



WORKSHOP STRATEGI BRANDING DAN DIGITAL MARKETING PRODUK INOVASI OLAHAN SUSU SAPI PERAH DESA GERBO

Feri Tirtoni¹, Supriyadi², Arya Wahyu Ramadhan³

^{1,2}Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

³Prodi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*Email: feri.tirtoni@umsida.ac.id

Informasi Artikel

Kata kunci:

Workshop, Branding & Marketing, UMKM

Diterima: 15-02-2024

Disetujui: 04-05-2024

Dipublikasikan: 17-07-2024

Abstrak

Tim KKN UMSIDA melakukan pengabdian masyarakat melalui workshop yang bertujuan untuk melakukan transfer pengetahuan berupa branding dan marketing UMKM untuk melakukan sebuah inovasi terhadap susu sapi perah ini dan melakukan branding secara kemasan dan kualitas yang bisa kami tambahkan secara nilai ekonomis dan upaya ini nantinya akan dilanjutkan dengan upaya melakukan marketing membuka jejaring pemasaran yang bisa dilakukan secara online maupun cara lainnya. Kegiatan akan kami lakukan melalui dua tahapan yaitu sosialisasi untuk memberikan pengetahuan awal kepada masyarakat dan dilanjutkan melalui sebuah kegiatan workshop untuk memberikan sebuah tutorial dan praktek bagaimana cara melakukan inovasi terhadap produk susu sapi perah yang ada di desa kerbau serta dalam workshop nantinya akan diajarkan sebuah teknik marketing untuk kelangsungan UMKM ini di depannya. Metode yang digunakan dalam ABDIMAS ini yaitu observasi dan wawancara dengan melalui beberapa tahapan, berawal dari pembahasan dan observasi sasaran dari program pengabdian. ABDIMAS ini membuahkan hasil dalam suatu pemecahan permasalahan dari kendala yang dihadapi oleh masyarakat desa Gerbo. Sehingga dalam pembuatan susu sapi herbal ini diharapkan dapat menambah penghasilan bagi masyarakat desa Gerbo dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

PENDAHULUAN

Desa Gerbo merupakan salah satu desa yang berada wilayah Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan, yang terletak di wilayah daerah Pegunungan. Desa Gerbo termasuk Desa yang berada pada daerah dataran tinggi dengan ketinggian 700-800 mdpl. Desa Gerbo merupakan Desa yang paling luas diantara desa-desa lainnya yang berada di Kabupaten Pasuruan . Jarak Desa Gerbo ke Kecamatan bisa dibilang cukup jauh dengan jarak \pm 10 Km dan ke Kabupaten Pasuruan \pm 37 Km. Desa Gerbo memiliki 6 dusun yang terdiri dari : Dusun Lor Kali, Dusun Tengah, Dusun Jajang, Dusun Rojopasang, Dusun Kejoren, dan Dusun Pager Gunung. Desa Gerbo merupakan wilayah paling luas di Kabupaten Pasuruan, yang terdiri dari 2.759 kartu keluarga dan 10.195 warga (Tingang et al., 2022).

Pada tahun ini, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) mengadakan program abdimas masyarakat yang dilakukan rutin setiap tahun. Program abdimas masyarakat ini disebut dengan KKN (Kuliah Kerja Nyata). Di UMSIDA, KKN dibagi menjadi dua jenis, yaitu KKN-P (Kuliah Kerja Nyata Pencerahan) dan KKN-T (Kuliah Kerja Nyata Terpadu). Pada kali ini, kami Kelompok 52 KKN-P UMSIDA tahun 2024 mengusung tema strategi branding dan digital marketing produk olahan susu sapi KUD Gerbo. Dengan adanya program ini, diharapkan dapat membantu salah satu program dari Kelompok 52 KKN-P UMSIDA yang memiliki tujuan untuk mendongkrak dan memajukan potensi pengembangan UMKM dari pemanfaatan susu sapi yang ada di Desa Gerbo.

Kemajuan zaman pada saat ini menjadi pengaruh terhadap pertumbuhan dan pembangunan dalam bidang ekonomi. Di Indonesia, UMKM memiliki arti penting bagi suatu daerah yang menjadikan UMKM sebagai salah satu penggerak dari suatu pertumbuhan ekonomi daerah. Pada saat ini, di lingkungan desa UMKM sudah mulai berkembang. Salah satunya adalah Desa Gerbo yang memiliki potensi berkembangnya pendapatan ekonomi melalui hasil jual susu sapi murni. Hal ini dimungkinkan karena adanya penghasilan susu sapi murni yang melimpah, akan tetapi masyarakat kesulitan dalam menemukan inovasi baru terkait ketertarikan masyarakat terhadap susu sapi dan branding penjualan produk mengikuti zaman digitalisasi. Inovasi baru susu sapi murni yang kami pilih yaitu susu sapi murni yang dipadu padankan dengan ramuan herbal sesuai dengan kondisi cuaca desa Gerbo yang cukup dingin (Yazirin et al., n.d.).

Susu sapi herbal merupakan minuman yang memiliki cukup banyak khasiat bagi kesehatan. Susu sapi herbal merupakan minuman dari susu yang terbarukan. Kebutuhan minuman yang sehat dan bergizi sangat diperlukan bagi tubuh guna menjaga kesehatan, pertumbuhan, pemeliharaan tubuh, serta meningkatkan kecerdasan pada manusia khususnya pada anak (Yudonegoro et al., n.d.). Proses pembuatan susu sapi herbal sangatlah mudah dan bahan-bahannya mudah sekali untuk dijumpai dimanapun. Pada dasarnya susu sapi herbal merupakan produk yang praktis dan cukup ekonomis sebagai minuman sehat dan terbarukan.

Susu sapi murni apabila diolah dengan tepat dan memperhatikan khasiat bagi konsumen, akan memberikan keuntungan dan meningkatkan nilai jual dan nilai guna yang nantinya akan mendukung dan mengembangkan produk UMKM desa Gerbo (Salwa Zakiyyah, 2021). Melalui inovasi tersebut maka susu sapi herbal akan menjadi produk UMKM unggulan dan dapat mengembangkan UMKM yang ada di desa Gerbo. Dengan adanya keragaman UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Gerbo dan membuka lapangan pekerjaan baru yang membutuhkan tenaga lain untuk mengelola susu tersebut (Christi et al., 2020).

Berdasarkan uraian diatas, tim pengabdian masyarakat KKN-P Umsida Kelompok 52 dan warga desa baik tua maupun muda, melaksanakan kerja sama untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemahaman masyarakat yang tinggi dalam pengolahan susu sapi herbal nantinya dalam pemasarannya melalui sistem digital marketing mengikuti kemajuan zaman saat ini.

METODE

Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat pada desa Gerbo ini ada dua tahap yang pertama yaitu melakukan metode teknik sosialisasi dan metode teknik workshop. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di desa Gerbo Kecamatan Purwodadi Kabupaten Pasuruan selama satu bulan yang dimulai pada tanggal 23 Januari sampai dengan 3 Maret 2024. Sasaran dari kegiatan ini yaitu untuk branding dan digital marketing produk olahan susu sapi. Metode yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat pada desa Gerbo ini ada dua tahap yaitu:

Pada Metode yang pertama yaitu metode teknik sosialisasi yaitu melalui pendekatan kepada masyarakat untuk menyampaikan maksud dan tujuan dari inovasi produk yang akan dilakukan sehingga kebermanfaatannya bisa disampaikan di awal kepada masyarakat yang nantinya bisa meningkatkan kemampuan dan keterampilan masyarakat UMKM susu sapi perah di desa Gerbo. Bentuk sosialisasi adalah merancang bentuk pengabdian masyarakat, dalam tahap ini dilakukan survey dan observasi dengan metode sosialisasi pendekatan pembuatan olahan susu sapi. Observasi yang kami lakukan adalah dengan mewawancarai masyarakat setempat secara langsung mengenai susu sapi segar. Kami melakukan wawancara secara langsung dengan masyarakat setempat khususnya pada peternak susu sapi perah. Hal tersebut dilakukan dengan harapan untuk memperoleh informasi terkait hambatan, kekurangan serta peluang yang ada. Tahap selanjutnya disusun perencanaan mengenai branding dan digital marketing produk olahan susu sapi.

Tahapan yang kedua adalah menggunakan teknik workshop di mana nantinya pada kegiatan ini para pelaku usaha dan para pejabat desa maupun masyarakat bisa mengikuti kegiatan ini bersama-sama untuk mengetahui arah dan tujuan dari inovasi produk yang akan dilakukan pada usaha lokal masyarakat susu sapi perah menjadi susu sapi herbal yang akan memiliki inovasi

lainnya Dan harapannya dengan adanya workshop ini nantinya kita juga bisa memberikan keterampilan berupa skill branding produk dan skill digital marketing kepada pelaku usaha UMKM untuk bisa memperpanjang masa usahanya dan eksistensi usahanya ke depan di tengah persaingan dan kompetisi yang ada saat ini. Dalam proses pembuatan produk Susu Enak Gerbo (SUEGER) kami menggunakan alat-alat yang higienis dan bahan-bahan yang berkualitas serta terjangkau untuk didapat. Kami mendapatkan susu segar langsung dari tangan pertama yaitu peternak sapi tepatnya di dusun Kejoren desa Gerbo. Kami juga membuat packaging dengan desain yang menarik sehingga dapat menambah nilai jual dari susu segar tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Susu sapi segar merupakan cairan yang berasal dari sapi sehat dan bersih, yang diperoleh dengan cara pemerahan yang benar, yang kandungan alaminya tidak dikurangi atau tidak ditambah sesuatu apapun dan belum mendapat perlakuan apapun kecuali pendinginan (Yulaihah et al., 2016). Produk Susu Enak Gerbo (SUEGER) merupakan salah satu bentuk inovasi baru yang diharapkan menjadi ikonik yang dikenal banyak masyarakat di Desa Gerbo karena memiliki banyak manfaat dan nilai jual yang tinggi dengan adanya strategi branding dan digital marketing yang menarik. Untuk proses pembuatan Susu Enak Gerbo (SUEGER) terbilang cukup sederhana, yakni dimulai dengan memarut jahe, serai, dan kunyit, lalu proses pemanasan susu (Pasteurisasi) dalam panci, namun untuk proses pemanasan susu sapi tidak boleh sampai mendidih dan mengeluarkan busa susu. Setelah proses pemanasan selesai, angkat susu tersebut, lalu masukkan gula, kemudian diamkan sebentar. Kemudian, masukkan parutan jahe dan serai yang telah diparut bersama dengan kayu manis sebagai aromatik. Apabila ingin menambah khas warna merah, bisa menambahkan air secang, yaitu dengan merebus secang secukupnya terlebih dahulu, lalu memasukkan air secang tersebut ke dalam susu, dan apabila ingin menambah khas warna kuning bisa menambahkan air kunyit, yaitu dengan memarut kunyit terlebih dahulu lalu merebus parutan kunyit dengan air, lalu rebusan tersebut masukkan ke dalam campuran susu. kemudian, saring susu tersebut ke dalam wadah, dan Susu Enak Gerbo (SUEGER) rempah siap untuk dikemas dan dikonsumsi.



Gambar 1.1 Observasi ke peternak sapi di Dusun Kejoren, Desa Gerbo



Gambar 1. 2 Observasi ke TPS KUD Dusun Kejoren, Desa Gerbo

Tim Abdimas UMSIDA berusaha memberikan bentuk inovasi terbaik dalam pembuatan produk susu yang memiliki nilai jual tinggi dengan diberikannya branding dan bentuk packaging yang menarik ditambah dengan berbagai varian rasa. Hal tersebut, dilakukan dengan harapan dapat menaikkan branding dari hasil susu murni yang memiliki nilai jual tinggi.

Hasil dari sosialisasi yang kami lakukan di desa Gerbo diterima dengan baik dan masyarakat dapat menerima saran dari kami, pada kegiatan workshop yang telah dilakukan peserta workshop aktif dalam sesi tanya jawab terkait dengan branding dan marketing digital inovasi olahan susu sapi

perah. Para peserta merasa terbantu dengan diadakannya kegiatan workshop tersebut dikarenakan pengetahuan masyarakat terkait branding dan digital marketing bertambah yang nantinya inovasi tersebut dapat berguna bagi pertumbuhan ekonomi terutama pada pelaku UMKM.



Gambar 1.3 Proses Pembuatan Susu Enak Gerbo (SUEGER)



Gambar 1.4 Packaging Susu Enak Gerbo (SUEGER)

Produk Susu Enak Gerbo ini merupakan salah satu bentuk inovasi baru yang diharapkan menjadi ikonik yang dikenal banyak masyarakat di Desa Gerbo karena memiliki banyak manfaat dan nilai jual yang tinggi dengan strategi branding dan digital marketing yang menarik.

KESIMPULAN

Susu sapi segar di desa gerbo memiliki sebuah potensi apabila masyarakat memiliki kemauan untuk mengelola. Tetapi di karenakan mayoritas masyarakat desa gerbo yang bermata pencaharian peternak sapi dan petani, maka masyarakat tidak memiliki kesempatan untuk menciptakan dan melakukan branding produk olahan dari susu tersebut, dan menyetorkannya ketempat penampungan susu dan dijual.

Oleh karena itu kami selaku KKN-P Umsida kelompok 52 mencetuskan sebuah ide produk agar masyarakat desa gerbo kecamatan purwodadi kabupaten pasuruan dapat mengelola susu sapi murni menjadi produk olahan susu inovatif yang mengandung rempah rempah tradisional dan mempunyai banyak khasiatnya. Kami memberikan branding berupa nama dan logo yang bernama Susu Enak Gerbo (SUEGER).

Melalui pembuatan produk ini perekonomian masyarakat desa gerbo dapat meningkat. Desa gerbo selain di kenal dengan objek wisatanya, juga dapat memperkenalkan produk susu khas desanya di kalangan wisatawan. Harapan kami masyarakat dapat meneruskan produk ini hingga menjadi produk khas desa gerbo yang mayoritas penduduknya adalah peternak sapi.

Kegiatan ini telah berjalan dengan baik, sosialisasi mampu diserap oleh warga dengan baik, terkait dengan tujuan visi misi kami dalam keinginan menumbuhkan UMKM desa Gerbo dengan inovasi dan branding. Workshop yang kami selenggarakan juga mendapatkan sebuah sambutan antusias yang baik untuk memiliki sebuah nilai manfaat atau nilai tambah terhadap masyarakat.

Yang terakhir terdapat evaluasi kepada masyarakat desa gerbo yang mengikuti acara workshop. Agar kedepannya dapat meneruskan, menjalankan inovasi branding, dan olahan susu tersebut dalam bidang pemasaran serta digital marketing. Harapan kami masyarakat dapat terus berinovasi untuk menambahkan bermacam macam varian rasa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih ditujukan kepada pihak perangkat Desa gerbo kecamatan purwodadi kabupaten pasuruan yang telah bersedia menerima kegiatan pengabdian masyarakat. Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memfasilitasi kegiatan Kuliah Kerja Nyata Pencerahan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat tahun 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Christi, R. F., Tasripin, D. S., Suharwanto, D., & Wulandari, E. (2020). Perbandingan Susu Sapi Perah Pada Pemerahan Pagi dan Sore Terhadap Total Plate Count dan Colioform di KUD Gemah Ripah Sukabumi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan Tropis*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.33772/jitro.v7i1.8989>
- Salwa Zakiyyah, H. N. (2021). Susu Sapi sebagai Obat bagi Kesehatan Tubuh: Studi Takhrij dan Syarah Hadits. *Jurnal Riset Agama*, 1(2), 375–388. <https://doi.org/10.15575/jra.v1i2.14672>
- Tingang, M. I., Nugroho, I., & Hanafie, R. (2022). *PENGEMBANGAN WISATA DI DESA GERBO, KABUPATEN PASURUAN: EKSISTENSI WISATA EDUKASI LEMBAH GUNUNG TUMPENG*.
- Yazirin, C., Maghfiroh, A. H., Zamroji, A., Ilmiahadi, B., Wahid, M. A., Damanhuri, N. F., Lailia, R. P., Rahmilia, F., & Azizah, W. N. (n.d.). *INOVASI PENGOLAHAN SUSU SAPI MURNI MENJADI SUSU ANEKA RASA GUNA MENINGKATKAN NILAI JUAL*.
- Yudonegoro, R. J., Nurwantoro, & Harjanti, D. W. (n.d.). *KAJIAN KUALITAS SUSU SEGAR DARI*

TINGKAT PETERNAK SAPI PERAH TEMPAT PENGUMPULAN SUSU DAN KOPERASI UNIT DESA JATINOM DI KABUPATEN KLATEN (*Quality of Raw Milk From Dairy Farm, Milk Collection Center and Dairy Cooperative Jatinom Kabupaten Klaten*).

- Yulaikah, S., Primiani, C. N., & Hidayati, N. R. (2016). PENGARUH SUHU DAN LAMA PENYIMPANAN TERHADAP KADAR LEMAK SUSU SAPI MURNI.
- Minculete, G., & Olar, P. (2018). Approaches to the Modern Concept of Digital Marketing. *International Conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION*, 24(2), 63–69. <https://doi.org/10.1515/kbo-2018-0067>
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). *Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo*. 1(3).
- Utami, K. B., Radiati, L. E., & Surjowardojo, P. (n.d.). *Kajian kualitas susu sapi perah PFH (studi kasus pada anggota Kope- rasi Agro Niaga di Kecamatan Jabung Kabupaten Malang)*.
- Pagune, J., Laboko, A. L., & Zainuddin, A. (2023). Formulasi Ekstrak Jahe Merah (*Zingiber Officinale* Var. *Rubrum*) Pada Pembuatan Susu Kedelai Bubuk. *Jurnal : Agricultural Review*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.37195/arview.v2i1.354>
- Bunga Aristawidia, I. (2018). KAJIAN LITERATUR PENERAPAN STRATEGI BRANDING BAGI KEMAJUAN UMKM DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, Volume 1 Nomor 2.
- Rahmi, Fatarina Mahfirah, T., Haneul, Haura, T., & Alike Putri, C. (2023). PELATIHAN PRODUCT BRANDING SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN BAGI UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, ol. 20 No. 2. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.202.2>
- Suwandi, A., Susanti, & Nisrina. (2023). Pengembangan Logo pada Produk sebagai branding UMKM di Desa Wisata Kertarahayu. *Journal of Tourism and Creativity*, Vol. 7 No. 2.
- Trio Febriyantoro, M., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1 No 2. <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Utami Syukri, A., & Nonong Sunrawali, A. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Volume 19 Issue 1.