

## Pendampingan Penguatan Branding UMKM Jamu “Mak Diah” Di Desa Ngrimbi Sebagai Bentuk Peningkatan Strategi Ekspansi Pasar

<sup>1)</sup>M. Fahrezi Ramadhani, <sup>2)</sup> Mu'tassim Billah, <sup>3)</sup> Ajie Pandu Suarga,

<sup>4)</sup> Permata ELG Purba, <sup>5)</sup> Daru Teja Sasangka, <sup>6)</sup> Satria Ardhana

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Korespondensi penulis : <sup>1)</sup>[20012010208@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010208@student.upnjatim.ac.id), <sup>2)</sup>[tasimbillah60@gmail.com](mailto:tasimbillah60@gmail.com),

<sup>3)</sup>[20042010070@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010070@student.upnjatim.ac.id), <sup>4)</sup>[20012010079@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010079@student.upnjatim.ac.id),

<sup>5)</sup>[20042010116@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010116@student.upnjatim.ac.id), <sup>6)</sup>[20012010295@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010295@student.upnjatim.ac.id)

**Abstract.** *The strength of branding on a product is something that must be considered by all entrepreneurs, especially UMKM, so that the products marketed have higher competitiveness compared to their competitors. The community service carried out by the East Java UPN Veterans KKNT group of 10 provided assistance in strengthening the branding of one of the MSMEs in Ngrimbi Village, namely Jamu "Mak Diah". Based on the results of observations identified that these MSMEs do not yet have branding that enhances market expansion strategies. The assistance that will be provided will focus on product packaging and logos. After the mentoring was finished, Group 10 monitored and evaluated the effect of strengthening branding on the level of herbal medicine sales after completing it.*

**Keywords:** *Branding, MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises), Packaging and Logo.*

**Abstrak.** Kekuatan *branding* pada suatu produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh semua pengusaha khususnya pada UMKM, agar produk yang dipasarkan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok 10 KKNT UPN Veteran Jawa Timur melakukan pendampingan penguatan *branding* terhadap salah satu UMKM di Desa Ngrimbi yaitu Jamu “Mak Diah”. Berdasarkan hasil observasi diidentifikasi bahwa UMKM tersebut belum memiliki *branding* yang meningkatkan strategi ekspansi pasar. Pendampingan yang akan diberikan akan berfokus pada kemasan dan logo produk. Setelah pendampingan selesai, Kelompok 10 melakukan monitoring dan evaluasi pengaruh penguatan *branding* yang dilakukan terhadap tingkat penjualan jamu setelah diperbaharui

**Kata Kunci :** Branding, UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), Kemasan dan Logo.

### LATAR BELAKANG

UMKM Jamu "Mak Diah" merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah yang bergerak dalam bidang produksi jamu tradisional. Usaha ini berlokasi di Desa Ngrimbi dan telah beroperasi selama beberapa tahun. Meskipun telah memiliki konsumen tetap, namun UMKM Jamu "Mak Diah" mengalami kendala dalam ekspansi pasar ke wilayah yang lebih luas. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurangnya penguatan branding yang dilakukan.

Penguatan branding adalah suatu proses yang dilakukan untuk membuat brand atau merek suatu produk menjadi lebih dikenal dan memiliki citra yang baik di mata konsumen.

Dalam hal ini, brand atau merek yang dimaksud adalah UMKM Jamu "Mak Diah". Penguatan branding dilakukan agar UMKM Jamu "Mak Diah" dapat bersaing di pasaran dan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya. Untuk mengatasi kendala tersebut, UMKM Jamu "Mak Diah" membutuhkan pendampingan penguatan branding agar lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasaran. Dalam hal ini, pendampingan dilakukan oleh kelompok 10 KKN-Tematik UPN "Veteran" Jawa Timur dengan tujuan pengembangan UMKM.

Pendampingan dilakukan dengan tujuan untuk membantu UMKM Jamu "Mak Diah" dalam melakukan penguatan branding. Dalam hal ini, pendampingan dilakukan dengan memberikan saran dan masukan mengenai cara-cara yang tepat untuk melakukan penguatan branding. Misalnya, memberikan masukan mengenai cara meningkatkan kualitas produk jamu, memperbaiki kemasan yang menarik dan informatif, pemberian banner di tempat produksi, serta meningkatkan promosi melalui media sosial.

Dengan adanya penguatan branding, diharapkan UMKM Jamu "Mak Diah" dapat meningkatkan jumlah konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan. Semakin banyak orang yang mengenal merek UMKM Jamu "Mak Diah", maka semakin besar pula peluang untuk mendapatkan konsumen baru. Dengan demikian, pendampingan penguatan branding UMKM Jamu "Mak Diah" di Desa Ngrimbi perlu dilakukan sebagai bentuk peningkatan strategi ekspansi pasar. Oleh karena itu, peran pendampingan penguatan branding sangat penting bagi UMKM Jamu "Mak Diah". Dengan bantuan dari kelompok 10 KKN-Tematik UPN "Veteran" Jawa Timur, UMKM Jamu "Mak Diah" diharapkan dapat memperbaiki citra mereknya dan meningkatkan daya saing di pasaran. Sehingga, UMKM Jamu "Mak Diah" dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam memajukan perekonomian Desa Ngrimbi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kelompok 10 KKN-T MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur yang bertujuan memperkuat branding UMKM Jamu "Mak Diah" di Desa Ngrimbi Sebagai Bentuk Peningkatan Strategi Ekspansi Pasar.

Dalam pelaksanaan yang dilakukan oleh kelompok 10 pada dasarnya dibagi kedalam tiga tahap. Pada tahap pertama, kelompok 10 melakukan observasi dan survey ke lokasi Jamu "Mak Diah" yang terletak di Desa Ngrimbi guna memahami tentang latar belakang produk Jamu "Mak Diah" dan juga hambatan yang dialami oleh Jamu "Mak Diah" dalam rangka peningkatan strategi ekspansi pasar. Tahap kedua, kelompok 10 membuat beberapa strategi

dalam upaya penguatan branding yang akan diterapkan pada Jamu “Mak Diah” sesuai dengan hambatan yang sebelumnya telah diobservasi. Tahap ketiga yang merupakan tahap terakhir, kelompok 10 melakukan evaluasi terkait dengan penerapan strategi yang telah dilakukan guna mengetahui tingkat efektifitas keberhasilan strategi tersebut, dan juga mempelajari aspek-aspek yang dapat ditingkatkan dalam upaya penguatan branding Jamu “Mak Diah” guna meningkatkan strategi ekspansi pasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendampingan dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai pentingnya *Branding* kepada para pelaku UMKM Desa Ngrimbi dalam meningkatkan penjualan sebagai langkah awal. Selanjutnya dilakukan survei dan observasi UMKM khususnya di Jamu Mak Diah sebagai salah satu UMKM yang menjadi objek pendampingan Kelompok 10 KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur. Jamu Mak Diah merupakan salah satu UMKM yang terletak di Dusun Ngrimbi, Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng bergerak di bidang minuman khususnya jamu tradisional. Berdasarkan hasil observasi diidentifikasi bahwa Jamu Mak Diah belum memiliki *Branding* yang dapat meningkatkan strategi ekspansi pasar. Jamu Mak Diah belum memiliki logo, label, dan merek sebagai ciri khas dari produknya.



**Gambar 1. Produk Jamu Mak Diah saat survei**

Konsumen hanya mengenal produknya berdasarkan nama produsen yaitu Ibu Siti Rodyah, selain itu konsumennya hanya berasal dari warga sekitar. Dari segi *packaging*, Jamu Mak Diah menggunakan botol bekas air mineral sebagai kemasan jamu. Sehingga dalam rangka peningkatan strategi ekspansi pasar diperlukan adanya *Branding* untuk menunjang dan mendukung strategi tersebut. Merek adalah nama, simbol atau lambang yang memberikan identitas produk. Labelling adalah bagian yang menginformasikan mengenai produk dan

penjual. Label hendaknya memperjelas informasi kepada konsumen dan mempunyai efek promosi (Rachmawati, 2011).

Langkah yang dilakukan Kelompok 10 setelah melakukan Pendampingan pada Jamu Mak Diah adalah memberikan saran khususnya memperbarui pada *packaging* dengan kemasan yang lebih menarik dan higienis. Standar dalam menentukan bentuk dan size kemasan botol untuk Jamu Mak Diah adalah segmen pasar dan harga agar bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Kemasan botol yang dipilih untuk jamu tradisional adalah kualitas dan size botol tidak terlalu kecil dan besar juga menyesuaikan varian ukuran dari kemasan sebelumnya agar harga yang dikenakan kepada pelanggan masih terjangkau.



**Gambar 2. Pendampingan Jamu Mak Diah**

Selanjutnya kelompok 10 memberikan penguatan pada segi *branding* agar memiliki ciri khas dalam hal label dan merek. Kelompok 10 membuat beberapa opsi desain untuk logo yang akan dipilih oleh Ibu Siti Rodiyah. Selanjutnya logo tersebut dikembangkan menjadi sebuah label dengan nama merek Jamu Mak Diah yang dilatarbelakangi oleh nama pemilik dari UMKM yang bernama Ibu Siti Rodiyah. Mengenai label dari merek Jamu Mak Diah memuat tentang informasi mengenai jenis varian, kontak yang dihubungi dan sosial media dari "Jamu Mak Diah".



**Gambar 3. Hasil Branding Botol 500 ml**



**Gambar 3. Hasil Branding Botol 1,5 lt**

Setelah melakukan Penguatan Branding pada UMKM Jamu Mak Diah, Mahasiswa Kelompok 10 melakukan kunjungan kembali ke UMKM Jamu Mak Diah untuk mengevaluasi dari branding yang telah dilakukan. Dari hasil evaluasi yang dilakukan mulai banyak yang mengenal merk dari produk Jamu Mak Diah selain warga sekitar rumah Ibu Siti Rodiyah. Konsumen juga bertambah dari pesanan karyawan pabrik dekat Desa Ngrimbi dan konsumen mulai mengenal merk produknya, karena sebelumnya konsumen hanya mengetahui UMKM Ibu Siti Rodiyah berdasarkan nama asli beliau. Dalam evaluasi yang dilakukan juga membahas terkait strategi yang akan dilakukan agar proses Branding ini dapat meluas dan menambah segmentasi pasar yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan aplikasi WhatsApp untuk mempromosikan produk dengan merk yang telah dibuat.

## **KESIMPULAN**

Jamu "Mak Diah" merupakan salah satu usaha mikro kecil menengah yang bergerak dalam bidang produksi jamu tradisional dan UMKM yang belum memiliki visual *branding* yang cukup untuk dijadikan media promosi. UMKM Jamu "Mak Diah" mengalami kendala dalam ekspansi pasar ke wilayah yang lebih luas. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurangnya penguatan branding yang dilakukan. Maka dari itu, kami melakukan pendampingan penguatan branding agar lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasaran.

Penguatan *branding* ini berupa beberapa proses kreatif seperti pembuatan akun instagram sebagai media utama dan dibuat beberapa media pendukung seperti banner, stiker, dan brosur. Dengan adanya penguatan *branding*, diharapkan UMKM Jamu "Mak Diah" dapat meningkatkan jumlah konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, pendampingan penguatan *branding* UMKM Jamu "Mak Diah" di Desa Ngrimbi perlu dilakukan sebagai bentuk peningkatan strategi ekspansi pasar sehingga UMKM Jamu "Mak Diah" dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam memajukan perekonomian Desa Ngrimbi.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terimakasih kepada UPN Veteran Jawa Timur yang telah mendukung penuh pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Kepala Desa Ngrimbi, masyarakat khususnya kepada Ibu Siti Rodiyah selaku pemilik UMKM yang menerima dengan baik pendampingan yang kami lakukan. Semoga program pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan manfaat dan pengaruh yang baik bagi pelaku UMKM Desa Ngrimbi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ferdiansyah, M. D., Ramadhan, P. B., Widyastuti, D. T., Meida, N. L., Ramadhan, M. R., & Justitian, E. R. (2022). Pengembangan UMKM Jamu Dusun Sumberdadi, Jombang Melalui Re-Branding Identitas Logo Njampi. *KARYA UNGGUL-Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 53-61.
- Emilda, E., Wulandari, T., & Lazuardi, S. (2022). Pendampingan UMKM Penjual Jamu Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kemasan, Merek, dan Label. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 53-60.
- Pratiwi, L. R., Putri, L. F., Wati, D. F., & Wulandari, R. (2023). Re-Branding Produk Sebagai Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Jamu di Dusun Kedurus Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(2), 588-596.