

## **REBRANDING DAN PEMBUATAN *WEB PROFILE* PRODUK JAHE MERAH PRODUK JAMU WEDANG JEMPOL BLITAR**

**Made Hanindia Prami Swari<sup>1</sup>, Chrystia Aji Putra<sup>2</sup>, Aileena Solicitor<sup>3</sup>,  
I Kadek Susila Satwika<sup>4</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Informatika,UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual , UPN “Veteran” Jawa Timur

<sup>4</sup>Program Studi Sistem Komputer , Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia

e-mail: madehanindia.fik@upnjatim.ac.id, ajiputra@upnjatim.ac.id,  
aileena.dkv@upnjatim.ac.id, susila.satwika@instiki.ac.id

### **Abstrak**

Strategi promosi merupakan kunci utama dalam mendongkrak hasil penjualan produk, baik dengan cara mendesain kemasan produk dengan menarik maupun menggunakan media pemasaran digital untuk memperluas pangsa pasar. Pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan ini dilakukan dengan membuat desain label dan kemasan yang memenuhi standar minimal label serta pembuatan sebuah *web profile* untuk memperkenalkan produk wedang jempol produksi industri rumahan Bu Shobah yang memiliki kualitas produk baik dari sisi komposisi bahan baku pembuatan jamu. Berdasarkan hasil uji pasar yang dilakukan pada kegiatan Blitar Jadoel, hasil penjualan belum maksimal. Hal ini dikarenakan terdapat kompetitor yang menjual produk serupa dengan harga lebih murah. Harga penjualan relatif tinggi selain karena komposisi bahan dasar jahe merah yang digunakan dalam membuat produk relatif banyak, juga bahan sticker yang digunakan pada *pouch* cenderung menghabiskan biaya cukup mahal karena menggunakan sticker vinyl. Pembuatan label baru dan *Web Profile* dapat bermanfaat sebagai sarana promosi digital untuk menunjukkan kualitas dari produk wedang jempol Bu Shobah.

**Kata kunci:** jamu, jahe merah, wedang jempol, desain, web profile

### **Abstract**

Promotional strategy is the main key in boosting product sales, either by designing attractive product packaging or using digital marketing media to expand market share. Community service in this activity is carried out by designing labels and packaging that meet the minimum label standards as well as making a web profile to introduce the product of Wedang Jempol produced by Bu Shobeh home industry which has good product quality in terms of the composition of the raw materials for making herbal medicine. Based on the results of market tests conducted on Blitar Jadoel activities, sales results have not been maximized. This is because there are competitors who sell similar products at lower prices. The selling price is relatively high, apart from the

relatively large composition of red ginger used in making the product, the sticker material used in the pouch tends to be quite expensive because it uses vinyl stickers. Web Profile can be useful as a means of digital promotion to show the quality of Wedang Jempol Bu Shobah product.

**Keywords** : herb, red ginger, wedang jempol, design, web profile

## **PENDAHULUAN**

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan harapan perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Di era milenial seperti sekarang ini banyak strategi dan langkah yang dilakukan para pedagang untuk memaksimalkan pemasaran produknya. Promosi produk melalui media sosial akun Marketplace seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Shopee dan (*personal selling*) promosi secara langsung yang memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Strategi pemasaran bisa mengenai strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan pengembangan pemasaran dalam keunggulan bersaing (Siagian & Cahyono, 2021). (Wardhana, 2015) menemukan bahwa strategi digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produknya. Rebranding dalam sebuah merk produk turut mengembangkan visi brand yang dimilikinya menjadi lebih maju dan baik kedepannya, hal ini juga disebabkan dari dampak rebranding yang sudah dilakukan. Orientasi brand yang menjadi lebih khusus juga menjadi turut berimbas dari hasil

rebranding yang dilakukan pelaku UMKM (Rumijati, Asfiah, & Fuadiputra, 2021) (Goi & Goi, 2011). Berdasarkan konsep rebranding (Goi C.L dan Goi M. T, 2011), dari gagasan rebranding munculah merek sebagai referensi, kepribadian, ikon, perusahaan, dan kebijakan bahwa dengan adanya rebranding akan mengubah citra Produk kepada Masyarakat. Dengan perbaikan ini diharapkan masyarakat kembali memperhitungkan dan memperhatikan produk yang ditawarkan oleh UMKM yang telah dilakukan rebranding.

Dari permasalahan yang dimiliki Mitra, yang merupakan produsen aneka jamu instan yang telah beroperasi sejak tahun 2013 di Blitar yaitu Wedang Jempol Bu Shobah yakni jumlah penjualan produk yang cenderung minim, yakni untuk produk jahe merah sendiri rata-rata hanya terjual sejumlah 150 bungkus kecil saja, padahal kualitas produksi, khususnya produk jahe merahnya memiliki kualitas yang baik. Hal ini disebabkan metode pemasaran produk secara konvensional, yakni dititipkan di apotek dan warung sekitar serta pengemasan produk yang kurang menarik dan belum memuat standar informasi minimal yang harus dimuat dalam sebuah kemasan makanan. Berdasarkan kondisi tersebut maka kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan dalam bentuk kegiatan

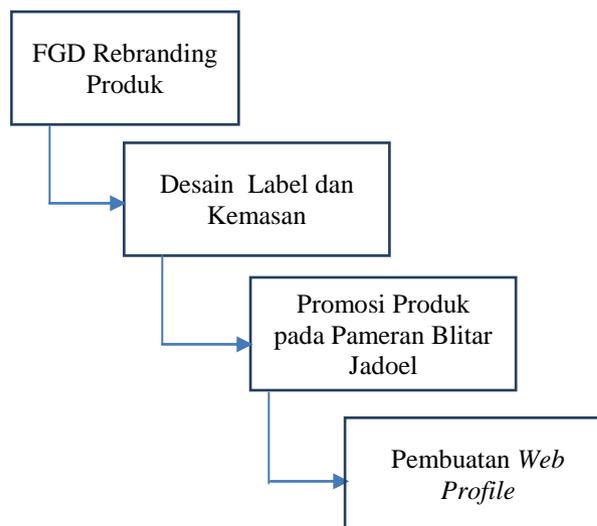
rebranding produk melalui pembuatan label kemasan dan pengemasan yang lebih menarik serta pembuatan *web profile* untuk memperluas pemasaran produk Wedang Jempol Bu Shobah.

### METODE

Terdapat 2 luaran yang ditargetkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam upaya meningkatkan daya jual produk wedang jempol Bu Shobah, yakni label kemasan dan kemasan baru serta *web profile* sebagai sarana promosi jamu hasil produksi Bu Shobah. Gambar 1 menunjukkan langkah-langkah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pelaksana.

Seperti yang terlihat pada Gambar 2, kegiatan pertama yang dilakukan pada kegiatan ini adalah melakukan diskusi dengan Ibu Shobah terkait filosofi kemasan dan logo yang digunakan saat ini untuk dapat diimplementasikan pada label baru. Menurut beliau, filosofi dari logo adalah jempol karena melambangkan hal baik, untuk warna diharapkan dipilih sesuai warna bahan dasar produk. Setelah desain label dan kemasan baru dibuat oleh tim pelaksana maka kegiatan berikutnya adalah uji pasar hasil desain kemasan baru pada kegiatan Blitar Jadoel. Kegiatan terakhir yang dilaksanakan pada program pengabdian kepada masyarakat ini adalah berupa pembuatan *web profile* wedang jempol Bu Shobah. label kemasan dan *web profile* wedang jempol Bu Shobah. Adapun label yang dibuat harus memenuhi standar informasi kemasan yakni berisi nama atau merk produk, bahan baku, bahan

tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas (Tim PKM, 2018).



Gambar 1. Langkah-Langkah Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pertama yang dilakukan pada rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah mengadakan diskusi dengan produsen wedang jempol Ibu Shobah, yakni Ibu Shobah beserta suami dan salah satu pegawai di industri rumahan tersebut yakni Pak Danu yang dilaksanakan pada tanggal 8 Juni 2022 bertempat di rumah Ibu Shobah yang sekaligus pabrik tempat pembuatan berbagai olahan jamu.



Gambar 2. Diskusi terkait rebranding label dan kemasan produk

Dalam menjalankan kegiatan produksi aneka produk jamu, selain suaminya, Bu Shobah terkadang dibantu seorang pegawai yang diminta membantu produksi saat stock produk yang ada dirasa sudah sedikit, dengan kata lain Bu Shobah belum memiliki karyawan tetap dalam membantu proses produksi produk jamunya. Gambar 3 merupakan desain produk jahe merah yang digunakan oleh Bu Shobah.



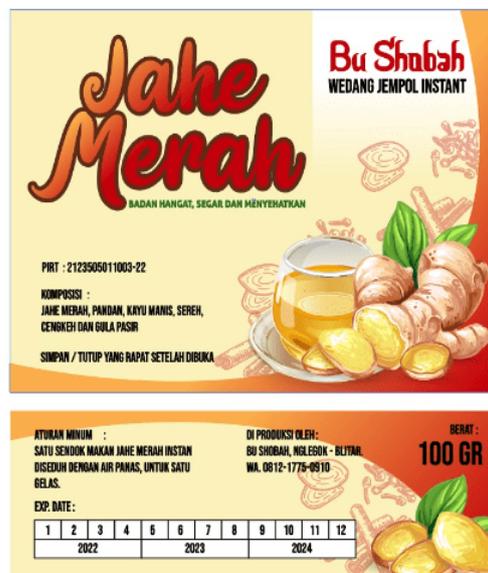
Gambar 3. Kemasan Produk Jahe Merah Bu Shobah

Sesuai yang terlihat pada Gambar 3, label yang digunakan pada produk Jahe Merah Bu Shobah belum memuat hal-hal minimal yang harusnya ada pada setiap label kemasan produk olahan makanan, yakni harus berisi

nama atau merk produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kadaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas (Tim PKM, 2018) Berdasarkan hal tersebut maka dirancang sebuah label kemasan baru yang mempertimbangkan hal-hal berikut :

- Kemasan dibuat dengan klep yang dapat direkatkan kembali, sehingga membuat produk lebih tahan lama walaupun sudah dibuka
- Penambahan bahan tambahan komposisi
- Pembuatan desain yang lebih menarik (Siagian & Cahyono, 2021)

Gambar 4 merupakan rancangan label kemasan baru yang akan digunakan untuk penjualan berikutnya.



Gambar 4. Desain Label Kemasan Baru

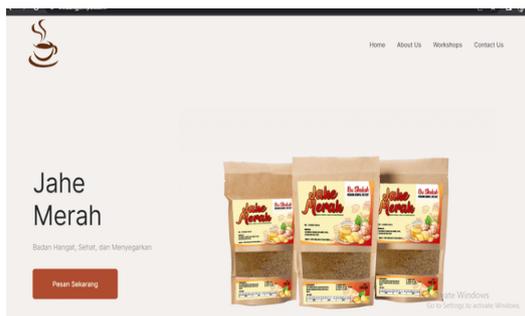
Untuk membantu memperkenalkan desain kemasan baru produk jahe merah Bu Shobah, maka tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengikuti kegiatan Blitar Jadoel 2022 yang digelar pada tanggal 17-21 Juni 2022 yang dibuka pada pukul 15.00-22.00 wib di alun-alun Kota Blitar, Jawa Timur. Kegiatan Blitar Jadoel berlangsung semarak dengan diikuti 140 buah stand jadul, 30 buah stand kabupaten kota se-indonesia, 30 buah stand dari dinas koperasi kabupaten kota se-Jawa Timur, dan 200 pedagang kecil kaki lima warga Kota Blitar, pegiat seni, serta turut pula hadir budayawan yang menyemarakkan rangkaian kegiatan ini.



Gambar 5. Pameran Produk Jahe Merah Wedang Jempol pada Blitar Jadoel

Adapun hasil yang didapat dari 5 hari kegiatan pameran Blitar Jadoel yang diikuti tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat, hanya terjual 5 *pouch* produk jahe merah Bu Shobah yang dijual seharga Rp 15.000/100 gr. Hasil ini dinilai kurang maksimal mengingat kualitas produk Bu Shobah yang baik serta desain kemasan yang sudah dibuat dengan lebih menarik dan mengakomodasi ketahanan produk lebih lama dengan mengemas produk dalam bentuk *pouch*. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan didapatkan salah satu kesimpulan belum maksimalnya hasil penjualan produk jahe merah wedang jempol adalah karena terdapat kompetitor yang menjual produk serupa dengan harga yang lebih murah, yakni Rp 17.500/175 gram. Namun, jika dilihat secara seksma, terdapat perbedaan mencolok antara jahe merah produk kompetitor dengan produk jahe merah wedang jempol, yakni dari segi warna dan aroma produk. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dirasa perlu media yang digunakan untuk memperkenalkan kualitas produk jahe merah wedang jempol agar masyarakat luas dapat membedakan kualitas produk wedang jempol dibandingkan dengan produk jahe merah hasil produksi industri lainnya.

Untuk mengakomodasi upaya memperkenalkan produk wedang jempol agar dapat memperluas pangsa pasar, maka tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat membuat sebuah *web profile* yang dapat dipergunakan untuk mempromosikan produksi wedang jempol.



Gambar 6. Web Profile Wedang Jempol

Web Profile telah dapat diakses secara online. Web profile yang dibuat memuat 5 produk jamu hasil produksi industri rumahan wedang jempol Bu Shobah seperti jahe merah, jahe ori, kunir asam, temulawak, dan dan kencur instant. Gambar 6 merupakan salah satu halaman yang terdapat pada web profile wedang jempol yang telah dibuat oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat. Pada web profile tersebut terdapat 4 menu utama yaitu: Home, Tentang Kami, Produk, dan Kontak. Pada web profile juga terdapat fitur pesan langsung yang terhubung dengan whatsapp pemilik usaha ketika pembeli meng-klik tombol "Pesan Sekarang". Gambar 7 menunjukkan fitur "pesan sekarang" yang ada pada website.



Gambar 7. Fitur pada website

Adapun hasil evaluasi dan hasil dari pembuatan label dan website ini adalah, kegiatan ini sudah sukses

dilaksanakan sesuai dengan Langkah-langkah yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pembuatan label baru dan Web Profile dapat bermanfaat sebagai sarana promosi digital karena dapat menunjukkan kualitas dari produk wedang jempol Bu Shobah. Akan tetapi jika dilihat dari hasil penjualan belum menunjukkan hasil penjualan yang signifikan. Dimana rata-rata peningkatan hasil penjualan selama 2 bulan berturut-turut setelah penggantian label dan pembuatan website adalah sejumlah 5 pouch. Perlu adanya langkah selanjutnya yaitu melakukan promosi baik secara langsung ataupun promosi melalui media sosial.

## KESIMPULAN

Telah dilakukan kegiatan serangkaian Pengabdian kepada Masyarakat dengan luaran berupa desain label dan kemasan baru serta web profile. Harga penjualan per pouch relatif tinggi dibandingkan produk kompetitor selain karena komposisi bahan dasar jahe merah yang digunakan dalam membuat produk relatif banyak, juga bahan sticker yang digunakan pada pouch cenderung menghabiskan biaya cukup mahal karena menggunakan sticker vinyl. Kedepanya label kemasan dapat dibuat pada sticker biasa sehingga dapat mengurangi biaya cetak label sebesar 50% dan mengurangi harga produk. Web Profile dapat bermanfaat sebagai sarana promosi digital karena dapat menunjukkan kualitas dari produk wedang jempol Bu Shobah.

Akan tetapi jika dilihat dari hasil penjualan belum menunjukkan hasil penjualan yang signifikan. Perlu adanya

langkah selanjutnya yaitu melakukan promosi baik secara langsung ataupun promosi melalui media sosial

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Goi, C. L., & Goi, M. T. (2011). Review on Models and Reasons of Rebranding. *International Conference on Social Science and Humanity*. Singapore.

Rumijati, A., Asfiah, N., & Fuadiputra, I. R. (2021). Rebranding untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk di Kelompok Usaha Mikro Olahan Susu pada Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS). *Jurnal Budimas*, 54-61.

Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi*, 206-217.

Tim PKM, 2. (2018). *Modul Labeling dan Packaging*. Bojonegoro: IKIP PGRI Bojonegoro.

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMKdi Indonesia. *Seminar Nasional Keuangan dan Bisnis IV* (pp. 327-337). Universitas Pendidikan Indonesia.