
Rebranding dan Peningkatan Kualitas Produk Air Minum Dalam Kemasan “Maden” Pondok Pesantren Mamba'ul Ma'arif Jombang

Sri Abidah Suryaningsih, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Abdul Hafidz, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Ahmad Ajib Ridlwan, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Muhammad Farid Ilhamuddin, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Khusnul Fikriyah, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

Abstract:

Partners in this activity are producers of bottled drinking water at the Mamba'ul Ma'arif Denanyar Jombang Islamic boarding school. The main problem faced by partners in this activity is that the quality of the product does not yet have a special advantage that can be aligned with a national scale bottled water brand. In addition, the product does not yet have SNI standards, Circular Permit from BPOM and marketing is traditional. Marketing patterns rely on client recommendations (word of mouth). The types of mineral water offered do not vary but do not meet market needs. Promotions that are being intensified have not considered the marketing mix and the products have not been branded optimally. The purpose of this activity is to improve product quality and the application of mix marketing. The method used to solve partner problems uses the empowerment model Asset-based community development (ABCD). PKM activities with the ABCD pattern are carried out through stages, namely preparation / mapping of assets, planning actions, implementing actions, and evaluating. The results of this activity are product rebranding, including: packaging design, logo / motto, price, completeness of product features and attributes; marketing strategy; and product quality improvement.

Keywords: Quality, Products, Rebranding, Marketing Strategy, AMDK

Abstrak:

Mitra dalam kegiatan ini yaitu produsen air minum dalam kemasan pondok pesantren Mamba'ul Ma'arif Denanyar Jombang. Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra dalam kegiatan ini adalah kualitas produk belum memiliki keunggulan khusus yang dapat disejajarkan dengan brand air kemasan yang berskala Nasional. Selain itu, produk belum memiliki standart SNI, Surat Ijin Edar dari BPOM serta pemasaran yang dilakukan bersifat tradisional. Pola marketing mengandalkan rekomendasi klien (dari mulut ke mulut). Jenis air mineral yang ditawarkan tidak variatif belum memenuhi kebutuhan pasar. Promosi yang digencarkan belum mempertimbangkan mix marketing serta produk belum dibranding secara maksimal. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk dan penerapan mix marketing. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra menggunakan model pemberdayaan Asset-based community development (ABCD). Kegiatan PKM dengan pola ABCD ini dilakukan melalui tahapan yaitu persiapan/pemetaan Asset, perencanaan Aksi, pelaksanaan Aksi, dan evaluasi. Hasil kegiatan ini adalah rebranding produk, meliputi: desain kemasan, logo/motto, harga, kelengkapan fitur dan atribut produk; strategi pemasaran; dan peningkatan kualitas produk.

Keywords: Kualitas, Produk, Rebranding, Strategi Pemasaran, AMDK

Email korespondensi: sriabidah@unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 berdampak pada penurunan berbagai sektor usaha. Salah satu sektor yang terdampak langsung adalah usaha Air Minum dalam Kemasan. Air merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Konsumsi air tidak dapat dikurangi karena terkait dengan keberlanjutan hidup. Yang membedakan kebutuhan air pada masa sebelum pandemi dan masa pandemi adalah fitur air. Dari air minum dalam botol dan gelas menjadi air minum gallon. Penjualan air minum dalam botol kecil mengalami penurunan namun kemasan galon justru mengalami kenaikan. Air minum dalam kemasan galon isi ulang masih menjadi pilihan konsumsi keluarga di rumah.

Namun sejak mewabahnya Covid-19, penjualan AMDK mengalami penurunan drastis. Secara Nasional produksi air minum gelas turun hingga 40 persen, produksi dan air minum dalam botol turun 30 persen (<https://ekonomi.bisnis.com/>). Penurunan penjualan AMDK salah satunya disebabkan oleh kebijakan pemerintah berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sehingga berdampak pada penurunan aktivitas masyarakat diluar rumah. Salah satu yang terkena imbas itu ialah UKM AMDK "MADEN" Mamba'ul Ma'arif Denanyar Jombang.

Pesantren Denanyar didirikan pada tahun 1917 oleh K.H Bisri Syansuri yang termasuk salah satu pendiri organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam Nahdlatul 'Ulama (Kebangkitan 'Ulama). Lebih lanjut, salah satu embrio dari Nahdlatul 'Ulama adalah Nahdlatul Tujjar, yang artinya 'kebangkitan ekonomi'. Oleh karena itu, pesantren Denanyar selain memiliki peran sebagai lembaga tafaquhfidin, juga berkewajiban untuk menghidupkan spirit Nahdlatul Tujjar (Kebangkitan para pedagang). Sejalan dengan hal tersebut, pimpinan pesantren Denanyar Jombang yang diwakili oleh KH. Abdussalam Shohib memiliki keinginan untuk lebih aktif dalam memberdayakan masyarakat di sekitar lingkungan pesantren agar dapat ikut berkontribusi dalam pengentasan masalah kemiskinan dan ketimpangan di negeri ini.

Letak Geografis Pondok Pesantren Mamba'ul Ma'arif di Jl. KH. Bisri Syansuri No. 21, Denanyar Jombang. Letaknya yang strategis berada di tengah-tengah perkampungan sekaligus dekat dengan jalan raya Propinsi, menjadikan pesantren ini mudah dijangkau dari arah manapun. Begitu juga posisinya yang dekat dengan perguruan tinggi yang ada di kota Jombang, menjadikan pesantren ini dijadikan sebagai tempat menimba ilmu tambahan bagi sebagian santri yang melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi. Saat ini, pesantren diasuh oleh KH. Abdussalam dengan jumlah santri putra sebanyak 1000 orang dan santri putri sebanyak 1.216 orang. Total santri sebesar 2164 orang (BPS, 2019)

Selain menyelenggarakan unit pendidikan, pesantren ini juga memiliki unit usaha untuk memenuhi kebutuhan santri di pesantren dan juga masyarakat. Salah satu unit usaha tersebut adalah Air Minum Dalam Kemasan "MADEN". Sejak mewabahnya Covid-19 dimana seluruh santri dipulangkan, usaha ini juga mengalami keterpurukan. Produksi air mengalami penurunan hingga 80% karena rendahnya permintaan pasar. Dari sisi fitur produk, AMDK ini hanya memfokus pada varian air gelas 220 ml dan botol 600 ml.

Berdasarkan hasil dialog dengan mitra, permasalahan yang saat ini dihadapi mitra dalam pengelolaan usaha AMDK "MADEN" di era New Normal ini adalah rendahnya

kualitas produk dan strategi pemasaran yang masih konvensional. Produk yang dipasarkan belum memiliki keunggulan khusus yang dapat disejajarkan dengan *brand* air kemasan yang berskala Nasional. Produk juga belum memiliki standart SNI baik dari aspek isi dan juga kemasan serta Ijin Edar dari BPOM (Badan pengawasan Obat dan Makanan). Pola marketing mengandalkan rekomendasi klien (dari mulut ke mulut). Jenis air mineral yang ditawarkan tidak variatif belum memenuhi kebutuhan pasar. Promosi yang digencarkan belum mempertimbangkan *mix marketing* yang mencakup: harga, promosi, desain, dan lainnya. Di sisi lain, keabsahan unit usaha masih dalam proses perijinan. Tujuan Program ini diarahkan kepada pengembangan kewirausahaan dan daya saing UKM Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) “MADEN” Mamba’ul Ma’arif Jombang pada aspek pemasaran/distribusi dan peningkatan kualitas produksi.

METODE KEGIATAN

Kegiatan ini mengikuti model pemberdayaan *Asset-based community development* (ABCD). Model pemberdayaan masyarakat berbasis asset atau potensi yang dimiliki mitra. (Kretzmann, 2010). Pendekatan model ini memfokus pada aset yang dimiliki mitra sebagai basis utama pengembangan program. Mitra diasumsikan memiliki modal “gelas setengah isi”, dimana kekuatan, kapasitas, dan aset komunitas perlu digali dan dikembangkan sebagai fondasi yang kuat untuk kemajuan usaha. Pendekatan ini dipilih untuk menumbuhkan mental positif, kepercayaan diri serta semangat untuk mengeksplorasi potensi yang dimiliki.

AMDK P.P. Mamba’ul Ma’arif Jombang merupakan usaha layanan jasa di bidang industri kreatif yang telah memiliki asset berupa material dan juga SDM. Namun kedua asset tersebut belum dikembangkan secara maksimal. Kegiatan PKM dengan pola ABCD ini dilakukan melalui tahapan: (1) persiapan/pemetaan Asset; (2) perencanaan Aksi; (3) pelaksanaan Aksi; dan (4) evaluasi dan pemantauan.

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan pelaksanaan PKM, diidentifikasi aset dan potensi mitra, baik berupa material dan non material serta koordinasi dengan mitra. Hasil identifikasi ini mengerucut pada perencanaan aksi untuk membangkitkan usaha AMDK.

Tahap Perencanaan

Kegiatan pada tahap ini difokuskan pada perancangan berikut.

- 1) Workshop dengan mitra kelayakan AMDK sesuai standart SNI.
- 2) Workshop mitra tentang bauran pemasaran AMDK.

Hasil workshop berupa rancangan desain atribut AMDK New Normal yang ekonomis dan bernilai jual.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, tim pengusul mendampingi mitra dalam mewujudkan rancangan yang sudah disusun pada tahap perencanaan. Kegiatan aksi yang dilakukan adalah:

- 1) Pendampingan mitra dalam penyusunan *rebranding*, yaitu:
 - a. Kelengkapan fitur AMDK mencakup jenis, ukuran kemasan, dan kemudahan kemasan dibawa.
 - b. Desain kemasan mencakup kemenarikan botol, warna, kejelasan tulisan, kemenarikan bahasa, kerapian.
 - c. Merek produk
 - d. Harga disesuaikan dengan kualitas produk dan keekonomisan produk.
- 2) Pendampingan mitra dalam melakukan promosi offline dan pembuatan digital marketing, terdiri dari:
 - a) Video promosi kebutuhan konsumsi AMDK untuk menjaga imunitas selama pandemi
 - b) Pembuatan katalog aneka produk AMDK secara digital dan promosi di sosial media
 - c) Penyusunan strategi promosi offline.
- 3) Pendampingan Uji kelayakan produk sesuai standart SNI dan perijinan BPOM

Tahap Evaluasi dan Rencana Tindak Lanjut Program

Evaluasi diorientasikan pada respon konsumen terhadap hasil *rebranding*. Hasil evaluasi menjadi bahan dalam menyusun tindak lanjut program. Rencana tindak lanjut berupa pendampingan mitra untuk upgrade karya dan melakukan pemantauan setiap bulan terhadap konten digital dan akun media social mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Umum Peserta

Kegiatan PKM “*rebranding* dan peningkatan kualitas produk untuk kebangkitan ukm air minum dalam kemasan “*maden*” Mamba’ul Ma’arif Denanyar, Jombang” dilaksanakan pada tanggal 10 Oktober 2020. Bertempat di Auditorium MAN 4 Denanyar Jombang, dengan jumlah peserta sebanyak 16 orang. Peserta Kegiatan PKM adalah pengurus usaha AMDK MADEN (direktur beserta para staf)

Pelaksanaan Workshop dengan Mitra AMDK

Workshop dengan mitra kelayakan AMDK sesuai standart SNI

Standar Nasional Indonesia merupakan standar yang ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional. Ada beberapa klasifikasi kegiatan SNI, yang dilakukan adalah upaya untuk menuju sertifikasi produk yaitu sertifikasi terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau UKM berdasarkan SNI produk tertentu seperti SNI 3554:2015 untuk Air Minum Dalam Kemasan. Produk Air Minum Dalam Kemasan “MADEN” sampai saat ini masih belum mendapatkan sertifikasi SNI. Maka dilakukan upaya-upaya perbaikan produk menuju sertifikasi SNI. Jika sudah ada sertifikasi SNI untuk berikutnya dilakukan

pendampingan menuju proses pendaftaran BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan dengan memberikan ceklist proses pendaftaran BPOM, sebagai berikut

Tabel 1. Ceklist Berkas Pendaftaran Bpom

NO	NAMA BERKAS	KETERSEDIAAN	
		ADA	TIDAK
1	Surat permohonan audit		
2	Izin Usaha Industri		
3	Profil sarana produksi (memuat produk yg diproduksi, kapasitas produksi, struktur organisasi)		
4	Isian bagian depan form A		
5	Foto lingkungan pabrik (halaman, pohon, area parkir, selokan/pembuangan air hujan)		
6	Standar, jadwal monitoring dan catatan hasil monitoring sanitasi alat pengangkutan/kendaraan bahan baku dan produk jadi pangan olahan (bulan berjalan atau 1 bln sebelumnya)		
7	Catatan monitoring keadaan konstruksi bangunan (dinding, langit-langit, lantai, pintu, jendela dan perpipaan)		
8	Program dan catatan monitoring sanitasi setiap ruang produksi, pengemasan dan penyimpanan, termasuk monitoring sirkulasi udara jika ada		
9	Skema proses produksi		
10	Catatan monitoring pengendalian setiap tahap kritis (bulan berjalan atau 1 bulan sebelumnya)		
11	Catatan monitoring proses pengemasan primer (bulan berjalan atau 1 bulan sebelumnya)		
12	Catatan monitoring in process control saat pengemasan termasuk coding		
13	Catatan monitoring air yg digunakan sebagai bagian dr produk atau kontak dng produk		
14	Catatan tindakan koreksi yg dilakukan terhadap ketidaksesuaian seperti ketidaksesuaian terhadap proses produksi yg ditetapkan, ketidaksesuaian terhadap penerapan cara produksi pangan olahan yang baik, ketidaksesuaian terhadap persyaratan batas maksimum cemaran mikrobiologi dan kimia berdasarkan peraturan perundangan, ketidaksesuaian terhadap persyaratan terhadap mutu produk yg ditetapkan		
15	Dokumen berupa SOP atau spesifikasi peralatan produksi		
16	Program dan catatan monitoring sanitasi peralatan yg kontak langsung dng pangan		
17	Program dan catatan monitoring peralatan yg rusak dan/tdk digunakan dlm proses produksi, program dan catatan pemantauan kelayakan peralatan yg kontak dng pangan		
18	Dokumen dan laporan terkait program pemantauan dan pemeliharaan alat ukur (kalibrasi atau verifikasi)		
19	Dokumen berisi daftar bahan kimia yg digunakan, spesifikasi bahan kimia dan prosedur penyimpanan bahan kimia		

20	Dokumen atau prosedur pencucian tangan dan atau kaki beserta foto fasilitas pencucian tangan dan kaki dari arah dekat dan jauh		
21	Dokumen atau spesifikasi lampu penerangan di ruang produksi terutama ruang filling dan foto contoh lampu penerangannya		
22	Program dan catatan pengawasan keamanan dan mutu bahan baku, bahan tambahan pangan, bahan penolong dan bahan kemas		
23	Dokumen terkait prosedur penerimaan bahan baku dan bahan kemas dan laporan monitoring penerimaan bahan baku		
24	Dokumen terkait spesifikasi bahan kemasan primer yg digunakan		
25	Program dan laporan/catatan pengawasan keamanan dan mutu produk akhir, termasuk hasil analisa produksi		
26	Dokumen terkait program pengendalian hama termasuk mapping nya. jika menggunakan pihak ketiga, lampirkan dokumen perjanjian kerjasama dng pppppihak ketiga. hasil/laporan pemantauan pengendalian hama (bln berjalan atau 1 bln sebelumnya). laporan tindak lanjut dari hasil/laporan pemantauan pengendalian hama		
27	Catatan monitoring terhadap kebersihan karyawan (swab test, kelengkapan dan kebersihan pakaian kerja karyawan). pakaian kerja dpt meliputi pakaian kerja, sarung tangan, penutup rambut termasuk jenggot, kumis, jambang, masker dan sepatu khusus		
28	Catatan monitoring perilaku personel. dokumentasi peringatan atau informasi terkait higiene personel yg tersedia di sarana, misal peringatan cuci tangan sebelum bekerja dan setelah keluar dr toilet		
29	Dokumen terkait program pelatihan karyawan terkait GMP yg dilakukan th 2020. laporan pelatihan karyawan terkait GMP 1 tahun terakhir yg dibuktikan dng daftar hadir, materi pelatihan dan evaluasi hasil pelatihan (test)		
30	Dokumen terkait prosedur pemantauan kesehatan karyawan. program kesehatan karyawan th 2020, laporan kesehatan (medical check up) karyawan. dokumen terkait tindak lanjut dr laporan kesehatan karyawan		
31	Dokumentasi toilet karyawan laki-laki dan perempuan dng memperlihatkan kondisi toilet, ketersediaan air, kran yg berfungsi serta ketersediaan kelengkapan toilet		
32	Dokumentasi peralatan PPPK atau klinik karyawan		
33	Dokumentasi ruang penyimpanan bahan baku, bahan kemas dan produk akhir, foto terlihat dr bawah sp atas dan foto kondisi area dinding		
34	Dokumen terkait program sanitasi ruang penyimpanan dan laporan monitoring sanitasi ruang penyimpanan 1 bln terakhir		
35	Catatan pengawasan/monitoring suhu ruang penyimpanan khusus sesuai dng spesifikasi produk		

36	SOP bahan baku/bahan kemas yg tdk sesuai standar. dokumentasi area bahan reject (area karantina)		
37	Dokumentasi terkait penerapan sistem FIFO/FEFO misalnya kartu stok		
38	SOP penarikan produk. dokumen simulasi mock recall		
39	Dokumen terkait SOP pemberian identitas/pengkodean bahan baku, bahan antara, bahan kemas dan produk akhir utk ketertelusuran beserta dokumentasi contoh identitas/kode pd produk		
40	Dokumentasi ruang lab yg memperlihatkan kondisi dan isi lab		
41	Prosedur dan catatan monitoring penanganan limbah baik limbah padat maupun cair sisa produksi		
42	Dokumen terkait HACCP plan jika ada		
43	Catatan monitoring pengendalian titik kritis jika ada		

Wokshop dilakukan secara offline selama satu hari dengan beberapa materi, antara lain; membahas tentang Studi Kelayakan Bisnis dengan tujuan meminimalkan resiko dan membangun kerangka usaha. Adapun manfaatnya sebagai alat ukur untuk melihat kelayakan atau keberlanjutan suatu bisnis. Ada beberapa aspek dalam penilaian Studi Kelayakan Bisnis yaitu aspek pemasaran, aspek operasional, aspek manajemen Sumber Daya Manusia, aspek keuangan, aspek yuridis, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan.

Teori aspek pemasaran diberikan untuk memberikan manfaat untuk mengetahui dan menilai apakah produk yang dihasilkan dapat diterima dan diserap oleh pasar pada saat ini dan pada dan yang akan datang (*growth and suistanable*). Materi aspek pemasaran juga memberikan kontribusi untuk menganalisis permintaan dan penawaran (identifikasi peluang pasar) dengan melihat tingkat persaingan, untuk menetapkan pasar dan *market share* dari pasar yang potensial (peramalan penjualan), untuk mengetahui Segmentasi, Targeting, positioning, dan untuk pemilihan strategi pemasaran (*marketing mix*).

Rekapitulasi Pemahaman Peserta Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Pelatihan

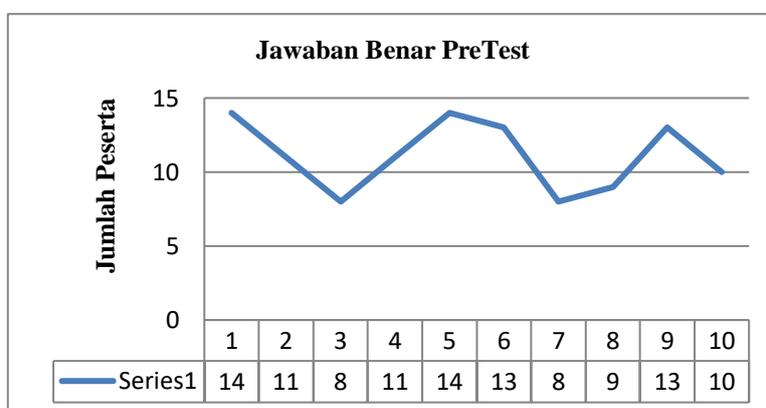
Sebelum dilaksanakan pelatihan, Tim PKM memberikan soal Pre-Test. Hasil soal Pre-Test digunakan sebagai gambaran pada tingkat mana pemahaman yang dimiliki peserta PKM tentang Rebranding Peningkatan Kualitas Produk. Pertanyaan dibuat dalam bentuk pilihan ganda, untuk mempermudah dan agar dapat menghemat waktu.

Setelah pelaksanaan, peserta mengisi soal Post-Test. Hasil soal Post-Test digunakan untuk mengukur pemahaman tentang Rebranding Peningkatan Kualitas Produk setelah dilakukan edukasi “Rebranding Peningkatan Kualitas Produk Untuk Kebangkitan UMKM Air Minum Dalam Kemasan “MADEN” Mambaul Maarif Jombang”. Berikut adalah list pertanyaan yang diajukan untuk Pre-Test dan Post-Test:

- 1) Apakah manfaat dari menganalisis pemasaran?
- 2) Apakah yang perlu diketahui dari peramalan penjualan?
- 3) Manakah ynag merupakan ciri kebutuhan pokok?

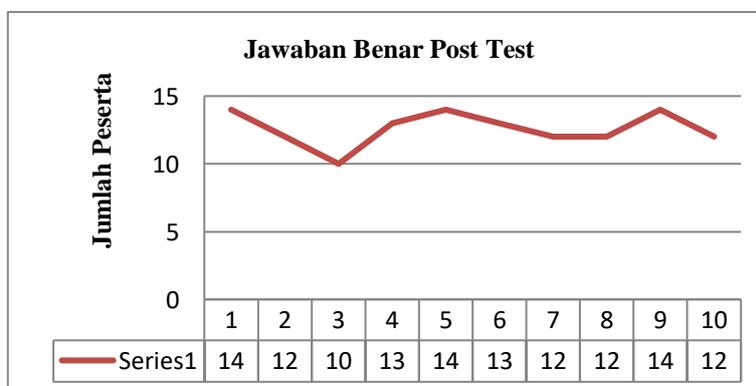
- 4) Tanda yang dikenakan produsen pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal disebut apa?
- 5) Apa saja fungsi kemasan?
- 6) Apa dasar yang digunakan produsen dalam menetapkan harga produk?
- 7) Cara perusahaan memberikan ciri perbedaan, baik secara fisik, fungsi, kualitas, ketahanan, maupun variasi pada produk yang diproduksi disebut apa?
- 8) Pernyataan resmi kinerja produk yang dijanjikan oleh produsen disebut apa?
- 9) Hal yang penting dalam pengenalan produk adalah apa?
- 10) Mengapa semua produk membutuhkan merk?

Angket soal post-test dan pre-test yang disebar adalah sebanyak 16, sejumlah karyawan Maden yang mengikuti kegiatan PKM. Dan seluruh angket kembali dan terjawab lengkap.



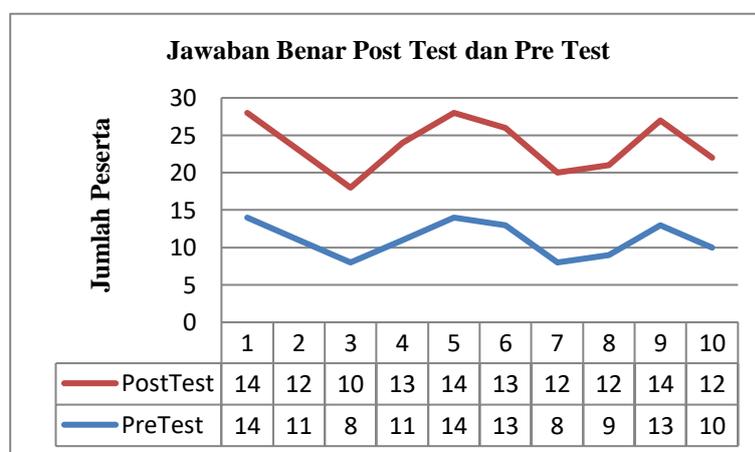
Gambar 1. Jawaban Pretest

Tabulasi jawaban pre test menunjukkan bahwa masih rendahnya pengetahuan karyawan “Maden” terhadap “Rebranding Peningkatan Kualitas Produk”. Terutama untuk pertanyaan nomor 3 dan 7, dimana jumlah peserta yang menjawab benar hanya 50% saja, atau sebanyak 8 orang saja.



Gambar 2. Jawaban Posttest

Hasil Post-Test menunjukkan tingkat pemahaman pengetahuan karyawan “Maden” terhadap “Rebranding Peningkatan Kualitas Produk”. Secara umum karyawan sudah paham dan dapat menjawab pertanyaan dengan benar. Jawaban benar pada soal pertama sebanyak 14 (88%), jawaban benar pada soal nomor dua sebanyak 12 (75%). Pada soal nomor tiga, jawaban benar sebanyak 10 (63%) sedangkan jawaban benar nomor empat sebanyak 13 (81%) dan jawaban benar pada nomor lima sebanyak 14 (88%). Pada soal nomor enam jumlah peserta yang menjawab benar sebanyak 13 (81%), pada soal nomor tujuh dan delapan jumlah peserta yang menjawab benar sebanyak 12 (75%). Jawaban benar pada nomor sembilan adalah 14 (88%) sedangkan pada soal terakhir jumlah peserta menjawab benar adalah sebanyak 12 (75%).

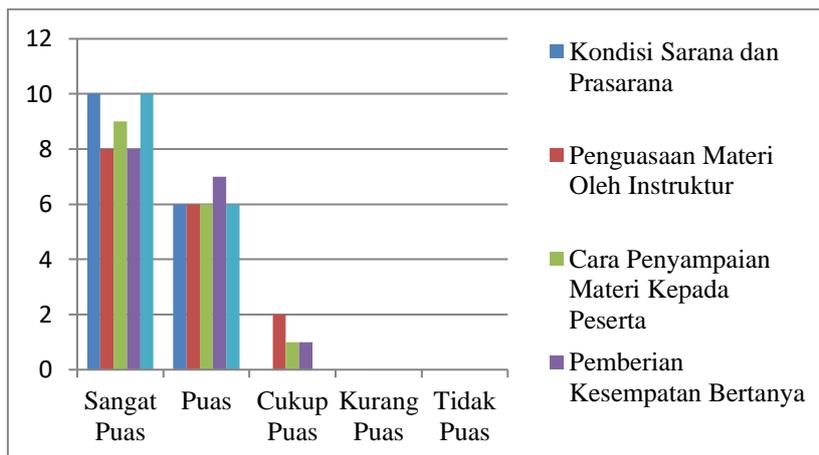


Gambar 3. Jawaban Pretest dan Posttest

Jika dilakukan perbandingan antara Pre test dan post test maka akan terlihat pada diagram di atas. Pemahaman peserta terkait “Rebranding Peningkatan Kualitas Produk” mengalami peningkatan.

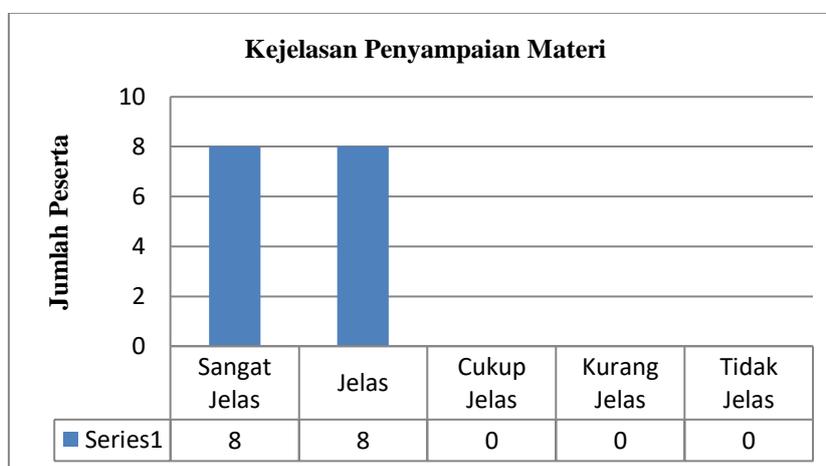
Respon Peserta Terhadap Kegiatan PKM Rebranding Peningkatan Kualitas Produk

Respon dan antusiasme peserta dalam kegiatan ini sangat besar yang tercermin dari banyaknya peserta yang hadir dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pondok Pesantren Mambaul Maarif, Denanyar, Jombang, yakni sebanyak 16 peserta. Pelayanan tim PKM untuk 5 indikator secara umum peserta menjawab sangat puas. Data ditunjukkan dalam diagram berikut:



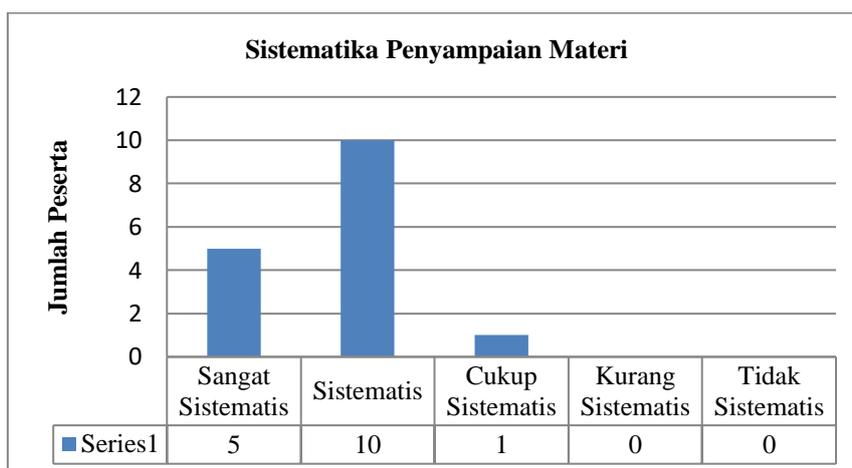
Gambar 4. Respon Peserta Terhadap Kegiatan PKM

Kondisi Sarana dan prasarana yang digunakan untuk kegiatan PKM sebanyak 63% menjawab sangat puas, sisanya 37% menjawab puas. Respon terhadap penguasaan materi oleh instruktur 50% peserta menjawab sangat puas, 38% menjawab puas, dan sisanya 12% menjawab cukup puas. Respon terhadap cara penyampaian materi, sebanyak 56% menjawab sangat puas, 38% menjawab puas, 6% menjawab cukup puas. Respon terhadap pemberian kesempatan bertanya kepada instruktur, sebanyak 50% menjawab sangat puas, 44% menjawab puas, dan 6% menjawab cukup puas. Sedangkan untuk pertanyaan terkait respon terakhir, terkait pelayanan yang diberikan oleh tim PKM Unesa, sebanyak 63% menjawab sangat puas, dan sisanya 37% menjawab puas.



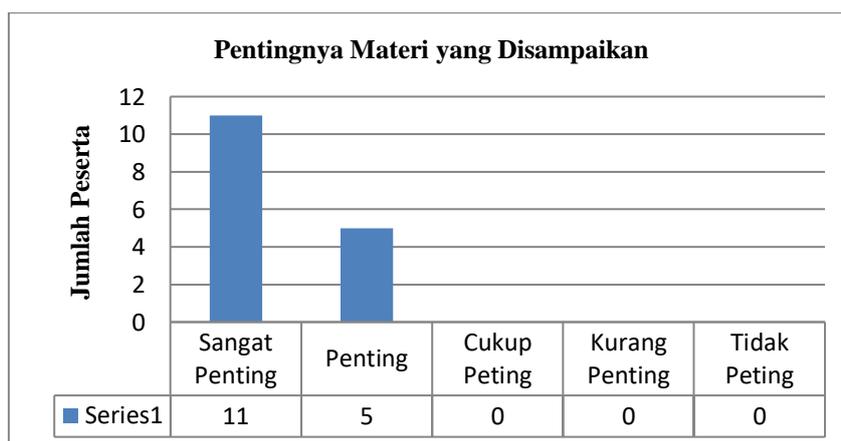
Gambar 5. Kejelasan Penyampaian Materi

Kejelasan Penyampaian Materi oleh Instruktur, sebanyak 50% peserta menjawab Sangat jelas, sisanya menjawab Jelas.



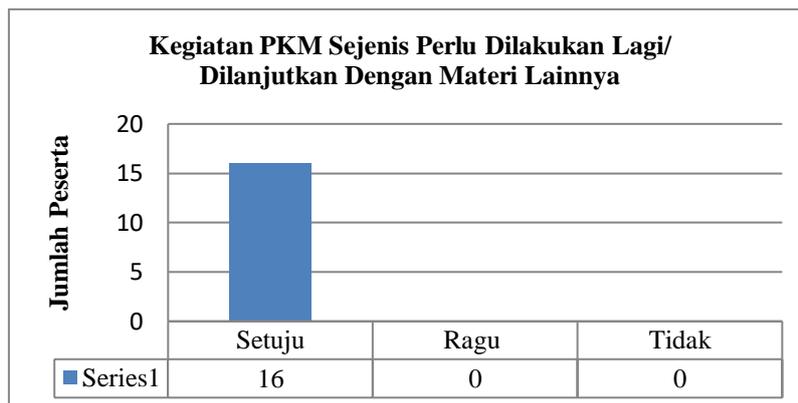
Gambar 6. Sistematika Penyampaian Materi

Sistematika penyampaian materi, sebanyak 31% peserta menjawab Sangat sistematis, sebanyak 68% peserta menjawab sistematis, dan sisanya 1% menjawab cukup sistematis.



Gambar 7. Pentingnya Materi yang Disampaikan

Penilaian peserta pelatihan tentang pentingnya Materi yang disampaikan oleh Instruktur sebanyak 69% peserta menjawab sangat penting, sisanya sebanyak 31% peserta menjawab penting.



Gambar 8. Keberlanjutan Kegiatan

Keberlanjutan kegiatan untuk indikator diteruskan pada waktu yang akan datang dengan materi yang lain, Sebanyak 100% sepakat menjawab setuju. Sedangkan untuk indikator rencana menerapkan rebranding peningkatan kualitas produk, seluruh pesertanya juga menjawab setuju.



Gambar 9. Implementasi Kegiatan

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan PKM, disimpulkan bahwa kegiatan PKM telah terlaksana dengan baik dan tidak ada hambatan yang berarti dalam pelaksanaannya. Akan tetapi kurang maksimal, mengingat keterbatasan sarana dan prasarana yang disediakan pelaksana. Peserta sangat antusias dengan kegiatan PKM, menginginkan diadakannya kembali kegiatan serupa dengan tema kegiatan lainnya. Adapun saran dari kegiatan PKM ini adalah supaya dana PKM ditambah lagi, sehingga dapat menyediakan sarana dan prasarana yang lebih baik lagi. Menimbang antusiasme peserta yang sangat luar biasa, ke depan dapat diadakan kembali kegiatan serupa demi keberlanjutan pendampingan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, A. M. (2020). Produsen Air Minum Dalam Kemasan Revisi Targetproduksi. Ekonomi Bisnis.
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200529/257/1246251/produsen-air-minum-dalam-kemasan-revisi-target-produksi>
- BPS (2019). Data Pondok Pesantren di Kab. Jombang, 2017. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jombang.
<https://jombangkab.bps.go.id/statictable/2018/05/23/234/data-pondok-pesantren-di-kab-jombang-2017.html>.
- Kotler, P. (2007). Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2010). Principles Of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). Dasardasar Pemasaran. Edisi Kesembilan, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks kelompok Gramedia. Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). DasarDasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing (13th ed.). New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip - Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). Manajemen Pemasaran (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Indeks.
- Linda. (2013). Industri Air Minum Dalam Kemasan Terus Menggeliat. Retrieved Agustus 25, 2013, from Bisnis Jabar: <http://www.bisnisjabar.com>.
- Mustafid, & Gunawan, A. (2008). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kripik Pisang "Kenali" Pada PD Asa Wira Perkasa di Bandar Lampung.