

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
Volume 2, Nomor 4, July 2023, Halaman 166-171
ISSN: 2986-7002
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8165171>

Pengembangan Melalui Merek Produk dan Penggunaan Media Digital UMKM Berkah Bunda

Ajie Pandu Suarga¹, Lia Nirawati²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.
Anyar, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

Email : surgaajie@gmail.com¹, lia_nirawati.adbis@upnjatim.ac.id²

Abstract

Indonesia is a rich, unique, and diverse country. Each region certainly its has own uniqueness or characteristics. One of characteristic in each region in general is in processed foods and drinks, can be in the form of heavy food such as pecel or snack such as banana chips. Home-scale food of beverage sellers are usually called MSME. MSMEs are built by a person or a group, but with a small production scale or only for the business location area. Every MSMEs must have its own obstacles, ranging from raw materials, equipment, to marketing. One of the MSMEs accompanied by Group 10 KKNT-MBKM located in Jombang Regency, more precisely in Ngrimbi Village, Bareng District has problems in the product packaging process and marketing factors. Therefore, the purpose of this service is to plan marketing strategies for MSME actors so that their business runs smoothly and develops, and helps solve the obstacles experienced by MSMEs. The method used is a qualitative method with the type of data collection through observation, interviews, focus group discussions, and documentation on the activities of MSME actors. The result of the dedication that has been carried out is that the obstacles experienced by MSMEs in the product packaging process have been resolved and the marketing aspect is running well.

Keywords: Branding Product; Media Digital; Marketing Strategy; Jombang Regency MSMEs

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang kaya, unik, dan beragam. Setiap daerah dipastikan memiliki keunikan atau ciri khasnya sendiri. Salah satu ciri khas di setiap daerah pada umumnya ada pada olahan makanan dan minuman, dapat berupa makanan berat seperti pecel atau makanan ringan seperti keripik pisang. Penjual makanan atau minuman yang berskala rumahan biasanya disebut dengan UMKM. UMKM dibangun oleh seseorang atau sekelompok, namun dengan skala produksi yang masih kecil atau hanya untuk di daerah lokasi usaha tersebut. Setiap UMKM pasti mempunyai kendalanya sendiri-sendiri, mulai dari bahan baku, peralatan, hingga pemasarannya. Salah satu UMKM yang didampingi oleh Kelompok 10 KKNT-MBKM yang berlokasi di Kabupaten Jombang, lebih tepatnya di Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng mempunyai kendala dalam faktor proses pembungkusan produk dan juga pemasarannya. Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian ini yakni merencanakan strategi-strategi pemasaran terhadap pelaku UMKM supaya usahanya lancar dan berkembang, serta membantu menyelesaikan kendala yang dialami para UMKM. Metode yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan jenis pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, *focus group discussion*, dan dokumentasi pada kegiatan pelaku UMKM. Hasil dari pengabdian yang telah dilakukan yakni kendala yang dialami UMKM dalam proses pembungkusan produk sudah terselesaikan dan aspek pemasarannya berjalan dengan baik.

Kata kunci: Merek Produk; Media Digital; Strategi Pemasaran; UMKM Kabupaten Jombang

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran dalam mempertahankan perekonomian nasional. UMKM sangat berperan penting karena dapat menjangkau lebih banyak konsumen di masyarakat sehingga roda perekonomian terus berjalan. UMKM menjadi hal yang menjadi perhatian pemerintah karena potensinya yang cukup besar dan dapat bersaing.

UMKM merupakan usaha dagang yang dikelola secara perorangan maupun badan usaha yang memiliki lingkup usaha mikro (Entrepreneurial Mindsets & Skill - Hadion Wijoyo - Google Buku, n.d.). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan kebanyakan UMKM di Desa Ngrimbi masih banyak yang belum memahami pentingnya Branding sehingga mereka tidak memiliki branding pada produk mereka. Branding merupakan istilah dari sebuah nama, symbol dan perancangan sebuah desain pada produk (Irawan & Affan, 2020). UMKM harus berinovasi agar dapat bersaing dalam pasar lokal. Banyak cara yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk dapat bersaing dengan kompetitor sejenis, yaitu dengan meningkatkan mutu produk, desain dan branding produk, pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk, serta survey kepuasan konsumen (Irvan, 2015).

Dengan mengacu pada hasil observasi yang kelompok 10 lakukan, maka kelompok 10 mengadakan program kerja berupa sosialisasi pentingnya Branding pada UMKM. yang selanjutnya akan diteruskan melalui kegiatan pendampingan branding dan media digital ke beberapa UMKM yang dirasa perlu memiliki dorongan dalam usaha mereka. Branding yang menjadi topik pembahasan dalam kegiatan kelompok 10 yaitu melalui nama merk, logo, label produk, dan digital marketing sederhana. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman pentingnya branding dan juga media digital sebagai sarana dalam meningkatkan ekspansi pasar khususnya pada pasar lokal.

METODE

Kegiatan mahasiswa dalam pengabdian masyarakat program KKNT-MBKM ini bertempat di Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Pelaku UMKM yang dipilih untuk dilakukannya pendampingan demi perkembangan usahanya beralamat di Dusun Mutersari, Desa Ngrimbi, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Metode pelaksanaan yang digunakan merupakan metode kualitatif dengan jenis pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, focus group discussion tentang kendala-kendala yang dihadapi mulai dari produksi hingga pemasarannya, dan dokumentasi pada kegiatan pelaku UMKM. Populasi dalam kegiatan ini merupakan para pelaku UMKM di Desa Ngrimbi yang telah dianalisa oleh Kelompok 10 mahasiswa KKNT-MBKM dan sampel yang digunakan adalah UMKM Berkah Bunda dengan pemilik bernama Ibu Musning.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program KKN-T MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur membantu untuk melakukan pendampingan terhadap UMKM di Desa Ngrimbi, Kabupaten Jombang, Jawa Timur untuk menyadarkan masyarakat bahwa dalam sebuah usaha kecil diperlukan cara efektif untuk meningkatkan minat pasar terhadap suatu produk. Salah satu cara yang dilakukan kelompok kami adalah dengan cara mengadakan sosialisasi kepada pelaku usaha UMKM di Desa Ngrimbi, Kabupaten Jombang, Jawa Timur.

Branding produk merujuk pada proses pembentukan dan pengelolaan identitas suatu produk atau jasa dalam benak konsumen. Ini mencakup serangkaian kegiatan yang dirancang untuk membangun citra positif, mengkomunikasikan nilai-nilai unik, dan membedakan produk tersebut dari pesaingnya di pasar.



Gambar 1 Sosialisasi Pengembangan UMKM

Branding produk melibatkan pemilihan nama, desain logo, slogan, dan elemen visual lainnya yang menciptakan identitas merek yang mudah diingat dan dikenali. Hal ini membantu menciptakan persepsi khusus yang dihubungkan dengan produk tersebut di benak konsumen. Misalnya, merek seperti Apple, Nike, atau Coca-Cola memiliki identitas merek yang kuat yang terkait dengan kualitas, inovasi, atau gaya hidup tertentu.



Gambar 1. Contoh Logo Brand

Source: <https://www.pngplay.com> (Contoh Branding)

Logo adalah simbol visual atau gambar yang digunakan untuk mewakili entitas seperti perusahaan, organisasi, atau merek. Ini adalah elemen yang penting dalam branding dan identitas merek. Logo dirancang untuk menjadi unik, mudah dikenali, dan memberikan kesan yang kuat. Tujuan logo adalah untuk membedakan entitas tersebut dari pesaing, membangun kesadaran merek, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Logo seringkali menggabungkan elemen-elemen seperti ikon, teks, dan kombinasi warna yang dipilih dengan hati-hati untuk menciptakan identitas visual yang khas.

Bagi UMKM logo adalah elemen visual yang khas dan representatif yang digunakan untuk mewakili identitas merek dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Logo ini berfungsi sebagai simbol yang mengkomunikasikan pesan, nilai, dan karakteristik unik dari UMKM kepada pelanggan dan audiens potensial./

Pentingnya logo untuk UMKM adalah untuk membedakan merek mereka dari pesaing di pasar yang padat. Logo yang baik dan terkenal dapat menjadi alat yang kuat dalam membangun kesadaran merek dan mengingatkan pelanggan tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM tersebut. Oleh karena itu, kelompok 10 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur. Demi mengenalkan produk-produk UMKM di Desa Ngrimbi,

Langkah awal yang kami ambil selaku peserta KKN-T MBKM melakukan pendampingan terhadap pengembangan desain logo dan label sesuai ketentuan yang nantinya produk UMKM dari Desa Ngrimbi dapat bersaing di pasaran. Dengan menggunakan bantuan dari software yang tersedia di internet seperti Canva ini, kita dari Kelompok 10 KKN-T MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur berhasil membuat beberapa logo dan label yang sudah kita buat diantaranya adalah milik UMKM yang kita pilih untuk didampingi seperti Berkah Bunda dan Peyek Layyunda dengan hasil seperti di bawah ini :



Gambar 3. Logo dan Label Bunda Berkah Setelah Dikembangkan



Gambar 4. Desain Mockup Bunda Berkah

Pemanfaatan media digital untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merujuk pada penggunaan berbagai platform dan teknologi digital dalam mengelola, mempromosikan, dan mengembangkan usaha mereka. Media digital mencakup berbagai bentuk seperti situs web, media sosial, aplikasi mobile, e-commerce, dan berbagai alat komunikasi online lainnya. Sehingga, kami membuatkan salah satu platform media digital tersebut yaitu Instagram.



Gambar 5. Akun Instagram Bunda Berkah

Pemanfaatan media digital Instagram memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan, mempromosikan produk, dan membangun hubungan pelanggan. Dengan strategi yang tepat, Instagram dapat menjadi alat efektif dalam membangun merek, meningkatkan penjualan, dan menciptakan keterlibatan yang kuat dengan audiens.

KESIMPULAN

Setelah dilakukan pengembangan melalui branding produk dan penggunaan media digital pada Desa Ngrimbi, terdapat beberapa kesimpulan:

1. Branding produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM Desa Ngrimbi. Dengan melakukan branding yang baik dan tepat, produk-produk UMKM Desa Ngrimbi menjadi lebih dikenal dan diminati masyarakat luas. Selain itu, branding produk juga dapat membantu menciptakan identitas produk.
2. Media digital menjadi sarana yang efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM Desa Ngrimbi. Dengan memanfaatkan media digital seperti instagram dan market place, UMKM Desa Ngrimbi dapat menjangkau konsumen di seluruh Indonesia bahkan dunia.
3. Pengembangan UMKM Desa Ngrimbi melalui branding produk dan penggunaan media digital perlu didukung oleh pemerintah dan masyarakat sekitar terutama keluarganya sendiri. Dukungan dari keluarga dapat berupa promosi produk dan pengelolaan media sosial, yang dimana rata-rata pelaku UMKM sudah berumur sehingga kesusahan dalam pengoperasian media digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis jurnal mengucapkan terima kasih banyak kepada pelaku UMKM Berkah Bunda yaitu Ibu Musning yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai UMKM yang dibantu dalam perkembangan dan pemasaran produknya. Kemudian, ucapan terima kasih kepada Bapak Ir. Mu'tasim Billah, M. S. selaku Dosen Pembimbing Lapangan pada kegiatan pengabdian dalam program KKNT-MBKM. Dan juga kepada pihak Perangkat Desa Ngrimbi terutama Bapak Samsul Hadi, S.Pd. selaku Kepala Desa Ngrimbi yang telah memberikan kesempatan dalam membantu salah satu UMKM yang berada di Desa Ngrimbi yaitu UMKM Berkah Bunda. Penulis mengutarakan kata terima kasih kepada Dosen Pembimbing pembuatan jurnal yaitu Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si dengan segala bentuk bimbingannya pada penyempurnaan jurnal ini. Serta teman-teman kelompok KKNT-MBKM 10 yang sangat berkontribusi pada kegiatan pengabdian masyarakat tersebut

Referensi

- Sulistio, A. B. (2021). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis. Dinas Koperasi Dan Umkm Provinsi Jawa Timur (2021). Mengenal Apa Itu Branding. Retrieve From : <https://Diskopukm.Jatimprov.Go.Id/Index.Php/Berita/Mengenal-Apa-Itu-Branding>
- Sobat Pajak (2022). Ini Dia Cara Branding Produk Untuk Umkm Yang Menarik Dan Efektif. Retrive From : <https://Www.Sobatpajak.Com/Article/63749c84c6df9c22701df49d/Ini%20Dia%20cara%20branding%20produk%20untuk%20umkm%20yang%20menarik%20dan%20efektif>.
- Saifulloh, M. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. Retrive From : Jurnal Pustaka Dianmas, Vol 1, No. 1 (Juli 2021), Hal. 28-33
- Cinthy (2020). Pengertian Logo: Jenis, Fungsi Dan Kriteria Logo Yang Efektif. Retrive From : [https://Accurate.Id/Marketing- Manajemen/Pengertian-Logo/](https://Accurate.Id/Marketing-Manajemen/Pengertian-Logo/)

- Cinthy (2020). Rebranding Adalah: Pengertian, Fungsi, Tahapan Dan Contohnya. Retrive From : <https://Accurate.Id/Marketing- Manajemen/Pengertian-Rebranding-Adalah/>
- Riduan (2022). Pentingnya Logo Untuk Umkm Di Massa Kini. Retrive From : <https://Deltacloud.Id/Pentingnya-Logo-Untuk-Umkm-Di-Massa-Kini- 2/>
- Toko Kemasan Kita (2021). Apa Pengertian Packaging, Fungsi, Jenis Dan Contohnya. Retrive From : <https://Tokokemasankita.Com/Penjelasan- Packaging/>
- Febriyanto, M. T & Arisandi, D (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Retrive From : Jmd: Jurnal Manajemen Dewantara, Vol 1 No 2,