

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia
Volume 2, Nomor 4, July 2023, Halaman 307-310
ISSN: 2986-7002
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8184476>

Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif Berbasis *Food & Beverage* (F&B) Pada Kelurahan Klampis Ngasem

Dinar Erika Febianti¹, Sumainah Fauziah²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur
Email : dinarerika05@gmail.com¹, sumainah.adbis@upnjatim.a.id²

Abstract

Product branding is a methodology in worldwide contests that generates plans, brand images and impressions that appeal to shoppers. The easiest thing that can be done for product branding is through a decent and attractive catalog photo. However, MSMEs that have not been able to take advantage of product branding are an obstacle for business actors in RW 09 Klampis Ngasem Village in developing their market. Most MSMEs are on average aged 40 and over which is of course very difficult to get involved in using marketing in digital business models. On this basis the community service carried out on Jl. Klampis Sacharosa, Kelurahan Klampis Ngasem by students from group 76 KKN-Thematic UPN "Veteran" East Java conducted counseling and training on branding. This activity resulted in new innovations for MSMEs in Klampis Ngasem Sub-District in the form of product photos according to standards and making Whatsapp Business which aims to facilitate the sale of MSMEs products in Klampis Ngasem Sub-District and is able to improve partners' ability to do branding.

Keyword: MSME, Marketing, Food & Beverage (F&B)

Abstrak

Branding produk ini adalah metodologi dalam kontes di seluruh dunia yang menghasilkan rencana, gambar merek, dan kesan yang menarik minat pembeli. Hal termudah yang dapat dilakukan untuk branding produk adalah melalui foto katalog yang layak dan menarik. Akan tetapi UMKM yang belum mampu memanfaatkan branding produk menjadi hambatan bagi pelaku usaha yang ada di RW 09 Kelurahan Klampis Ngasem dalam mengembangkan pasar mereka. Sebagian besar pelaku UMKM rata-rata berusia 40 keatas yang tentunya sangat sulit untuk terlibat dalam menggunakan pemasaran dalam model bisnis digital. Atas dasar tersebut pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Jl. Klampis Sacharosa, Kelurahan Klampis Ngasem oleh mahasiswa kelompok 76 KKN-Tematik UPN “Veteran” Jawa timur melakukan penyuluhan dan pelatihan mengenai branding. Kegiatan ini menghasilkan inovasi baru bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem berupa foto produk sesuai standar dan pembuatan Whatsapp Bisnis yang bertujuan memudahkan penjualan produk UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem serta mampu meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan branding.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran, Food & Beverage (F&B)

PENDAHULUAN

Organisasi bermanfaat yang dikenal dengan Miniatur Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang dikuasai oleh orang atau badan hukum yang memenuhi persyaratan usaha miniatur yang diarahkan dalam Peraturan Nomor 20 Tahun 2008. Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia memberikan dampak yang signifikan dalam kecepatan perekonomian negara, khususnya dalam menggerakkan perekonomian, mengurangi kemiskinan, dan memberikan devisa kepada negara.

Kelurahan Klampis Ngasem merupakan salah satu desa di Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Wilayah ini sebagian besar masyarakatnya sebagai pelaku UMKM dimana rata-rata usahanya bergerak di bidang usaha food and beverage. Namun para pelaku UMKM di Klampis Ngasem ini masih sering terkendala dengan branding produk. Branding produk ini adalah metodologi dalam kontes di seluruh dunia yang menghasilkan rencana, gambar merek, dan kesan yang menarik minat pembeli (Hendriadi et al., 2019). Hal termudah yang dapat dilakukan untuk branding produk adalah melalui foto katalog yang layak dan menarik (Rifianita et al., 2022).

Seperti yang kita ketahui era globalisasi identik dengan kemajuan teknologi, salah satu hal yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan modern adalah semakin majunya perkembangan teknologi yang saat ini terjadi di masyarakat. Apa yang terjadi mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi dikembangkan dengan maksud untuk memberikan berbagai kemudahan dan manfaat nilai positif kepada peserta, serta metode baru atau penerapan aktivitas manusia berbasis teknologi (Febriani, 2021). Maka saat ini tentunya pemanfaatan teknologi juga merupakan jawaban yang paling tepat untuk membantu perekonomian UMKM agar tetap berjalan. Salah satu cara yang harus bisa dilakukan adalah dengan melakukan branding di sosial media (Abdurrahman et al., 2020).

Oleh karena itu, sangat penting untuk memberikan panduan, instruksi, dan bantuan terkait integrasi pemasaran digital dan branding sebuah produk ke dalam operasi bisnis. Kegiatan ini bermaksud untuk membantu para UMKM dalam menemukan solusi atas permasalahan yang ditimbulkan oleh terbatasnya peluang mengembangkan barang yang diproduksi. Sehingga para pelaku UMKM lebih melihat bagaimana konsep digital branding dan dapat menerapkannya agar dapat mengembangkan pasar yang lebih luas.

METODE PELAKSANAAN

Dari permasalahan yang telah dialami, tujuan yang ingin dicapai oleh para pelaku UMKM food and beverages (f&b) di Kelurahan Klampis Ngasem khususnya UMKM yaitu kemampuan memanfaatkan digital branding sebagai alat mengembangkan usaha. Adapun cara yang dapat dilakukan agar sesuai dengan tujuan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan secara langsung. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini mencakup:

- a) Penyuluhan Digital Branding = Memberikan pengetahuan mengenai branding dalam mengembangkan usaha
- b) Pelatihan Dan Pendampingan Digital Branding = Membuat rencana logo yang sesuai dengan barang dan merek barang serta meningkatkan dan memamerkan barang-barang UMKM, disertai dengan foto produk sesuai standar, sehingga produk yang dibuat dapat menarik minat beli terbuka terhadap barang-barang UMKM

Latihan dalam pendampingan ini dilakukan secara berurutan dan bertahap sebagai fitur dari penggunaan strategi yang disepakati, mulai dari sosialisasi dan menasihati, kemudian, pada saat itu, mengikuti pelatihan dan pembinaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Jl. Klampis Sacharosa, Kegiatan ini diadakan dengan harapan para pelaku UMKM dapat menggunakan teknologi digital branding untuk memasarkan dan menjual produk usahanya. Berikut ini adalah hasil-hasil yang telah diperoleh pada kegiatan ini:

Kegiatan penyuluhan

Tahap pelaksanaan kegiatan dimulai pada 7 Mei 2023 di Balai RW 09, dimulai pukul 10.00 sampai 12.00 yang di hadiri oleh peserta UMKM yang aktif Kelurahan Klampis Ngasem, terdiri dari UMKM Dapur 68, Pawon 35, Capriesto. Setelah mendapat persetujuan dari

pemilik lokasi dan berdiskusi dengan UMKM, beberapa kegiatan kemudian dilakukan. Salah satu kegiatan awal yang dilakukan adalah memberikan sosialisasi dan penyuluhan digital branding lanjutan ke daerah setempat, khususnya para pelaku UMKM yang merupakan pelaku bisnis di desa terdekat. Pada tahap ini, dijelaskan tentang pengertian, tujuan, serta contoh dari penerapan digital branding.



Gambar 1. Kegiatan Penyuluhan Untuk UMKM

Kegiatan Pelatihan Dan Pendampingan

Setelah memberikan lebih banyak pengetahuan dan memberikan pemahaman tentang konsep digital branding, Langkah berikutnya adalah mempersiapkan dan memulai cara paling umum untuk melakukan penerapan digital branding dengan memusatkan perhatian pada latihan pada UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan secara door to door rumah pelaku UMKM di Jl. Klampis Sacharosa, pada kesempatan ini kelompok 76 KKN- Tematik UPN “Veteran” melakukan pelatihan dan pendampingan branding seperti:

a) Membantu Branding dengan foto katalog para pelaku UMKM

Menghadapi tantangan dalam menjual dan memasarkan produknya dalam dunia digital. Persaingan yang terdapat dalam dunia digital tentu sangat ketat, sehingga hal tersebut menjadi salah satu yang menjadi salah satu tantangan yang perlu dihadapi oleh UMKM. Maka dalam hal ini, perlu adanya daya tarik dalam menjual produk UMKM yang dapat dipengaruhi oleh kualitas foto produk.



Gambar 2. Hasil Foto Produk Dapur 68

b) Pembuatan Whatsapp Bisnis

Pembuatan ini bertujuan untuk memudahkan para pelaku UMKM di Kelurahan

Klampis Ngasem dalam berjualan. Whatsapp Bisnis sendiri merupakan aplikasi yang di desain untuk pemilik usaha, yang berisikan profil usaha, katalog produk, alamat, dan juga fitur pemesanan. Sehingga para pelaku UMKM dapat memasukkan foto-foto produk mereka lengkap dengan keterangan, harga, dan alamat untuk pemesanan produk mereka. Dalam hal ini anggota kelompok 76 KKN- Tematik UPN “Veteran” membantu membuat akun dan memberitahu para pelaku UMKM dalam penggunaan Whatsapp Bisnis.



Gambar 3. Pembuatan Whatsapp Bisnis UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat di Kelurahan Klampis Ngasem, oleh mahasiswa kelompok 76 KKN-Tematik UPN “Veteran” Jawa Timur yang bertujuan untuk membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM telah berjalan dengan baik. Penyuluhan yang dilaksanakan dapat memperluas kemampuan UMKM dalam melakukan branding. Melalui penggunaan digital branding sebagai media pemasaran, produk yang dihasilkan dapat dinikmati oleh lebih banyak orang dan memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan sektor bisnis yang ada. Penyuluhan yang telah dilakukan harus ditindaklanjuti dengan memberikan pendampingan untuk mengevaluasi dampak dari pelaksanaan digital marketing terhadap usaha UMKM. Pemasaran menggunakan media digital diharapkan dapat membantu bisnis yang dijalankan dan meningkatkan nilai bisnis produk.

Referensi

- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Febriani, R. (2021). Penyuluhan Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Keripik Ciping Desa Sukawana Curug Kota Serang. *ABDIKARYA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 194–202. <https://doi.org/10.47080/abdikarya.v3i2.1551>