangkan Pasar, dalam penyampaian materi tersebut yang perlu di pahami yaitu sebelum melakukan penjualan perlu adanya riset yang dilakukan terlebih dahulu yaitu bagaimana mengentahu kekuatan produk kita, apa saja kelemahan produk kita, bagaiman peluan usahanya, dan ancama apa saja yang menjadi hambatan usaha, istilah ini sering disebut dengan SWOT analisis, disinilah kita akan tau nantinya menggunakan strategi apa supaya memenangkan market tersebut, apa lagi produk NA ini yang pertamanya hanya menggunakan plastic dalam mengemas produknya, dengan adanya pelatihan packaging yang disampaikan oleh Ibu Juariyah maka ada perubahan menjadi botol bentuk kemasannya dan ada label (logo) supaya pelanggan tau produknya dan dapat mudah dikenal oleh costumers. Adapun materi yang kedua penyampaian materi digital marketing yaitu terkait dengan bagaimana branding produk, bagaimana memanfaatkan social media sebagai alat promosi dan ekspansi market, bagaimana mengunggah konten dan seperti apa konten yang menarik dalam membuatnya, serta Bahasa marketing. Kegiatan selanjutnya adalah Praktek dan simulasi dari materi yang telah disampaikan.



Gambar 1: menyampaikan materinya baik di hari pertama dan kedua



Gambar 2: Praktek dan simulasi peserta (anggota Nasyyatul Aisyiyah) yang tergabung dalam kelompok susu kurma NA



Gambar 3: produk sebelum ada pelatihan dan pembuatan logo yang baru



Gambar 4: Produk setelah adanya Packaging dan Belum ada logo yang baru



Gambar 5: Foto Bersama pemateri dengan anggota susu kurma setelah kegiatan

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di NA Kebonsari dengan usaha Eena Susu Kurma Foods Beverages berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan anggota Nasyyatul Aisyiyah dan Usaha Eena, sudah memahami tekait membangun badah usaha dan membaut NPWP, dalam membuat usaha perlu adanya riset supaya usaha tersebut mampu survive dan bisa bersaing dengan produk yang sejenis, maka diperlukan Analisa terkait dengan kekuatan usaha, kekurangan usaha, peluang usaha, ancaman usaha, maka akan memahami strategi apa yang akan digunakan supaya produknya agar laris manis di pasaran dan peningkatan produksi serta pendapatan dan penjualan produk, selain itu juga pemanfaatan social media perlu dilakukan untuk melebarkan sayar marketnya, dengan menampilkan konten-kontan digital marketing, di samping itu juga packaging perlu di rubah supaya pelanggan tertarik dan meningkatkan nilai ekonomi produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- M. Johnson. 2019. Branding: In Five and a Half Steps, Thomas and Hudson Publiser.
- S. . B. Catharine. 2019. Creating a Brand Identity: A Guide for Designers, Laurence King Publishing, 2019.
- W. Olins. 2018. Brand New: The Shape of Brands to Come, Thames and Hudson.
- U. Sumarwan. 2018. Riset pemasaran dan konsumen, bandung: alfabeta.
- L. J. Moleong. 1992. Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, W Sarlito. 2002. Psikologi Remaja, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- J. Rahmat. 2000. Metode Penelitian Komunikasi : Dilengkapi Dengan Analisis Statistik, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- "publikasiilmiah.ums," 2020. [Online]. Available: <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9992>. [Accessed 10 2020].
- "nasyiah," 2020. [Online]. Available: http://nasyiah.or.id/Welcome/Program_unggulan/5. [Accessed 10 2020].
- "koinworks," 2020. [Online]. Available: koinworks.com/blog/langkah-untuk-membangun-brand-bisnis/. [Accessed 10 2020].

“jurnal Entrepreneur,” 2020. [Online]. Available: <https://www.jurnal.id/id/blog/2018-4-langkah-membangun-branding-produk-agar-mudah-dikenal-banyak-orang/>. [Accessed 10 2020].

“publikasi IPB,” 2020. [Online]. Available: <http://publikasi.mb.ipb.ac.id/?cat=2>. [Accessed 10 2020].