

UPAYA PENINGKATAN NILAI HARGA JUAL PRODUK MELALUI BRANDING

Nita Dwi Ningsih¹, Tia Adita Tubaka², dan Ahmad Iklil Saifulloh³
Universitas Islam Majapahit
e-mail: nitadwiningsih74@gmail.com

ABSTRACT

Natural potential that is abundant in the village Sumberjati is corn, but the utilization of the potential is less maximum. Therefore, our group of KKN UNIM Sumberjati 2019 Create new product innovations namely corn milk. Corn milk is used as a product that can be made in the village of Sumberjati, and corn milk because has many benefits. The nursing of the Sumberjati villagers also complained of hypertension and corn milk can be used as a solution. Besides, a product also needs branding to introduce to the wider community that this product exists. In the effort of product branding corn milk innovations is packaging bottles, attractive labels, and variant flavors are unique as a differentiator from the other corn milk.

Keywords: *potency, corn. Innovation, Branding.*

ABSTRAK

Potensi alam yang sangat melimpah di desa Sumberjati adalah Jagung, namun pemanfaatan potensi tersebut kurang maksimal. Maka dari itu kami kelompok KKN UNIM Sumberjati 2019 menciptakan inovasi produk baru yaitu susu jagung. Susu jagung dijadikan sebagai produk yang bisa diunggulkan di desa Sumberjati, karena susu jagung memiliki banyak manfaat. Kebanyakan masyarakat desa Sumberjati juga mengeluh penyakit hipertensi dan susu jagung bisa dijadikan sebagai solusi. Disamping itu sebuah produk juga perlu branding untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa produk ini ada. Dalam upaya branding produk inovasi susu jagung adalah packaging botol, label menarik, dan varian rasa yang unik sebagai pembeda dari susu jagung yang lainnya.

Kata kunci: *Potensi, Jagung. Inovasi, Branding.*

PENDAHULUAN

Dunia industri berkembang dari waktu ke waktu sehingga mempengaruhi persaingan semakin ketat dan kompetitor semakin mempertajam ruang kompetisi dengan menghadirkan produk inovasi terbaru. Persaingan dalam dunia industri bebas membuat semua orang berlomba-lomba menciptakan sebuah produk yang mempunyai manfaat untuk publik. Dalam dunia industri, sebuah produk akan laku dipasaran jika proses pengenalannya sukses dan menarik perhatian banyak masyarakat. Salah satu cara supaya pengenalan produk itu menarik adalah membuat label kemasan yang unik. Branding adalah suatu proses yang selalu dilalui setiap orang yang ingin memunculkan sebuah produk.

Kelompok KKN Tematik 2019 desa Sumberjati kecamatan Jatrejo membuat sebuah produk inovasi terbaru pengolahan salah satu potensi desa, yaitu Pengolahan Jagung menjadi Susu Jagung. Dalam hal ini kelompok KKN Sumberjati harus mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat khususnya ibu-ibu penggerak PKK. Produk tersebut dipilih karena potensi jagung di desa Sumberjati sangat melimpah tetapi kurang diinovasi supaya harga jualnya bisa meningkat.

Mitra Kelompok KKN Tematik 2019 desa Sumberjati adalah ibu-ibu penggerak PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) Desa Sumberjati Kecamatan Jatrejo. PKK desa Sumberjati diketuai oleh ibu Winda Komalasanti Dewi dan memiliki 57 anggota. Seluruh

anggota PKK adalah ibu-ibu warga desa Sumberjati. Melalui diskusi dengan ketua PKK masalah yang sering di hadapi. Ketika PKK mengeluarkan produk adalah di proses pengenalan dan pemasarannya. Beberapa hal yang mempengaruhi hasil dari PKK tidak bisa berjalan, adalah :

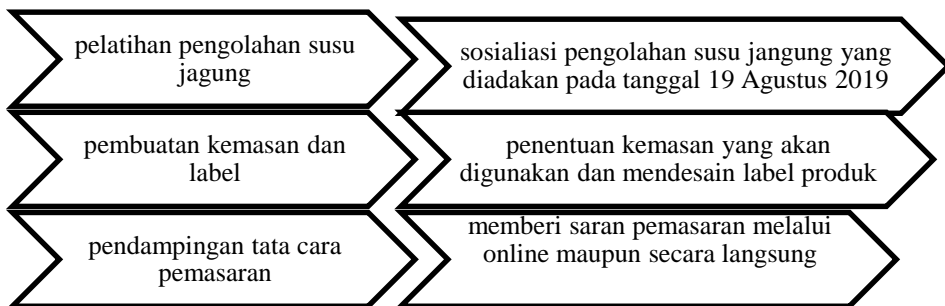
1. Kurangnya pengetahuan tentang branding
2. Kurangnya relasi untuk pemasaran produk
3. Terbatasnya jangkauan signal, sehingga kurang cocok untuk sistem pemasaran online.

Jadi untuk menyelesaikan permasalahan diatas, maka kelompok KKN melakukan langkah branding untuk produk inovasi baru untuk ibu-ibu PKK di Sumberjati. Tak hanya itu, kami juga melakukan pelatihan untuk pemasaran produk baik secara langsung maupun online.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan. Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi mitra dan merealisasikan solusi yang telah ditawarkan, maka dilakukan beberapa kegiatan berikut :

1. Pelatihan inovasi pengolahan susu jagung
2. Pembuatan kemasan dan label yang menarik
3. Pendampingan tata cara pemasaran Seperti yang terlihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Alur kegiatan pelatihan pembuatan dan pemasaran susu jagung.

Dari semua metode yang sudah dilaksanakan, kegiatan ini semoga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan mampu menjadi salah satu solusi agar produknya laku dipasaran. Mitra dalam kegiatan ini ikut berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang di selenggarakan. Partisipasi tersebut bisa berupa: Ikut acara sosialisasi pengolahan susu jagung, menjadi testimoni produk susu jagung, partisipasi dalam memberikan saran dalam pembuatan label.



Gambar 2. a) Sosialisasi pengolahan susu jagung, b) Menjadi testimoni produk susu jagung, c) Memberikan saran saat pembuatan label.

Sumber: dokumen pribadi redaksi

Evaluasi dilakukan melalui kunjungan ke lokasi untuk mengevaluasi penguasaan materi, pelaksanaan kegiatan dan dampak setelah program. Selain itu, mengevaluasi pemanfaatan teknologi yang diintroduksi dan penerapan skill yang telah diberikan. Secara terperinci rancangan evaluasi program ini terlihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Rancangan evaluasi program Branding produk inovasi

Kegiatan	Indikator	Tolak Ukur Keberhasilan
Pelatihan pengolahan susu jagung	Mitra mampu memahami	100 persen mitra mampu membuat susu jagung sesuai dengan yang Disosialisasikan
Pembuatan kemasan dan label	Mitra mampu memilih dan kombinasi warna design label yang menarik	persen mitra mampu memilih warna-warna yang menarik untuk desain label
Pendampingan cara pemasaran	Mitra mampu melakukan promosi- promosi baik langsung maupun online	Mitra mampu memainkan kata untuk promosi dan mampu membuat gambar produk lebih menarik ketika dipromosikan melalui online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Branding Susu Jagung

Pelatihan adalah suatu pengalaman pembelajaran dalam mencari perubahan permanen secara relatif pada suatu individu yang memperbaiki kemampuan dalam melaksanakan pekerjaannya itu. (DeCenzo dan Robin tahun 1999: 227). Sosialisasi adalah suatu proses belajar untuk mengembangkan potensi (Karel J Veeger). Seperti penjelasan sebelumnya, maka metode pelatihan dan sosialisasi adalah metode yang cocok untuk mengenalkan dan melatih kemampuan masyarakat tentang pengolahan potensi desa.

Dalam komunikasi pemasaran, brand bukan sekedar nama dan logo, brand merupakan janji sebuah organisasi kepada pelanggan untuk memberikan apa yang menjadi prinsip brand tersebut. Dalam pembuatan produk barudiperlukan branding yang baik, dan langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Memberlakukan brand sebagai aset perusahaan
2. Membangun brand
3. Menjaga Ekuitas brand
4. Mempertahankan brand

Sebuah produk jika ingin mudah dikenal masyarakat harus memiliki pembeda yang biasa disebut dengan differensiasi produk. Dalam hal ini biasanya yang menjadi pembeda adalah: varian, label, packaging, dan product segmen. Inovasi susu jagung buatan kelompok KKN differensiasi adalah susu jagung bervariasi original dan jahe, dengan pembuatan label yang sangat menarik, dibuat packaging dari botol supaya mudah dibawa kemana-kemana.

Kemampuan mitra dalam melakukan pelatihan didasarkan pada indikator yang sudah ditemukan oleh kelompok KKN dan Dosen Pembimbing Lapangan sebelumnya. Indikator tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Indikator kemampuan mitra dalam proses pembuatan sampai pemasaran susu jagung

No.	Indikator	1	2	3	4
1.	Mampu menyiapkan bahan dan peralatan untuk pembuatan susu jagung				✓
2.	Mampu membuat susu jagung			✓	
3.	Mampu memilih packaging yang tepat			✓	
4.	Mampu memilih warna yang menarik untuk label				✓
5.	Mampu memilih kata-kata yang tepat untuk promosi			✓	
6.	Mampu memilih gambar untuk diposting di media promosi online				✓
7.	Mampu melakukan pemasaran secara langsung				✓
8.	Mampu melakukan pemasaran secara online			✓	
9.	Mampu mengatasi kendala saat ada pemasaran online				✓
10.	Mampu mengatasi kondisi ketika tidak musim Jagung			✓	

1. Tidak Mampu,
2. Kurang mampu
3. Mampu
4. Sangat Mampu

Berdasarkan indikator tersebut, mitra dinilai kemampuannya dalam membuat, membranding dan memasarkan produk susu jagung. Nilai tersebut didapat dengan cara kelompok KKN melakukan interview kepada perwakilan ibu-ibu PKK yaitu ibu Winda selaku ketua PKK desa Sumberjati.

Mitra sangat terbantu dengan pelatihan yang telah dilakukan, terutama pelatihan membranding sebuah produk, karena sebelumnya mitra belum pernah mendapatkan pelatihan semacam ini. Banyak keuntungan yang didapatkan setelah mengikuti pelatihan ini, yaitu: ibu-ibu lebih memperhatikan packaging produknya, lebih membuat varian untuk sebuah produk, lebih paham untuk pemasaran produk lewat online.

Pemasaran Online dan Langsung

Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan tentang pemasaran sebuah produk, baik secara langsung maupun secara online. Kegiatan tersebut sangat penting dilakukan karena pemasaran selalu terikat dengan produksinya suatu barang. Supaya kegiatan kita bisa dilanjutkan tidak hanya sampai di proses pembuatan produknya saja.

Pemasaran produk secara langsung adalah pemasaran yang dilakukan antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung di tempat dan di waktu yang sama. Sistem penjualan ini cocok digunakan oleh warga desa Sumberjati, karena masyarakat sana masih suka dengan sistem penjualan yang bertemu secara langsung. Sistem penjualan online adalah sistem penjualan produk yang bisa mengandalkan internet. Sistem penjualan ini dirasa kurang cocok untuk masyarakat desa Sumberjati karena disana terhalang dengan susahnya jaringan signal. Namun hal itu bisa diatasi dengan ketika akan melakukan penjualan online mereka harus mencari titik-titik penuh signal atau di warung wifi terdekat.

Kultur yang ada di masyarakat desa Sumberjati adalah kultur kekeluargaan yang masih erat, maka sistem usaha yang akan dilakukan adalah usaha sistem kekeluargaan. Sistem ini biasanya berjalan dengan modal bersama dan dibagi hasil yang rata dengan pembukuan yang jelas.

KESIMPULAN

Kelompok KKN Tematik 2019 desa Sumberjati kecamatan Jatirejo membuat sebuah produk inovasi terbaru pengolahan salah satu potensi desa, yaitu Pengolahan Jagung menjadi Susu Jagung. Dalam hal ini kelompok KKN Sumberjati harus mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat khususnya ibu-ibu penggerak PKK. Produk tersebut dipilih karena potensi jagung di desa Sumberjati sangat melimpah tetapi kurang diinovasi supaya harga jualnya bisa meningkat.

Mitra Kelompok KKN Tematik 2019 desa Sumberjati adalah ibu-ibu penggerak PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga) Desa Sumberjati Kecamatan Jatirejo. PKK desa Sumberjati diketuai oleh ibu Winda Komalasanti Dewi dan memiliki 57 anggota. Seluruh anggota PKK adalah ibu-ibu warga desa Sumberjati. Melalui diskusi dengan ketua PKK masalah yang sering di hadapi ketika PKK mengeluarkan produk adalah di proses pengenalan dan pemasarannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Islam Majapahit khususnya Panitia KKN Tematik 2019. Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), pak Ahmad Ikhlil Saifulloh, S.S., M.Pd. Seluruh warga desa Sumberjati khususnya Bapak Suwadi, perangkat desa dan ibu-ibu PKK. Seluruh keluarga kelompok 6 KKN Tematik 2019 desa Sumberjati Terima kasih atas support dan bantuan semua pihak sehingga proses penulisan Artikel ini berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Muhamad Nastain. (2017). Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel*, Vol. 5 No. 1, 14-26
- [2] Silvi, (2019). Mitra I. Hasil wawancara mengenai mitra I tentang pengolahan susu jagung.
- [3] Winda, (2019). Mitra II. Hasil wawancara mengenai mitar II tentang pengolahan susu jagun