

## EDUKASI PENANGANAN PANAS DALAM DENGAN LARUTAN PENYEGAR PRODUKSI PT X

Ike Maya Permanasari<sup>1</sup>, Cahyati<sup>2</sup>, Dea Putri R<sup>3</sup>, Dyas Salsabila<sup>4</sup>, Muhammad Ziqri Hidayat<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup>Fakultas Ilmu Kesehatan, Farmasi, Univeristas Medika Suherman  
ike@medikasuherman.ac.id

### Abstract

*Digital marketing can be a solution to overcome product marketing problems that have been faced by companies. This is based on the results of public observations and surveys regarding refreshing solution products which are part of the research method in analyzing the problems faced by PT Many solvent companies were founded with the branding of their respective products in mind. Therefore, when branding or rebranding a product, it is important to understand that an attractive, unique and easily recognizable design is very important. Several alternative strategies that need to be considered in building a brand include logos, banners and business stamps, as well as more attractive and modern packaging designs. In the modern era of technology, understanding digital applications is very important for business people to improve the development of their business. This includes operating online marketplaces, social media, and financial management applications to manage finances in a structured manner.*

*Keywords: Digital marketing, product branding, alternative strategies*

### Abstrak

Digital marketing dapat menjadi solusi untuk mengatasi masalah pemasaran produk yang selama ini dihadapi oleh pelaku perusahaan. Hal ini berdasarkan hasil pengamatan dan survei masyarakat tentang produk larutan penyegar merupakan bagian dari metode penelitian dalam menganalisis masalah yang dihadapi oleh larutan penyegar produksi PT X, seperti kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya meningkatkan nilai atau citra produk untuk mendukung perbaikan kualitas dan meningkatkan minat calon konsumen. Banyak perusahaan larutan pelarut yang didirikan dengan mengenai branding produknya masing-masing, Oleh karena itu dalam membuat branding atau rebranding produk, penting untuk memahami bahwa desain yang menarik, unik, dan mudah dikenali sangatlah penting. Beberapa strategi alternatif yang perlu diperhatikan dalam membangun brand antara lain logo, banner dan stempel usaha, serta desain kemasan yang lebih menarik dan modern. Di era modern yang serba teknologi, pemahaman tentang aplikasi digital sangat penting bagi pelaku bisnis untuk meningkatkan perkembangan usaha mereka. Ini termasuk pengoperasian marketplace online, media sosial, serta aplikasi manajemen keuangan untuk mengatur keuangan secara terstruktur.

Kata Kunci: Digital marketing, branding produk, strategi alternatif

## A. PENDAHULUAN

Saat ini, di era modern, perkembangan di berbagai bidang seperti teknologi, industri, jasa, dan makanan berkembang dengan sangat pesat. Berbagai jenis variasi makanan muncul dengan berbagai bentuk, cita rasa, dan nama yang sebelumnya belum pernah didengar. Kemunculan berbagai produk tersebut tidak lepas dari peran perusahaan yang menuangkan ide dan inovasinya ke dalam produk atau jasa yang mereka buat (Budi et al., 2022; Febriansah, 2017).

Masalah yang sering terulang berkaitan dengan sumber daya manusia yang kurang kompeten dalam menangani masalah usaha. Keterbatasan tenaga ahli dan sedikitnya sumber daya manusia yang kompeten di bidangnya yang ingin menjadi wirausaha atau bekerja di industri mikro kecil menjadi kendala utama. Di industri menengah, meskipun ketersediaan sumber daya manusia sedikit lebih terpenuhi, masalah kualitas individu tetap menjadi tantangan, karena tenaga ahli inilah yang memegang kendali atas usaha yang dijalankan (Pramatama et al., 2019).

Dalam dunia usaha, diperlukan upaya untuk menyalurkan produk atau jasa kepada konsumen, yang merupakan bagian dari pemasaran. Proses kegiatan bisnis melibatkan tahapan perencanaan, penentuan harga, promosi, dan distribusi barang dan jasa berdasarkan kebutuhan pembeli potensial. Pemasaran mencakup serangkaian kegiatan mulai dari proses pembuatan, komunikasi, pengenalan, dan penawaran transaksi yang bernilai bagi konsumen, klien, partner, dan masyarakat pada umumnya. Pemasaran juga dapat dijelaskan sebagai proses manajemen melalui analisis, perencanaan, pelaksanaan,

dan pengendalian program yang terstruktur. Mengembangkan pasar dan meningkatkan keuntungan jual beli saat ini menjadi tantangan besar, terutama di tengah persaingan ketat dan fluktuatif dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Arifin et al., 2021).

Menurut Heryanto (2007), produk baru yang muncul di pasar dapat mengambil alih segmen pasar dari pelaku usaha "lama" atau menguasai segmen pasar yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan. Produk tersebut dirancang untuk memuaskan konsumen dan kebutuhannya, namun jika perusahaan lama tidak dapat meramalkan dan mengambil kesempatan ini, mereka hanya akan menciptakan peluang bagi pemain baru dan menjadi pesaing. Inovasi produk, yang melibatkan peningkatan kualitas, kuantitas, dan branding, memainkan peran penting dalam strategi pemasaran dan keberlanjutan daya saing usaha. Proses inovasi juga mencerminkan responsivitas pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selain inovasi produk, pengusaha dapat berinovasi di bidang pemasaran, seperti pemasaran melalui pasar digital atau digital marketing. Digital marketing adalah media pemasaran yang saat ini banyak diminati karena mendukung berbagai kegiatan bisnis. Masyarakat mulai beralih dari model pemasaran tradisional ke pemasaran modern melalui digital marketing, yang memungkinkan komunikasi dan transaksi real-time dan global (Pradiani, 2017). Strategi ini berpotensi positif karena memungkinkan informasi tentang produk dan transaksi melalui internet (Purwana ES et al., 2017).

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Metode yang digunakan adalah ceramah yang dilanjutkan dengan diskusi. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari kegiatan penyuluhan. Indikator ketercapaian tujuan penyuluhan adalah minimal 80% masyarakat memahami tentang rebranding larutan penyegar produksi PT X.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ini bertujuan untuk membuat produk larutan penyegar lebih dikenal dan meningkatkan pemasaran produk, sehingga brand dari larutan penyegar dapat menarik minat beli dari masyarakat baik di dalam maupun di luar kawasan Desa Pasir Gombang. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pengawasan kepada masyarakat mengenai tentang rebranding larutan penyegar melalui digital marketing dan branding atau rebranding melalui pelaksanaan workshop dan pendampingan.

Sebagian perusahaan yang membangun usaha sehingga memproduksi barang sesuai pesanan atau pre-order. Meskipun pemilik usaha sebenarnya menyadari pentingnya brand dalam membangun kepercayaan masyarakat, mereka membutuhkan bantuan dalam beberapa hal, seperti: observasi dan analisis kebutuhan pemasaran, merancang dan menerapkan aplikasi keuangan, membuat desain konten pemasaran untuk penjualan online.

## D. PENUTUP

### Simpulan

Dari permasalahan dan kendala yang telah teridentifikasi, diperlukan pembelajaran dan bantuan terkait branding atau rebranding bagi pelaku usaha tersebut mencakup logo yang sesuai dengan bidang usaha, desain

banner, desain kemasan yang lebih modern dan menarik, serta pendampingan dalam pengoperasian marketplace online dan media sosial sebagai platform pemasaran bagi pelaku bisnis.

### Saran

Saran dilakukan pengabdian lebih lanjut untuk meningkatkan pengetahuan tentang rebranding larutan penyegar produksi PT X yang dilakukan di desa lain.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A., Irawan, A., & Hidayah, N. (2021). Geographic Information Systems (GIS) as a Health Information Media About Infectious Diseases: Literature Review. 1, 1–13.
- Budi, H. S., Anitasari, S., Ulfa, N. M., Juliastuti, W. S., Aljunaid, M., Ramadan, D. E., Muzari, K., & Shen, Y.-K. (2022). Topical Medicine Potency of Musa paradisiaca var. sapientum (L.) kuntze as Oral Gel for Wound Healing: An In Vitro, In Vivo Study. *European Journal of Dentistry*, 16(4), 848–855. <https://doi.org/10.1055/s-0041-1740226>
- Febriansah, R. (2017). Pemberdayaan Kelompok Tanaman Obat Keluarga Menuju Keluarga Sehat Di Desa Sumberadi, Mlati, Sleman. *Berdikari: Jurnal Inovasi Dan Penerapan Ipteks*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.18196/bdr.5221>
- Pramatama, S., Wijayanti, S. P. M., Octaviana, D., Anandari, D., Masyarakat, J., Universitas, K., & Soedirman, J. (2019). Aplikasi Teknologi Sistem Informasi Geografis Untuk Meningkatkan Sistem Surveilans

Penyakit Menular Di Kabupaten  
Banyumas.