

Pendampingan UMKM Rennow di Desa Pesawaran Indah dalam Penguatan Branding Produk

Azzis Amurwajaya¹, M. Taufik Hidayat¹, Tarisa Nabila³, Trufi Murdiani⁴

^{1,2,3,4}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya
trufimurdiani@darmajaya.ac.id

Abstract

The micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in rural areas need support that can be provided by university in order to enhance their reputation and improve brand awareness. This kind of activity was done by Group 16 of Community Service Practices or PKPM from IIB Darmajaya to UMKM Rennow Tepung Jagung in Desa Pesawaran Indah, Pesawaran Regency. This activity was held because UMKM Rennow faced the limitations including a shortage of skilled personnel in branding and marketing, such as create its logo design and promotional strategies, as well as a lack of proper business documentation. Therefore, this PKPM initiative in carry out activities to enhance the branding of UMKM Rennow's products through three methods. The methods are namely awareness campaigns, training, and assistance in logo and promotional design, both on social media platforms and at physical business locations. In addition, this PKPM group also supported UMKM in obtaining the necessary business permits, such as Business Identification Number or NIB. As a result, this PKPM program has strengthened product branding and ensures the legal compliance of UMKM Rennow. So that both of UMKM owner and Desa Pesawaran Indah Government have experienced the benefits of increased marketing for MSME products.

Keywords: Product, MSMEs, Promotion

Abstrak

Pendampingan terhadap pelaku UMKM di desa guna meningkatkan *brand awareness*-nya perlu dilakukan perguruan tinggi. Kegiatan pendampingan UMKM Rennow Tepung Pisang termasuk salah satu yang direalisasikan Kelompok 16 Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IIB Darmajaya dalam rangka mengangkat keunggulan UMKM yang ada di Desa Pesawaran Indah, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran. UMKM Rennow masih terkendala dengan minimnya SDM yang menguasai ipteks terkait *branding* dan promosi, seperti mendesain logo produk dan promosi juga belum dilengkapi dengan legalitas usaha. Karenanya, PKPM ini melakukan kegiatan peningkatan *branding* produk UMKM Rennow melalui tiga metode pelaksanaan. Yaitu sosialisasi, pelatihan dan pendampingan untuk mendesain logo, desain promosi produk pada akun media sosial dan banner di lokasi usaha juga melakukan pendampingan pengurusan izin usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). Dengan terealisasinya aktivitas penguatan branding produk dan legalitas UMKM Rennow ini, *owner* dan pihak Pemerintah Desa Pesawaran Indah merasakan manfaatnya berupa peningkatan pemasaran produk UMKM.

Kata Kunci: Produk, UMKM, Promosi

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah khususnya pedesaan. Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi komponen yang sangat penting dalam memperkuat sektor ekonomi di desa. UMKM merupakan elemen utama dalam ekonomi yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan peluang pekerjaan, serta mengurangi disparitas sosial (Ariani & Sofwan, 2018). Termasuk UMKM di Desa Pesawaran Indah, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran. UMKM di desa ini telah produktif dan perlu terus dikembangkan

sehingga berkontribusi pada kemajuan desa. Salah satu UMKM di Desa Pesawaran Indah yaitu UMKM Rennow yang memproduksi tepung dari jagung untuk adonan kue telah menyerap tenaga-tenaga kerja yang berasal dari warga sekitarnya sehingga telah membuka peluang kerja bagi warga desa. Promosi produk UMKM Rennow ini perlu ditingkatkan agar berdampak pula pada peningkatan jumlah penjualan produk. Berlatar belakang kondisi ini, Kelompok 16 Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) IIB Darmajaya melakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM Rennow.

PKPM ini bertujuan memberikan dukungan dan pendampingan kepada UMKM Rennow dengan penekanan khusus pada penguatan branding atau merek produk. Sehingga UMKM Rennow memiliki kemampuan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Sebab membangun identitas merek usaha akan menciptakan identitas merek yang kuat menjadi sebagai langkah kunci meningkatkan daya saing dan memperluas pasar UMKM (Keller, 1993).

Sebagai unit usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan, UMKM Rennow saat ini menjadi tulang punggung perekonomian di Desa Pesawaran Indah. Namun pengelola UMKM Rennow masih terkendala penguatan *branding* dan mempromosikan secara *online*. Hal ini disebabkan karena keterbatasan yang dimiliki pengelola UMKM Rennow. Baik keterbatasan kemampuan dan penguasaan ipteks dari SDM, keternatasan waktu antara produksi dan marketing produk serta keterbatasan akibat faktor lokasi yaitu berada di desa yang jauh dari jangkauan transportasi umum. Kelompok 16 PKPM IIB Darmajaya dalam program ini memberikan solusi dengan memberikan pelatihan dan pendampingan membangun identitas brand atau merek produk UMKM sehingga mampu dipromosikan secara *online* melalui media sosial dan *marketplace*.

Sebuah *branding* yang efektif umumnya akan menciptakan cara untuk menyampaikan pesan produk bisnis kepada pelanggannya, baik dalam hal kualitas maupun jumlah produk yang ditawarkan. Proses ini dikenal sebagai *branding*. Untuk berhasil dalam strategi branding, UMKM perlu memahami kebutuhan pelanggan.

Brand tidak hanya sekadar nama dan logo, tetapi janji suatu organisasi kepada konsumen untuk memberikan apa yang menjadi prinsip brand tersebut. Serta, bermanfaat dalam hal fungsional, emosional, ekspresi diri dan sosial. Fungsi dan tujuan *branding* adalah membangun citra, keyakinan, jaminan kualitas dan prestise yang akan menjadikan produk UMKM mudah diingat (Oktaviani, F. et. al, 2018).

Penguatan branding juga dilakukan dengan memperhatikan kemasan produk. Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan bahwa proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi wadah dari sebuah produk. Kemasan merupakan hal yang penting karena juga digunakan sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk. Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi pola pembelian konsumen sehingga desain kemasan yang menarik juga akan menentukan.

Legalitas usaha juga merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dalam penguatan usaha UMKM sehingga mendukung upaya penguatan *branding*. Legalitas usaha merujuk pada Kurniawan, D. dan Yusuf, M. (2018) adalah serangkaian persyaratan izin, perijinan, serta tindakan hukum yang wajib dipenuhi perusahaan atau usaha agar dapat beroperasi secara sah sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku di wilayah atau negara tertentu. Ini mencakup proses perizinan dari pemerintah, registrasi perusahaan, pelaksanaan kewajiban perpajakan, dan patuh terhadap semua aturan dan peraturan yang berlaku.

1.1. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi UMKM Rennow Tepung Pisang di Desa Pesawaran Indah terkait penguatan *brand* adalah:

1. Keterbatasan pemahaman tentang meningkatkan *branding* dan promosi produk.
2. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya legalitas usaha.

1.2 Tujuan Kegiatan PKPM

Tujuan dari program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat ini adalah:

1. Memberikan pengetahuan dan pendampingan kepada pelaku UMKM Rennow Tepung Pisang tentang pentingnya meningkatkan *branding* suatu usaha.

2. Memberikan pengetahuan dan pendampingan kepada pelaku UMKM Rennow Tepung Pisang tentang pentingnya legalitas suatu usaha.

1.3 Manfaat Kegiatan PKPM

Manfaat kegiatan ini adalah:

1. Membantu pelaku UMKM meningkatkan penjualan produk melalui penguatan branding berupa perancangan logo dan promosi usaha.
2. Membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pembuatan legalitas usaha.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan PKPM ini dilakukan secara bertahap yang terdiri dari 2 tahap, yaitu:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan analisis data awal profil UMKM terkait dengan metode promosi, dan legalitas usaha. Selain identifikasi terhadap permasalahan yang dialami mitra, juga dilakukan identifikasi potensi yang dimiliki. Kegiatan ini dilakukan dengan metode survei dan wawancara. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik UMKM dan kepala Desa Pesawaran Indah agar dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang dialami UMKM. Hasil identifikasi pada wawancara dilakukan sebagai dasar dalam merumuskan permasalahan dan alternatif solusinya. Berdasarkan hasil survei dan wawancara permasalahan utama pada UMKM Rennow Tepung Pisang adalah kurangnya pemahaman peningkatan *branding*, promosi produk dan belum memiliki legalitas usaha.

Survei lanjutan dilakukan untuk menggali permasalahan secara lebih detail dan proses bisnis yang dilakukan dalam mengoperasikan UMKM. Hasil survei selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk menjalankan kegiatan.

b. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan kegiatan pendampingan UMKM Rennow Tepung Pisang terhadap promosi dan penguatan branding. Kegiatan ini meliputi:

1. Mendesain logo produk untuk kemasan dan *banner* serta *feed* Instagram untuk promosi.
2. Pembuatan NIB pada UMKM Rennow Tepung Pisang

Pelaksanaan PKPM ini dilakukan di Desa Pesawaran Indah, Kecamatan Way Ratai, Pesawaran selama 30 hari mulai tanggal 1 Agustus hingga 31 Agustus 2023. Selama kurun waktu pelaksanaan PKPM tersebut tim PKPM kelompok 16 memberikan transfer ipteks kepada mitra.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang telah dicapai melalui kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini mencakup pendampingan UMKM Rennow Tepung Pisang di Desa Pesawaran Indah, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran dalam meningkatkan *branding* yang berbasis teknologi.

Selain itu, kegiatan ini juga mengedukasi pelaku UMKM, yang merupakan mitra dalam PKPM ini, tentang cara efektif memanfaatkan teknologi digital guna mendukung perkembangan bisnis yang telah ditekuni selama ini. Aspek-aspek yang disosialisasikan kepada mitra PKPM meliputi:

1. Pentingnya penguatan *branding* sebagai alat meningkatkan promosi dan pemasaran terhadap produk UMKM secara lebih luas.
2. Legalitasan usaha UMKM Rennow Tepung Pisang.

Penguatan *brand* dan promosi UMKM Rennow Tepung Pisang masih perlu ditingkatkan. Salah satunya dengan dibuatnya desain pada kemasan, *banner*, dan *feed* Instagram. Selain itu, promosi dan penguatan merek atau *brand* produk UMKM Rennow Tepung Pisang dilakukan kelompok 16 PKPM dengan cara *door to door* dan berinteraksi dengan warga.

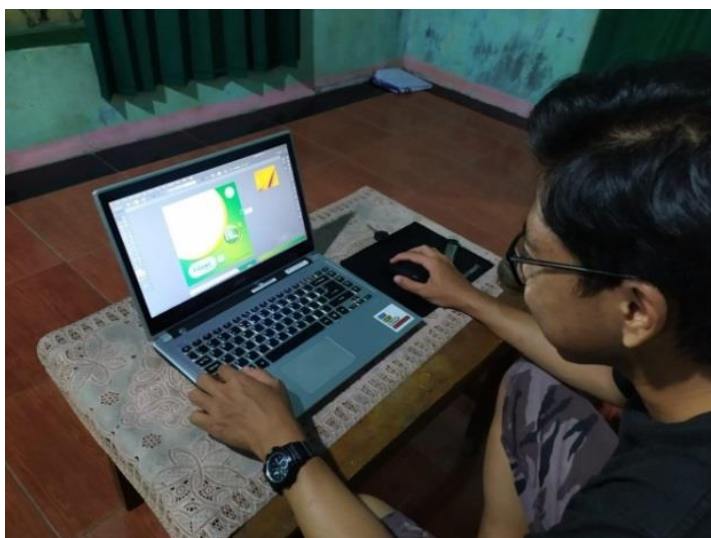
Dalam membuat logo, tim pengabdian dari kelompok 16 PKPM IIB Darmajaya membuat desain yang unik, menarik dan mudah dikenal. Disamping itu tim juga membangun *brand* agar mudah dikenal dan diingat konsumen dengan promosi secara digital. Tim juga memberikan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM selaku mitra kegiatan pengabdian ini, yakni meliputi:

1. Pendampingan membuat legalitas usaha berupa perizinan sebagai bagian dari penguatan *brand* dengan tujuan mengembangkan UMKM.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai strategi komunikasi pemasaran yang tepat.



Gambar 3.1. Desain Logo UMKM Rennow Tepung Pisang Setelah PKPM

Mengingat, penerapan ipteks dalam bidang Desain Komunikasi Visual berperan penting dalam mendukung penguatan *brand* produk. Salah satunya, melalui perancangan elemen identitas *brand* yaitu logo (Murdiani, T. et. al., 2023) Untuk itu pengimplementasian dalam kegiatan yang telah dilakukan adalah dengan cara membantu penciptaan logo baru (desain) bagi pelaku UMKM Rennow Tepung Pisang di Desa Pesawaran Indah.



Gambar 3.2. Perancangan Desain Promosi Melalui Feed Instagram UMKM



Gambar 3.3. Desain Konten Produk pada *Feed* Instagram UMKM

Program lain ialah membantu dalam perancangan desain *feed* media sosial yaitu Instagram UMKM Rennow Tepung Pisang yang bertujuan memberikan informasi produk yang dimulai dari harga, foto produk, jenis produk dan berat produk. Instagram dipilih sebagai media sosial untuk promosi dan memasarkan produk karena efektif dan menjangkau konsumen lebih luas. Desain Feed Instagram diperlukan dalam postingan pemasaran, dikarenakan tampilan pada *Feed* Instagram menentukan seberapa menarik dan inovatifnya pemilik usaha dalam menampilkan produk sehingga mempengaruhi minat pembeli.



Gambar 3.4 Desain *Banner* UMKM Rennow Tepung Pisang



Gambar 3.4 Tampilan *Banner* UMKM Rennow Tepung Pisang

Tim PKPM juga membantu dalam perancangan desain *banner* UMKM Rennow Tepung Pisang. Banner ini dipasang pada lokasi UMKM itu sendiri dengan tujuan sebagai sarana promosi dan iklan secara *offline* sehingga memudahkan konsumen dalam mengetahui keberadaan UMKM Rennow.



Gambar 3.5 Perancangan Design Kemasan UMKM Rennow Tepung Pisang



Gambar 3.6 Design Kemasan Produk Rennow Tepung Pisang

- Kurniawan, D., & Yusuf, M. (2018). Penerapan Legalitas Usaha Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Menunjang Pembangunan Daerah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 23(2), 131-143.
- Indah Kusuma Dewi. (2021). Sosialisasi Legalitas Usaha Kaopi Sebagai Solusi Peningkatan Usaha Mikro Pada UMKM Kaopi di Desa Kolowa Kecamatan Gu Kabupaten Buton Tengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri* Volume 5 Nomor 1 April 2021.
- Makoskys, C.D., A. S. James, E. Urley, S. Joseph, A. Talawyma, W. S. Choi, K. A. Greiner, & M. K. Coe. (2010). Using Focus Groups in Community-Based Participatory Research: Challenges and Resolutions. *Qualitative Health Research*. 20(5):697-706. <https://doi.org/10.1177/1049732310361468>.
- Murdiani, T., Asnusa, S., Arsilenda, A., Herawati, H., & Pasaribu, R. R. (2023). Pemberdayaan UMKM Simuley dalam Pemasaran Digital Melalui Pelatihan Menulis Copywriting yang SEO-Friendly. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya* (Vol. 1, pp. 25-31).
- Oktaviani, F., Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Gusfiani, A., & Ramdani, D. (2018). Penguatan produk umkm “calief” melalui strategi branding komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).