

**Srategi Branding Melalui Inovasi Produk Dan Kemasan Minuman Herbal Instant
UMKM Kendijati – CV. Ning Saudah**

***Branding Strategy Through Product Innovation And Packaging Of Instant Herbal
Beverages Kendijati UMKM – CV. Ning Saudah***

Septi Calista Nanda

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : Septinanda0@gmail.com

Shaluna Mei Ardhana

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: Shalunamei210502@gmail.com

IGN. Anom Maruta

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: anommaruta@untag-sby.ac.id

Article History:

Received: 10 Oktober 2023

Accepted: 08 November 2023

Published: 11 Desember 2023

Keywords: SME, Ning Saudah,
Product innovation, Packaging,
Branding

Abstract. MSMEs Ning Saudah is an instant herbal medicine product business located on Jalan Penjarangan Sari, Rungkut District, Surabaya. The owner of the business is named Nur Saudah. This research explores the role of product and packaging innovation in improving branding in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the instant herbal beverage sector, with a focus on the case study of MSME "Ning Saudah". Instant herbal drinks have great potential in the modern consumer market who is increasingly concerned about a healthy lifestyle. The challenges faced by MSMEs involve price competition, changes in consumer trends, and ambitions to expand market share. This research aims to analyze the influence of product and packaging innovation on increasing the branding of "Ning Saudah" MSMEs. The implementation method involves a two-month Merdeka Entrepreneurship (WMK) internship, with steps such as product analysis, research and development, production, packaging innovation, testing, marketing and evaluation. The research results show that through product and packaging innovation, "Ning Saudah" MSMEs succeeded in strengthening the attractiveness of the product and creating a strong brand image. A well-planned marketing and branding strategy also contributes to increasing product visibility. This internship program not only provides benefits for MSMEs in overcoming challenges, but also provides valuable experience for students.

Abstrak. UMKM Ning Saudah merupakan usaha produk jamu herbal instant yang berada di Jalan Penjarangan Sari, Kecamatan Rungkut, Surabaya. Dengan pemilik usaha tersebut bernama Nur Saudah. Penelitian ini mengeksplorasi peran inovasi produk dan kemasan dalam meningkatkan branding pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor minuman herbal instant, dengan fokus pada studi kasus UMKM "Ning Saudah". Minuman herbal instant memiliki potensi besar di pasar konsumen modern yang semakin peduli terhadap gaya hidup sehat. Tantangan yang dihadapi UMKM melibatkan persaingan harga, perubahan tren konsumen, dan ambisi perluasan pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kemasan terhadap peningkatan branding UMKM "Ning Saudah". Metode pelaksanaan melibatkan pengabdian magang Wirausaha Merdeka (WMK) selama dua bulan, dengan langkah-langkah seperti analisis produk, penelitian dan pengembangan, produksi, inovasi kemasan, pengujian, pemasaran, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui inovasi produk dan kemasan, UMKM "Ning Saudah" berhasil memperkuat daya tarik produk dan menciptakan citra merek yang kuat. Strategi pemasaran dan branding yang direncanakan dengan baik juga

berkontribusi pada peningkatan visibilitas produk. Program magang ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM dalam mengatasi tantangan, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa.

Kata Kunci : UMKM, Ning Saudah, Inovasi produk, Kemasan, Branding

PENDAHULUAN

Salah satu pilar pertumbuhan ekonomi adalah aktivitas usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern melalui aktivitas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian negara dan dianggap sebagai industri tangguh krisis keuangan global karena sebagian besar pendekatan mereka konvensional. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah meningkatkan daya saing dan pemasaran produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut adalah melalui peningkatan branding melalui inovasi produk dan kemasan. Minuman herbal instant merupakan salah satu produk UMKM yang memiliki potensi besar di pasar konsumen modern, yang semakin sadar akan pentingnya gaya hidup sehat. Dalam konteks ini, UMKM "Ning Saudah" telah memainkan peran yang signifikan dalam menyediakan produk minuman herbal dengan kualitas yang tinggi. Namun, dengan semakin banyaknya pesaing di pasar, UMKM perlu terus berinovasi agar dapat membedakan produk mereka dan menarik perhatian pelanggan potensial. Inovasi dalam formulasi produk dan desain kemasan dapat menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan citra produk UMKM Ning Saudah yang kuat.

Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM "Ning Saudah" meliputi persaingan harga, perubahan tren konsumen, dan perluasan pangsa pasar. Namun, di tengah tantangan tersebut, terdapat peluang besar untuk memanfaatkan inovasi produk dan kemasan sebagai sarana untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat branding.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kemasan terhadap peningkatan branding pada minuman herbal instant yang diproduksi oleh UMKM Ning Saudah. Dengan memahami korelasi antara inovasi produk, dengan desain kemasan diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Signifikansi yang tinggi dalam penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pemahaman konsep branding dalam konteks UMKM minuman herbal instant, tetapi juga memberikan wawasan untuk pengambilan keputusan strategis bagi UMKM Ning Saudah. Dengan merinci dampak positif yang dapat diperoleh melalui inovasi produk dan kemasan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan dan pemasaran produk minuman herbal instant.

METODE PELAKSANAAN

Lokasi pelaksanaan pengabdian magang Wirausaha Merdeka (WMK) adalah UMKM Ning Saudah yang terletak di Rusunawa Penjaringan Sari 4 lantai 2 No.206 Surabaya. Lokasi tersebut terletak di Jalan Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Surabaya. Metode Pelaksanaan dalam program ini adalah dengan mempelajari dan menganalisis masalah yang ada di UMKM serta mencari solusi yang kemudian di eksekusi. Waktu pelaksanaan pengabdian magang adalah selama 2 Bulan yang terhitung dari tanggal 4 September s/d 31 Oktober 2023 dengan total sebanyak 200 jam kerja. Kegiatan yang dilaksanakan selama 1 bulan magang ini adalah sebagai berikut :

1. Pembagian kelompok
2. Pembagian tempat magang per kelompok
3. Analisis produk dan pengenalan kelompok kepada pihak UMKM
4. Analisis permasalahan dan perencanaan kegiatan
5. Penelitian dan pengembangan
6. Melakukan produksi produk UMKM
7. Melakukan inovasi kemasan produk UMKM
8. Pengujian dan validasi
9. Pemasaran dan branding
10. Mentoring dan evaluasi kegiatan

Metode kegiatan yang dilaksanakan berupa metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu wawancara, observasi permasalahan, partisipasi aktif, dan dokumentasi dimana pelaksana berasal dari mahasiswa, Dewan Pengawas Lapangan (DPL) dari instansi terkait, dan pendamping yang merupakan owner dari UMKM CV. Ning Saudah.

HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan Kegiatan

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa melalui program MBKM Wirausaha Merdeka (WMK) dilaksanakan selama 5 bulan, dengan tahap kegiatan pre immersion di kelas, immersion di UMKM atau tempat magang, dan outputnya pada demo day atau disebut sebagai post immersion. Kegiatan magang ini dilaksanakan di UMKM Ning Saudah yang berlokasi di Jalan Penjaringan Sari, Kecamatan Rungkut, Surabaya. Tepatnya berada di Rusunawa Penjaringan Sari 4 lantai 2 No.206 Surabaya. Rangkaian kegiatan di lakukan oleh tim yang beranggotakan 5 orang dengan jadwal kegiatan sebagai berikut :

pengenalan UMKM oleh Owner UMKM Ning Saudah, pengenalan produk-produk UMKM, membantu proses produksi, membuat inovasi kemasan yang baru buat UMKM, analisis strategi pemasaran, pemasaran dan promosi produk, pengelolaan persediaan bahan baku, manajemen keuangan dan yang terakhir adalah partisipasi dalam pengembangan inovasi UMKM yang nanti menjadi produk demo day.

Pada kegiatan pertama pengenalan UMKM oleh owner, dilakukan brainstorming bersama dua kelompok lain terkait operasional, dan termasuk juga sejarah UMKM Ning Saudah. Pada hal ini mahasiswa didalam kelompok juga diberikan kesempatan untuk bertanya dan menyampaikan pendapat mengenai penjelasan yang diberikan owner. Dari pihak owner juga memberikan penjelasan mengenai produk yang mereka produksi seperti produk temulawak, jahe merah, secang, dan kitafit. Owner juga mejelaskan khasiat dari produk-produk tersebut yang berguna sebagai mencegah dan mengobati penyakit.

Analisis permasalahan yang dilakukan oleh mahasiswa menjadi pendorong utama bagi perencanaan kegiatan magang. Hal ini membantu mahasiswa untuk mengidentifikasi solusi yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan UMKM Ning Saudah. Melalui penelitian dan pengembangan, mahasiswa berhasil menggali permasalahan kemasan produk, tren pasar dan industri, yang memberikan landasan kuat untuk pengembangan produk yang lebih relevan dan inovatif.

Partisipasi langsung dalam produksi memberikan pemahaman praktis tentang proses produksi secara langsung terkait pembuatan jamu herbal instan. Serta Inovasi kemasan yang diimplementasikan selama magang memberikan nilai tambah pada produk, dan meningkatkan daya tarik. Pengujian produk dan validasi inovasi kemasan kemudian memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas dan diterima oleh konsumen dan pihak UMKM Ning Saudah

Strategi pemasaran dan branding yang direncanakan dengan baik berhasil meningkatkan visibilitas produk UMKM Ning Saudah dan menciptakan kesan positif di pasar. Melalui mentoring dari pihak owner dan pembimbing, mahasiswa mendapatkan bimbingan yang berharga dan dukungan selama magang. Evaluasi kegiatan yang dilakukan pada akhir periode magang memberikan landasan untuk rekomendasi perbaikan dan pengembangan di masa depan.

Hasil Kegiatan

Program MBKM Wirausaha Merdeka (WMK) yang dilaksanakan selama 5 bulan oleh mahasiswa telah memberikan dampak yang signifikan bagi pengembangan UMKM Ning Saudah, serta memberikan pengalaman berharga bagi para peserta. Kegiatan ini terbagi menjadi tiga tahap: pre immersion, immersion, dan post immersion, yang melibatkan kegiatan belajar di kelas, magang di UMKM, dan presentasi hasil pada demo day.

Tahap pre immersion dimulai dengan pengenalan oleh pemilik UMKM Ning Saudah. Mahasiswa diberikan wawasan tentang operasional, sejarah dan produk mereka. Tahap immersion, mahasiswa ditempatkan dan diberikan tanggung jawab untuk membantu proses produksi, inovasi desain kemasan produk, analisis strategi pemasaran, pemasaran dan promosi produk, pengelolaan persediaan bahan baku, manajemen keuangan dan yang terakhir adalah partisipasi dalam pengembangan inovasi UMKM yang nanti menjadi produk demo day.

Tantangan yang dihadapi UMKM Ning Saudah, seperti persaingan harga, perubahan tren konsumen, dan ambisi perluasan pangsa pasar. Persaingan harga yang ketat dalam industri seringkali memberikan tekanan pada profitabilitas UMKM, sementara perubahan tren konsumen dapat membuat tantangan dalam menjaga relevansi produk. Selain itu, ambisi perluasan pangsa pasar menuntut strategi pemasaran yang efektif dan penetrasi pasar yang lebih luas. Tim WMK merencanakan penggunaan teknologi dan kolaborasi dengan lembaga riset serta berfokus pada peningkatan nilai produk. Melakukan inovasi kemasan untuk memberikan diferensiasi yang kuat dan menyadari bahwa kemasan bukan hanya wadah, tetapi juga merupakan elemen penting dalam menciptakan identitas merek dan membangun pengalaman yang positif. Untuk mengatasi persaingan harga, kami merancang strategi penetapan harga yang seimbang, mempertimbangkan nilai tambah yang diberikan oleh inovasi produk dan kemasan. Kemudian memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan branding mereka. Dengan melalui media sosial seperti Instagram, Whatshapp, dan Facebook. Dengan komitmen dan strategi yang tepat, program WMK berhasil memberikan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM Ning Saudah, sambil memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa. Hal ini memberikan bukti bahwa kolaborasi antara pendidikan tinggi dan UMKM dapat menciptakan dampak yang signifikan bagi pertumbuhan bisnis serta pengembangan keterampilan mahasiswa yang relevan dengan dunia kerja.

KESIMPULAN

Dalam menghadapi tantangan persaingan harga, perubahan tren konsumen, dan perluasan pangsa pasar, UMKM "Ning Saudah" berhasil menunjukkan kecerdasan adaptif melalui upaya inovatif dalam produk dan kemasan. Hasil kegiatan magang mencerminkan tekad untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat branding, yang merupakan langkah strategis untuk tetap bersaing di pasar yang dinamis. Peningkatan nilai produk melalui inovasi formulasi dan pengembangan produk baru, serta inovasi kemasan untuk memberikan diferensiasi, menjadi fokus utama.

SARAN

Untuk UMKM Ning Saudah, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis mereka lebih lanjut:

1. Terus Tingkatkan Inovasi Produk dan Kemasan.

Dalam menghadapi perubahan tren konsumen yang terus berlangsung, disarankan untuk terus meningkatkan upaya inovasi produk dan kemasan. Melibatkan tim riset dan pengembangan dapat membantu mengidentifikasi peluang baru dan mengantisipasi perubahan selanjutnya.

2. Perkuat Strategi Pemasaran dan Branding.

Untuk mendukung ambisi perluasan pangsa pasar, diperlukan peningkatan dalam strategi pemasaran dan branding. Kampanye pemasaran yang kreatif, kemitraan strategis, dan pemahaman yang mendalam tentang target pasar akan membantu mencapai visi perluasan dengan lebih efektif.

3. Pertahankan Keseimbangan Harga dan Kualitas.

Dalam mengatasi persaingan harga, penting untuk menjaga keseimbangan antara harga yang bersaing dan kualitas produk. Menilai ulang strategi penetapan harga secara berkala dan menekankan nilai tambah produk akan mendukung keberlanjutan profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

Intan, Surya Lang, Fitri Diani, Rafli Maulana Mawardi, Noor Rizkiyah. "Strategi Pemasaran Produk UMKM Minuman Jahe Merah Instant Dwi Dewii Di Kelurahan Bendo Kota Belitar". *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.3 No.1 (2023) : 64-70.

Badri, Rico Elhando, Cahyani Pratisti, Anandha Sartika Putri. "Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri". *PakMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* Vol. 2 No. 2 (2022) 347 – 353.