

PEMANFAATAN POTENSI DESA: PEMBUATAN KREATIF ASINAN JAMBU KRISTAL DAN BRANDING PRODUK

Chatelya Zahra Nur Afifah, Deeva Firdaus Irfanda, Helin Febrian Budi, Muhammad Fahmi Asyhari, Eva Fatihatun Nikmah, Rifatul Muazaroh, Fika Umul Muliyan, Rizqi Amalya Solikhah, Naita Alifia Hasanah, Lutfiani Nada Karlina, Munawir
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
Fakultas Ushuluddin Adab dan Humaniora
Jl. A. Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara,
Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53126

Abstract

Crystal guava is one of the assets or potential possessed by Madura Village, Wanareja District, Cilacap Regency. Among the seven existing hamlets, Margasari and Karangsari hamlets are the largest producers of crystal guava fruit in Madura Village. If crystal guava is sold as a whole, which in this case means it has not been processed, it will have a low selling value. Therefore we need a processing process that will change the crystal guava into a form of food or drink which certainly has more selling value. The problem is, almost all the people of Madura Village sell crystal guava without going through the processing first so the selling quality is lacking. To improve selling quality as well as public understanding, we held a training program for making crystal guava pickles which were complemented by socialization of product branding. The method used here is the ABCD (Asset Based Community Development) method. This method focuses more on finding village assets or potential to be explored and developed more broadly. The benefits of this activity are increasing public knowledge about crystal guava processing and product branding as well as increasing skills in making crystal guava pickles.

Keywords: *village potential, pickled crystal guava, product branding*

Abstrak

jambu kristal merupakan salah satu aset atau potensi yang dimiliki oleh Desa Madura Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Di antara tujuh dusun yang ada, Dusun Margasari dan Karangsari merupakan penghasil buah jambu kristal terbanyak di Desa Madura. Jambu kristal apabila dijual secara utuh, yang dalam hal ini maksudnya itu belum diolah, maka akan memiliki nilai jual yang rendah. Oleh karena itu diperlukan suatu proses pengolahan yang akan merubah jambu kristal menjadi bentuk makanan atau minuman yang pastinya memiliki nilai jual yang lebih. Permasalahannya, hampir seluruh masyarakat Desa Madura menjual jambu kristal tidak melalui proses pengolahan terlebih dahulu sehingga mutu jualnya kurang. Untuk meningkatkan mutu jual sekaligus

pemahaman masyarakat, kami mengadakan program kegiatan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal yang dilengkapi dengan sosialisasi branding produk. Metode yang digunakan di sini yaitu metode ABCD (*Asset Based Community Development*). Metode ini lebih berfokus pada penemuan aset atau potensi desa agar digali dan dikembangkan lebih luas lagi. Manfaat kegiatan ini yaitu bertambahnya pengetahuan masyarakat mengenai pengolahan jambu kristal dan branding produk serta bertambahnya keterampilan membuat asinan jambu kristal.

Kata Kunci: potensi desa, asinan jambu kristal, branding produk

Pendahuluan

Potensi adalah suatu kekayaan yang sudah seharusnya dikembangkan oleh semua, pariwisata dan lain-lain di dalam suatu tempat. Potensi dapat dilihat dari berbagai sisi, dari sisi desa, potensi desa merupakan, seluruh sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh desa. Sumber daya tersebut dianggap. Sebagai modal dasar yang nantinya dapat dikelola dan juga dikembangkan demi kepentingan, kelangsungan dan perkembangan desa tersebut. Ada beberapa macam kategori dalam potensi desa yaitu potensi fisik dapat berupa air, tanah, iklim, peternakan dan perikanan, manusia. Sedangkan potensi non fisik terdiri dari kondisi masyarakat, lembaga sosial, serta kreativitas aparatur Negara.

Indonesia merupakan negara yang kebanyakan mata pencahariannya sebagai petani, hal itu dikarenakan Indonesia yang kaya akan hasil pertanian serta perkebunan yang berlimpah. Jambu kristal sendiri merupakan tanaman yang unik dibudidayakan karena masih cenderung dinikmati dalam negeri saja, belum mampu untuk bersaing di perdagangan internasional. Jambu kristal termasuk dalam keluarga jambu biji yang sejak tahun 1991 sudah dikembangkan di Taiwan, sedangkan di Indonesia sendiri mulai dikembangkan pada tahun 2009. Walaupun jambu kristal tergolong ke dalam keluarga jambu biji, nyatanya jambu kristal memiliki sedikit sekali biji. Hal ini memberikan potensi untuk jambu kristal dalam menggantikan ketersediaan buah impor. Pengembangan jambu kristal sangat didorong peningkatannya oleh Kementerian Pertanian karena masa berbuah jambu kristal tidak mengenal musim, yang artinya dapat terus berbuah sepanjang tahun serta perawatannya yang tergolong sederhana.

Desa merupakan sebuah gambaran masa depan. Desa yang maju akan mengikuti perkembangan zaman dan mampu mandiri serta dibekali dengan sumber daya manusia yang cerdas dan unggul. Desa juga bisa dikatakan tidak pernah terlepas dari sumber daya alam dan manusianya, atau yang biasa disebut dengan potensi. Potensi adalah suatu kekayaan yang sudah seharusnya dikembangkan oleh semua, pariwisata dan lain-lain di dalam suatu tempat. Potensi dapat dilihat dari berbagai sisi, dari sisi desa, potensi desa merupakan, seluruh sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh desa. Sumber daya tersebut dianggap. sebagai modal dasar yang nantinya dapat dikelola dan juga dikembangkan demi kepentingan, kelangsungan dan perkembangan desa ters. Ada beberapa macam kategori dalam potensi desa yaitu potensi fisik dapat berupa air, tanah, iklim, peternakan dan perikanan, manusia. Sedangkan potensi non fisik terdiri dari

kondisi masyarakat, lembaga sosial serta kreativitas aparaturnegara. Potensi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dicari agar kita bisa mengetahui apa yang dapat kita manfaat dari desa atau tempat lainnya. Permasalahan-permasalahan yang terdapat di desa sering kali terjadi akibat masyarakatnya yang kurang dalam pemanfaatan potensi desa, maka dari itu pemanfaatan potensi desa harus dilakukan dengan benar agar dapat mengatasi masalah yang timbul di desa. Selain itu banyak cara cara untuk memanfaatkan potensi alam dengan baik diantaranya mengelola dengan baik pertanian, perkebunan, serta peternakan, dan menjaga kelestarian alamnya. Selain itu pemanfaatan potensi alam terutama dibidang pertanian dapat menjadikan peluang usaha bagi masyarakat dan meningkatkan sumber daya manusia di desa sehingga masyarakat tidak perlu merantau ke kota demi mendapatkan pekerjaan yang layak.

Desa Madura merupakan desa tempat dimana kegiatan KKN UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto melaksanakan kegiatan program kerjanya yang ditujukan untuk ibu-ibu PKK yakni digitalisasi umkm dan praktek pembuatan asinan jambu kistal yang dimaksudkan disini adalah kegiatan tersebut untuk memberikan pengetahuan mengenai bagaimana memulai usaha serta bagaimana teknik maketing, selain itu mahasiswa KKN dan ibu-ibu PKK bersama membuat asinan jambu kristal. Jambu menjadi salah satu wanareja Kabupaten Cilacap. Hampir semua warga desa memilih menanam pohon jambu kristal di depan rumah mereka. Di desa madura terdapat tujuh dusun diantaranya dusun margasari, mangunjaya, ciopat, karangsari, purwasari, kaanganyar dan babakan, rata-rata masyarakat desa tersebut menanam jambu kristal. Desa madura memiliki luas 14,88 km serta penduduk dengan jumlah 14. 481 jiwa (7.253 Laki-laki dan 7.228 perempuan) terdiri dari 3.570 KK yang tersebar dalam 7 Dusun 18 RW dan 66 RT. Hal ini menjadikan jambu kristal dapat menambah nilai lokal desa, akan tetapi dalam hal ini masyarakat Desa Madura belum dapat mengolahnya dengan baik, masih banyak masyarakat di Desa Madura yang hanya bisa menanam pohon jambu kristal tetapi tidak diolah dengan baik. Selain itu kurangnya pengetahuan mengenai nilai produk dan serta pengetahuan mengenai usaha menjadi salah satu faktor mengapa mahasiswa KKN UIN Saizu purwokerto mengadakan pelatihan usaha dan membuat usaha dengan adanya program ini diharapkan dapat menambah nilai produk desa demi kemajuan desa. Diharapkan program dari KKN dapat membantu masyarakat desa madura dalam memanfaatkan potensi desa, sehingga desa madura menjadi desa yang mandiri dan maju bukan hanya teknologinya saja tetapi maju dalam hal pemanfaatan potensi yang ada di desa.

Desa Madura merupakan desa yang terletak di Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Desa ini merupakan salah satu desa yang terletak paling barat di Jawa Tengah dan berbatasan langsung dengan Jawa Barat maka tidak heran bahwa rata-rata masyarakat desa madura menggunakan bahasa sunda. Di Desa Madura memiliki 7 Dusun, dengan 66 RT, 18 RW, DPT yang berjumlah kurang lebih 9.000 serta penduduknya kurang lebih 14.000 jiwa. Mata pencaharian utama mayoritas masyarakat Desa Madura adalah petani padi, buah, peternakan, dan pengrajin maka tak heran jika hasil pertanian terutama jenis buah-buahan menjadi komoditas utama desa ini. Hasil pertanian seperti Belimbing Madu, Jambu Kristal, serta Pepaya california menjadi komoditas utama di desa ini, selain itu di desa ini juga terdapat sekolah tani, mengingat mata pencaharian mereka adalah bertani.

Berdasarkan pengamatan yang tim KKN Prof. K.H. Saifuudin Zuhri Purwokerto lakukan di Desa Madura, kami mendapatkan fakta bahwa salah satu potensi atau aset yang dimiliki desa adalah jambu kristal. Untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap, kami melakukan observasi dan wawancara terhadap masyarakat Desa Madura terkait perkebunan jambu kristal yang ada dari tujuh dusun yang ada di Desa Madura, Dusun Margasari dan Dusun Karang Sari yang berkontribusi paling besar sebagai penghasil jambu kristal. Jambu kristal menjadi salah satu potensi yang dimiliki oleh Desa Madura Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Hampir semua warga desa memilih menanam pohon jambu kristal di depan rumah mereka. Hal ini menjadikan jambu dapat menambah nilai produk lokal desa.

Berdasarkan pengamatan, kami menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pertama yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pengolahan hasil tani mereka, yang dalam hal ini merupakan jambu kristal. Hampir semua masyarakat menjual hasil pertanian mereka secara langsung tanpa proses pengolahan menjadi suatu produk baru terlebih dahulu sehingga dirasa kurang maksimal. Kedua, yaitu ketidakpahaman masyarakat terhadap pentingnya digital marketing dan branding produk terhadap suatu produk yang dihasilkan.

Solusi untuk permasalahan yang telah kami identifikasi yaitu mahasiswa KKN UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto mengadakan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal yang disertai dengan digitalisasi marketing khususnya tentang branding produk. Dengan adanya program pelatihan pembuatan asinan jambu kristal ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat mengenai olahan jambu kristal serta dapat menambah nilai lokal produk demi kemajuan desa dan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik lagi karena peningkatan kualitas produk yang dihasilkan merupakan salah satu kunci untuk mencapai itu semua.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini yaitu menggunakan Metode ABCD (*Asset Based Community Development*). Metode ABCD berfokus pada potensi apa yang dimiliki masyarakat, bukan pada permasalahan apa yang ada di masyarakat, tetapi apa saja yang bisa dikembangkan dari apa yang dimiliki masyarakat. Potensi yang dimiliki dapat berupa kekayaan yang dimiliki dalam diri (kecerdasan, kepedulian, gotong royong, kebersamaan, dan lain-lain), ataupun dapat berwujud ketersediaan sumber daya alam (SDA). Melalui pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset (*Assets Based Community Development/ABCD*) ini secara berkelanjutan dapat membentuk kemandirian masyarakat dalam meningkatkan pendapatan sehingga akan meningkat pula kesejahteraannya.

Metode ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan yaitu: 1). *Discovery* (menemukan), pada tahap ini mahasiswa melakukan analisis identitas serta mengeksplorasi segala informasi dan aset yang dimiliki masyarakat. Hal ini bisa dilakukan dengan *transect walk* (berkeliling desa) bersama warga yang mendampingi. Analisis identitas bisa digunakan untuk memahami kondisi ekonomi sosial budaya masyarakat serta untuk melakukan mapping tokoh-tokoh kunci dan guna mengetahui karakter masyarakat. 2). *Dream* (impian), di tahap ini dilakukan menentukan isu pemberdayaan bersama masyarakat,

pada tahapan ini ditujukan untuk mengidentifikasi tujuan atau visi jangka panjang yang memungkinkan untuk dicapai bersama. 3). *Design* (merancang), pada tahap ini peserta KKN sudah mengetahui aset dan mengidentifikasi peluang yang bisa dilakukan untuk pemberdayaan, sehingga peserta KKN dan masyarakat mulai merumuskan strategi untuk membuat keputusan serta mengembangkan kolaborasi untuk mewujudkan perubahan yang bersifat progres. 4). *Define* (menentukan), pada tahapan ini masyarakat beserta peserta KKN akan bergerak bersama menggunakan aset yang dimiliki masyarakat untuk mencapai tujuan yang telah mereka rumuskan pada tahap design. Seperti namanya, pada tahap ini program kerja yang telah disusun dan direncanakan akan ditentukan program apa saja yang akan dilaksanakan guna mencapai tujuan bersama. 5). *Destiny* (Menentukan), Tahap ini merupakan fase akhir, yaitu melaksanakan kegiatan yang sudah disepakati untuk memenuhi impian masyarakat dari pemanfaatan aset, dan juga agar aset berkembang secara meluas di desa tersebut. 6) *Refleksi*, pada tahapan ini data hasil monitoring dan evaluasi sangat diperlukan untuk mengidentifikasi.

Seperti yang tercantum dalam tahapan metode ABCD, kami terlebih dahulu melakukan riset untuk menemukan aset yang dimiliki oleh masyarakat Desa Madura. Setelah menemukan aset-aset atau potensi yang dimiliki, kami mendiskusikannya bersama beberapa tokoh desa untuk menentukan potensi mana yang akan dikembangkan. Setelah ditentukan bahwa jambu kristal sebagai potensi terbesar, maka kami mulai mencari ide untuk mengolah jambu kristal tersebut kemudian dikoordinasikan lagi dengan ibu kepala desa, sehingga dibuatlah kegiatan sosialisasi branding produk dan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal yang sasaran pesertanya adalah para anggota PKK dan kader posyandu Desa Madura.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis, 27 Juli 2023 yang bertempat di SMK Karya Tunas Nusantara, tepatnya di salah satu ruang kelas sebagai tempat kegiatan sosialisasi branding produk, lalu satu ruang praktik tata boga sebagai tempat pelatihan pembuatan asinan jambu kristal. Keberhasilan terlaksananya program ini tidak terlepas dari beberapa pihak yang telah turut serta membantu. Terima kasih kepada masyarakat Desa Madura yang telah membantu kami dalam menentukan potensi yang akan dikembangkan.

Terima kasih kepada ibu kepala desa yang telah membantu kami dalam mempersiapkan tempat kegiatan. Beliau membantu kami dengan memberikan rekomendasi tempat dan menghubungkan kami dengan pihak sekolah. Dengan bantuan tersebut kami tidak perlu survey ke banyak tempat sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga. Terima kasih kepada para anggota PKK, ibu-ibu PKK serta kader posyandu Desa Madura yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosialisasi branding produk serta pelatihan pembuatan asinan jambu kristal yang kami adakan. Kehadiran peserta sangat penting dalam suatu acara, karena tanpa adanya peserta maka acara tidak akan berjalan. Terima kasih juga kepada pihak sekolah SMK Karya Tunas Nusantara yang telah mengizinkan kami memakai ruangnya sebagai tempat kegiatan.

Hasil

Berdasarkan hasil observasi, kelompok 51 KKN UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang bertugas di Desa Madura menemukan bahwa di desa tersebut mata pencaharian penduduknya didominasi oleh petani sehingga hampir setiap rumah memiliki kebun sendiri yang dimanfaatkan sebagai lahan pertanian. Hasil pertanian yang paling banyak di Desa Madura ada dua, yaitu jambu kristal dan pepaya california. Selain jambu dan pepaya, banyak juga hasil tani yang lain, seperti tomat, terong, kacang tanah, cabai, buncis, belimbing madu, dan melon. Dari semua hasil tani tersebut, jambu dan pepaya lah yang paling menonjol di kalangan masyarakat. Secara keseluruhan, Desa Madura terdiri dari tujuh dusun, yaitu Dusun Babakan, Dusun Karanganyar, Dusun Purwasari, Dusun Margasari, Dusun Karangsari, Dusun Mangunjaya dan Dusun Ciopat. Dari tujuh dusun tersebut, Dusun Margasari dan Karangsari merupakan penyumbang terbesar hasil pertanian yang ada di Desa Madura. Masyarakat di sana sangat pandai memanfaatkan lahan kosong dan pekarangan rumah sebagai media tanam.

Tahap awal yang kami lakukan ketika observasi adalah menggali segala informasi dari beberapa tokoh masyarakat mengenai potensi yang ada di Desa Madura. Setelah kami mengetahui macam-macam potensi di Desa Madura, selanjutnya kami menentukan potensi mana yang akan dikembangkan, kebetulan dari pihak desa membebaskan kepada kami untuk menentukan potensi yang dipilih. Setelah menentukan bahwa jambu kristal yang akan kami tonjolkan dan kembangkan lebih lanjut, kami mencari beberapa ide tentang pengolahan jambu kristal. Akhirnya kami memutuskan untuk membuat asinan jambu kristal. Selain mudah proses pembuatannya, bahan-bahan yang diperlukan juga mudah didapatkan.

Desa Madura merupakan desa yang kaya akan hasil pertaniannya, tetapi hampir semua masyarakat menjual hasil pertanian mereka secara utuh atau langsung. Mereka tidak mengolah hasil yang didapat dengan lebih baik lagi sehingga harga jualnya pun kurang. Dari aset dan permasalahan yang kami temukan, kami merencanakan program pelatihan pembuatan asinan jambu yang dilengkapi dengan sosialisasi branding produk sekaligus digital marketing untuk menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat serta meningkatkan daya jual hasil pertanian.

1. Pelatihan Pembuatan Asinan Jambu Kristal

Sesuai dengan namanya yaitu pelatihan, kami mengadakan pelatihan pembuatan asinan jambu. Pelatihan ini diadakan dengan maksud agar masyarakat mengenai cara mengolah hasil tani sehingga mereka dapat meningkatkan mutu penjualan aset yang dimiliki. Tujuan diadakannya program kerja ini yaitu sebagai bekal untuk masyarakat Desa Madura agar bisa memanfaatkan secara maksimal potensi yang mereka miliki. Salah satu potensi yang dimiliki yaitu banyaknya perkebunan Jambu Kristal di Desa Madura. Masyarakat Desa Madura umumnya menjual buah jambu kristal secara utuh (tidak diolah terlebih dahulu), sehingga nilai jualnya masih kurang. Oleh karena itu kami mengadakan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pengolahan buah.

2. Sosialisasi Branding Produk dan Digital Marketing

Selain itu, kami juga menambahkan dengan sosialisasi digitalisasi UMKM agar setelah masyarakat mengetahui pengolahan buah, mereka bisa memasarkan produk

mereka sendiri sebagai peluang usaha dan menambah pendapatan. Branding produk merupakan satu hal penting dalam suatu usaha. Menurut Kotler, *brand* bukan hanya sekedar nama dan logo saja, tetapi juga nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau sebuah kelompok penjual dari pesaingnya. Setelah adanya sosialisasi mengenai branding produk ini kami mengharapkan agar masyarakat sadar bahwa *brand* memang sepenting itu pada suatu produk. Branding dapat digunakan sebagai ciri khas dan daya tarik untuk membangun citra perusahaan, dapat juga digunakan sebagai alat pengendali pasar, dimana perusahaan dengan brand yang kuat akan memiliki kekuatan besar untuk mengendalikan pasar

Pembahasan

Jambu kristal merupakan salah satu aset Desa Madura yang harus dimanfaatkan dengan baik untuk kepentingan desa. Namun dengan ditemukannya permasalahan berupa kurang terampilnya masyarakat Desa Madura dalam mengolah jambu kristal tersebut, maka kami mahasiswa KKN memberikan solusi berupa sosialisasi branding produk dan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal. Target dari kegiatan ini yaitu ibu-ibu PKK dan kader posyandu Desa Madura. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilaksanakan di SMK Karya Tunas Nusantara Wanareja pada hari Kamis, 27 Juli 2023 pukul 08.00 – 12.00.

Berikut ini rangkaian acara pada kegiatan sosialisasi branding produk dan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal Desa Madura:

1. Pembukaan
2. Menyanyikan lagu Indonesia Raya
3. Sambutan ketua kelompok
4. Sambutan ketua PKK Desa Madura
5. Pemaparan materi branding produk
6. Sesi diskusi
7. Pelatihan pembuatan asinan jambu kristal
8. Penutupan dan foto bersama

Sebelum peserta melakukan praktik pembuatan asinan jambu kristal, kami memberikan materi tentang branding produk terlebih dahulu. *Brand* dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai merek. *Brand* menjadi gambaran sebuah produk itu sendiri. *Brand* harus mengandung nama yang mudah dikenal dan diingat. Dalam penggunaannya, *brand* dengan *branding* mempunyai arti yang berbeda. Branding menurut Wikipedia adalah pemerekan, atau proses penciptaan tanda jejak tertentu di benak dan hati konsumen melalui berbagai macam cara dan strategi komunikasi sehingga tercipta makna dan perasaan khusus yang memberikan dampak bagi kehidupan konsumen. Branding diartikan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk membangun dan membesarkan sebuah brand atau merek.

Menurut Kotler dan Armstrong, branding diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan untuk membangun persepsi pelanggan mengenai siapa kita, sehingga pelanggan akan terpengaruh untuk terus mengingat produk milik kita. Sedangkan menurut Bilson Simamora, brand adalah nama, tanda, istilah, symbol, desain atau kombinasinya yang

ditunjukkan untuk mengidentifikasi dan mendiferensiasi (membedakan) barang atau layanan suatu penjual dari barang atau layanan penjual lain.

Produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, barang jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Selain brand dan produk, ada juga istilah merek yang sering sekali kita dengar. Menurut UU Merek No. 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat1, merek adalah *"tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa"*. Perkembangan terakhir menunjukkan bahwa bentuk, suara, hologram dan bahkan aroma juga dimasukkan dalam lingkup definisi merek. Berdasarkan definisi versi UU Merek No.15 Tahun 2001 dari American Marketing Association, secara teknis apabila seorang pemasar membuat nama, logo atau symbol baru untuk sebuah produk baru, maka ia telah menciptakan sebuah merek.

Unsur-unsur branding ada lima, yaitu:

1. Nama merek, nama merek atau nama brand akan bermanfaat menjadi pembeda produk atau layanan dengan yang lainnya.
2. Logo atau lambing, merupakan wajah dari sebuah brand. Logo harus memiliki kesesuaian dengan nama brand dan unik. Inilah yang membuat sebuah logo lebih mudah dikenal oleh konsumen.
3. Tagline
4. Desain kemasan
5. Platform pemasaran

Manfaat dan fungsi dari branding, yaitu:

1. Sebagai ciri khas
2. Sebagai daya tarik
3. Untuk membangun citra perusahaan
4. Sebagai alat pengendali pasar. Perusahaan dengan brand yang kuat memiliki kekuatan besar untuk mengendalikan pasar

Produk branding nantinya akan mempermudah dalam menjalin hubungan dengan konsumen atau pelanggan menjadi lebih mudah dan dapat terhubung dimanapun kapanpun. Masalah pemesanan dapat dilakukan melalui media sosial *e-commerce* dan website took online. Apabila terdapat masalah dalam pelayanan dapat dengan mudah teratasi. Selain itu, produk branding juga dapat meningkatkan penjualan. Konsumen dapat melihat informasi produk tanpa terbatas oleh ruang dan waktu, konsumen tidak perlu mengunjungi took sehingga dapat menghemat waktu dan biaya.

Selain itu dalam produk branding terdapat juga Digital marketing. Digital marketing adalah sebuah produk dari teknologi infomasi yaitu berupa kegiatan mempromosikan sebuah produk dari umkm atau jasa melalui media internet, mengingat perkembangan zaman yang serba digital dan serba cepat, dengan mempromosikan lewat internet produk barang atau jasa kita menjadi cepat terjual mengingat kecepatan infomasi yang diberikan kepada konsumen. Penerapan teknik digital marketing sangat tinggi seiring meningkatnya angka pengguna intrenet. Digital marketing merupakan salah satu

solusi yang tepat bagi UMKM dalam mengembangkan jaringan pemasaran baik nasional maupun internasional. Digital marketing memungkinkan pelanggan atau konsumen dapat mengetahui barang atau jasa yang ditawarkan melalui internet, oleh karena itu selain membuat branding dalam pembuatan asinan ini, para mahasiswa kkn juga berusaha mensosialisasikan mengenai digital marketing, atau yang biasa disebut dengan promosi marketing kegiatan pemasaran atau promosi brand dapat dilakukan di e-commerce dengan cara membuat toko pada perdagangan di media elektronik seperti tokopedia, lazada, dan shopee, dapat juga dilakukan di media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook bahkan tiktok. Selain itu promosi bisa juga dilakukan di konten marketing yaitu suatu strategi pemasaran melalui video atau foto yang berisikan informasi terkait produk yang akan dijual, oleh karena itu produk asinan ini diharapkan dapat dipromosikan melalui platform digital promosi tersebut, agar nantinya memudahkan para penjual untuk promosi produk asinan tersebut, sehingga tidak hanya pemanfaatan potensi saja yang diutamakan tetapi juga pemanfaatan teknologi seperti branding produk dan digital marketing sebagai usaha untuk mengembangkan desa agar desa madura menjadi desa yang mandiri serta maju.

Utami menyatakan bahwa asinan dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk makanan yang mana dapat diolah dengan metode pengacaran, sebagaimana bahan yang akan diacarkan yaitu berbagai jenis sayuran serta buahan. Sedangkan pengasinan sendiri merupakan suatu teknik pengawetan dengan cara menambahkan beberapa jumlah garam dalam persentase tertentu pada bahan nabati maupun hewani.

Bahan-bahan yang diperlukan dalam pembuatan asinan jambu kristal:

1. 500 ml air (2 gelas)
2. 6 sendok makan gula pasir
3. Cabai merah dan rawit secukupnya
4. 1.5 sendok makan cuka
5. 1 buah jeruk nipis
6. 2 Jambu kristal

Langkah-langkah membuat asinan jambu kristal:

1. Siapkan semua bahan dan alat yang dibutuhkan
2. Cuci bersih buah jambu kemudian potong sesuai selera
3. Siapkan air yang sudah dicampur dengan garam, lalu rendam jambu yang sudah dipotong selama kurang lebih 10-15 menit
4. Selagi menunggu, cuci cabai merah dan cabai rawit kemudian haluskan
5. Masak air sebanyak 500 ml sampai mendidih baru kemudian masukkan cabai yang sudah dihaluskan. Tambahkan juga gula, garam dan cuka
6. Masak sampai aroma cabainya tidak menyengat
7. Tunggu sampai air cabai dingin untuk menambahkan perasan jeruk nipis
8. Tiriskan jambu dan masukkan ke dalam wadah lalu tuangkan air cabai
9. Asinan jambu kristal siap disajikan. Agar air cabai lebih meresap, maka simpanlah di kulkas dan tunggu selama satu hari

Ada banyak hal yang perlu disiapkan sebelum melaksanakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembuatan asinan. Hal yang sangat awal kami lakukan adalah mencari

informasi tentang aset-aset yang ada di Desa Madura. Berdasarkan observasi yang kami lakukan, Desa Madura memiliki tujuh dusun, yaitu Dusun Babakan, Dusun Karanganyar, Dusun Purwasari, Dusun Ciopat, Dusun Margasari, Dusun Karangsari dan Dusun Mangunjaya. Dari ketujuh dusun tersebut, ada banyak sekali potensi yang tersedia di Desa Madura. Potensi yang ada di Desa Madura diantaranya yaitu, perkebunan jambu kristal, perkebunan papaya California, perkebunan melon, perkebunan belimbing, perkebunan sayuran seperti cabai, terong, buncis, tomat, kemudian ada juga kacang tanah dan hasil pertanian yang lainnya. Potensi Desa Madura didominasi oleh hasil pertanian seperti buah-buahan dan juga sayuran. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani, baik itu laki-laki maupun perempuan semuanya rajin dan kompak bertani.

Setelah banyak sekali potensi kami temukan di Desa Madura, selanjutnya kami mengidentifikasi dan memilah aset mana yang akan dikembangkan dari semua aset yang ada. Dalam hal ini, kami berdiskusi secara kelompok karena dari pihak desa sendiri membebaskan kepada kami mau mengembangkan potensi yang mana. Akhirnya kami memutuskan memilih jambu kristal sebagai potensi yang akan dikembangkan. Selain karena jambu kristal merupakan potensi yang paling menonjol di Desa Madura, alasan lainnya yaitu karena kebanyakan masyarakat masih belum mengetahui olahan-olahan apa saja yang bisa dibuat dari buah jambu kristal sehingga mereka menjual jambu kristal tanpa adanya proses pengolahan terlebih dahulu. Hal ini menyadarkan kami bahwa kami harus memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat agar mereka sadar bahwa jambu kristal hasil panen usaha mereka itu bisa juga dijadikan olahan makanan maupun minuman yang akan meningkatkan mutu penjualan dan menaikkan harga jual dan tentu saja akan lebih menguntungkan.

Setelah satu aset ditentukan, yang dalam hal ini adalah jambu kristal, maka langkah selanjutnya adalah kami mencari ide terkait pengolahan jambu kristal tersebut. Kami berusaha mencari referensi dari berbagai sumber untuk menemukan olahan apa yang kiranya sesuai dengan selera masyarakat Madura dan proses pembuatannya sederhana. Setelah mencari di berbagai media, kami memutuskan untuk mengolah jambu kristal menjadi asinan dengan alasan cukup mudah dibuat dan bahan-bahannya pun mudah didapat.

Setelah menemukan ide, kami terlebih dahulu mengkoordinasikannya kepada ibu kepala desa yang sekaligus ketua PKK Desa Madura. Kami meminta saran kepada ibu kades bagaimana baiknya konsep acara ini nantinya. Ibu kades menyetujui ide yang kami sampaikan dan eliau menyarankan agar kami menargetkan para ibu PKK Desa Madura yang memang sudah pernah melakukan praktik-praktik membuat hal seperti itu. Beliau juga merekomendasikan tempat kepada kami dan membantu kami dalam menghubungi pihak yang terkait.

Setelah itu, kami mulai belajar membuat asinan jambu kristal agar saat kegiatan pelatihan, kami sudah siap memberikan materi dan memandu sekaligus mendampingi para ibu PKK dan kader posyandu Desa Madura. Setelah beberapa kali latihan, akhirnya kami bisa menemukan resep yang pas dan sesuai. Kemudian langkah selanjutnya yang dilakukan adalah survey ke tempat yang sudah direkomendasikan, yaitu di SMK Karya Tunas Nusantara. Kami meminta izin untuk menggunakan dua ruangan yang akan dipakai untuk kegiatan sosialisasi dan pembuatan asinan jambu kristal. Tahap terakhir

tentunya kami menyiapkan bahan dan alat yang diperlukan serta beberapa keperluan tambahan yang lainnya. Satu hal yang tidak kalah pentingnya adalah menyiapkan materi tentang branding produk. Kami berusaha mencari materi yang relevan dan konkret serta mengatut kembali bahasannya agar lebih mudah dipahami oleh para peserta.

Pada hari Kamis, 27 Juli 2023 pukul 08.00-12.00 akhirnya terlaksana kegiatan sosialisasi branding produk dan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal. Para peserta yang hadir ada sekitar 30 orang yang terdiri dari ibu-ibu PKK dan kader posyandu Desa Madura. Sebelum memulai praktik membuat asinan jambu kristal, peserta terlebih dahulu diberi materi tentang branding produk secara jelas, baru kemudian berlanjut ke acara yang kedua yaitu pembuatan asinan jambu kristal. Acara berlangsung dengan ceria karena semuanya sangat antusias. Kegiatan terasa sangat menyenangkan dan ramai karena kehebohan para peserta ketika belajar membuat asinan jambu kristal.

Setelah diadakannya pelatihan pembuatan jambu kristal, kami mengharapkan agar para ibu-ibu PKK dan kader posyandu mampu menyampaikan pengetahuan yang mereka dapat kepada masyarakat sekitar sehingga akan menyebar ke seluruh masyarakat Desa Madura. Kami berharap dengan diadakannya pelatihan ini juga nantinya akan membantu masyarakat dalam membuka usaha. Selain itu, setelah mendapatkan materi tentang branding produk, kami ingin agar masyarakat sadar bahwa branding merupakan suatu hal yang penting dalam memasarkan produk dan meningkatkan mutu kualitas produk.

Kesimpulan

Desa Madura Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap merupakan desa yang kaya akan potensi pertaniannya. Ada banyak sekali hasil panen yang dihasilkan, seperti jambu kristal, papaya California, belimbing madu, melon, juga sayur-sayuran. Dari semua potensi tersebut, kami memilih jambu kristal untuk dikembangkan lagi. Dalam menentukan potensi ini, kami menggunakan metode ABCD atau *Asset Based Community Development*. ABCD merupakan metode yang memfokuskan pada pemanfaatan potensi desa untuk menjalankan program unggulan. Dikarenakan masyarakat Desa Madura masih banyak yang belum mengetahui jenis olahan jambu kristal, mereka menjual buah jambu kristal tanpa adanya proses pengolahan terlebih dahulu sehingga mutu jualnya kurang. Akhirnya kami memutuskan untuk mengadakan acara kegiatan sosialisasi branding produk dan pelatihan pembuatan asinan jambu kristal di Desa Madura yang berhasil dilakukan. Secara keseluruhan, para peserta memandang positif dan sangat antusias selama kegiatan berlangsung. Kegiatan ini membawa manfaat berupa pengetahuan baru mengenai apa itu branding produk dan bagaimana pentingnya branding produk dalam menjalankan suatu usaha, serta penambahan keterampilan dalam mengolah buah jambu kristal menjadi olahan asinan yang dapat dijual maupun konsumsi pribadi. Sebetulnya kegiatan ini perlu diperluas lagi jangkauannya, dari yang semula hanya mengundang anggota PKK dan kader posyandu Desa Madura saja, mungkin selanjutnya dapat dikembangkan lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- GINANJAR, A., dkk. 2020 "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM sebagai penunjang Kegiatan Promosi dan pemasaran". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1 (2), 88-92.
- GOFAR AL YUSUF, dkk. *Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia untuk Pemanfaatan Sumber Daya Alam Desa Kota Baru Santan*, JIMAKUKERTA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata .
- MADURA, WANAREJA, CILACAP.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Madura,_Wanareja,_Cilacap Diakses pada 7 September 2023.
- NASTAIN, MUHAMMAD. 2017. "Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk". *Channel*, 5 (1), 14-26.
- ONGANG, O. 2022. "kajian Konsentrasi Garam dan Cuka pada Pembuatan Asinan Jambu Kristal Terhadap Kualitas Kimia dan Organoleptik". *Skripsi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi malang*.
- RUPASARI, dkk. 2021. "Penyuluhan Budi Daya Dan Bisnis Jambu Kristal Di Desa Mekarmukti, Kabupaten Bekasi". *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks Soliditas*, 5 (1), 77-91.
- SUCIARTO, S. 2018. "Pengembangan produk, Branding, dan Pemberian Label pada Kemasan Produk". *Buku Ajar Mata Kuliah Produk dan Merek*, Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
- WIJAYANTI, N.R. dan IKA KORIKA SWASTI. 2023. "Knowledge Sharing: Branding Produk dan Digital Marketing pada UMKM Doyan Jajan di Desa Laweyan, Probolinggo". *SABANGKA ABDIMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka)*, 02 (04), 415-420.