

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia

Volume 2, Nomor 4, July 2023

ISSN: 2986-7002

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8186751>

## Peran Branding Produk Dalam Pengembangan UMKM di Desa Kebondalem

Rafika Athiyah Kurniawan<sup>1</sup>, Sonja Andarini<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

Email : [20042010088@student.upnjatim.ac.id](mailto:20042010088@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>, [sonja\\_andarini.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:sonja_andarini.adbis@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

### Abstract

*Based on the various problems affecting MSMEs in Kebondalem Village, Bareng District, Jombang Regency. This requires assistance for MSMEs in marketing strategies and how to expand market share. The implementation method used in this service goes through several stages starting from surveying MSMEs, socializing the importance of branding, and providing assistance in making logo and banner designs. Based on the results of the service, it was found that Gotro Pangestu Mushroom MSME and Bunda Sila Cake Kitchen MSME received assistance in making logos and banners, while Restu Chips MSME and Pak Imam Tempe MSME only provided assistance in making banners.*

**Keywords :** MSMEs, Branding, Digital Marketing

### Abstrak

Berdasarkan dengan berbagai permasalahan yang mempengaruhi UMKM di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Hal ini dibutuhkan pendampingan bagi UMKM dalam strategi pemasaran dan bagaimana dalam memperluas pangsa pasar. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini dengan melalui beberapa tahapan mulai dari survey UMKM, melakukan sosialisasi mengenai pentingnya branding, dan pelaksanaan pendampingan pembuatan desain logo dan banner. Berdasarkan hasil pengabdian didapatkan bahwa UMKM Jamur Gotro Pangestu dan UMKM Dapur Kue Bunda Sila mendapatkan pendampingan pembuatan logo dan banner, sedangkan UMKM Keripik Restu dan UMKM Tempe Pak Imam hanya melakukan pendampingan pembuatan banner.

**Kata kunci :** UMKM, Branding, Digital Marketing

### PENDAHULUAN

Di era persaingan global yang semakin modern ini, membuat para pelaku UMKM yang berada di daerah merasa kesulitan akibat perubahan dan peluang pasar yang ada, media promosi, sumber daya manusia, inovasi dan teknologi, pengetahuan bisnis hingga strategi pemasaran agar dapat dikenal hingga ke manca negara. Salah satu yang menjadi masalah bagi UMKM yaitu belum mengetahui manfaat dan pengetahuan mengenai branding. Dalam strategi pemasaran, branding mempunyai fungsi salah satunya yaitu sebagai wadah citra positif di ingatan konsumen, sehingga para pelaku UMKM perlu memahami bahwa branding produk adalah salah satu hal terpenting agar produk dari UMKM dapat selalu diingat oleh masyarakat dalam waktu yang cukup lama (Rifianita *et al.*, 2022).

Bagi para pelaku UMKM, branding menjadi langkah awal dalam mendapatkan pangsa pasar dan memastikan usahanya tetap dikenal. Selain sebagai wadah mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan, branding juga memiliki manfaat dalam perkembangan pasar menjadi lebih ramai dan menarik konsumen secara online (Destrina *et al.*, 2022)

Desa Kebondalem merupakan salah satu desa yang terletak di sebelah selatan Kabupaten Jombang. Desa ini memiliki beragam UMKM yang dikembangkan, namun masih banyak terdapat UMKM yang kesulitan dalam mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, mahasiswa KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur memberikan penyuluhan mengenai cara dalam mengembangkan usaha agar dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Desa Kebondalem yaitu kurang menarik dalam media promosi dan kurangnya pemahaman para pelaku usaha mengenai branding produk. Hal tersebut mempengaruhi produk UMKM yang kurang dikenal oleh masyarakat secara luas dan produk yang kurang diminati dipasaran.

Dari permasalahan di atas, mahasiswa Kelompok 03 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan program pendampingan branding produk dalam pengembangan UMKM yang berwujud desain logo dan banner. Diharapkan dengan adanya desain logo baru yang memiliki ciri khas daripada produk lain maka produk Jamur Gotro Pangestu, Dapur Kue Bunda Sila, Keripik Restu dan Tempe Pak Imam dapat memiliki daya saing tinggi, bertahan dalam jangka waktu yang lama dan lebih dikenal oleh masyarakat luas.

## METODE PENELITIAN

Pengabdian mahasiswa dalam program KKNT-MBKM ini terletak di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. UMKM yang dipilih untuk dibantu dalam pengembangan produknya beralamat di Dusun Plosorejo dan Dusun Bulusari, Desa Kebondalem. Terdapat beberapa tahapan agar dapat merealisasikan strategi yang telah disiapkan untuk menonjolkan produk UMKM tersebut, berikut tahapannya:

1. Survey dilakukan dengan wawancara dan diskusi dengan pelaku UMKM pada bulan Maret hingga awal April 2023 secara *door to door*. Kegiatan ini dilakukan agar dapat mengetahui permasalahan yang dihadapi pada setiap UMKM. Selain itu juga dapat menjadi pendekatan dengan warga sebelum melakukan kegiatan KKNT.
2. Sosialisasi yang dilakukan yaitu berupa penyampaian materi mengenai pengertian pemasaran, digital marketing serta branding produk.
3. Pendampingan kegiatan ini dilakukan pada bulan Mei 2023. Metode yang dilakukan yaitu dengan konsep *door to door* pada tiap UMKM. Pendampingan ini dipilih secara langsung karena tiap UMKM memiliki permasalahan yang berbeda-beda. Diharapkan dengan adanya pendampingan ini dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan pengabdian ini ditujukan pada empat UMKM yang berada di Dusun Plosorejo dan Dusun Bulusari, Desa Kebondalem. Dalam pengabdian ini difokuskan pada pemberian solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, yaitu dengan melakukan *re-branding*. *Re-branding* merupakan kegiatan yang dilakukan melalui tahapan dengan mengubah suatu identitas dalam melakukan komunikasi antara pelaku usaha dengan konsumen yang bertujuan untuk memberikan informasi yang telah melakukan peningkatan kualitas suatu produk yang dimiliki oleh usaha tersebut (Dewantari *et al.*, 2022). Pendampingan kegiatan *re-branding* ini dapat membantu dalam mempertahankan UMKM agar tidak kalah saing dengan UMKM lainnya. Dengan begitu diharapkan UMKM tersebut mampu dan siap bersaing secara kualitas, promosi dan pemasaran dengan UMKM lain baik dari dalam maupun luar Kabupaten Jombang. Adapun hasil pengabdian yang telah dilakukan yaitu:

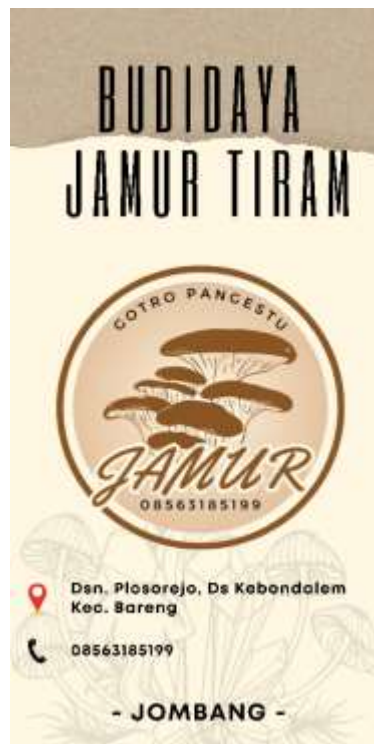
- a. UMKM Jamur Gotro Pangestu

Usaha budidaya jamur ini baru berjalan pada tahun 2020. Proses pembuatan jamur melalui beberapa tahap seperti fermentasi, sterilisasi, inokulasi, dan inkubasi dimulai dari

menumbuhkan bibit sampai dengan panen memakan waktu 30 hari. Hasil panen juga ditentukan oleh faktor cuaca. UMKM Jamur Gotro Pangestu ini sudah memiliki logo, namun bagi pelaku usaha logo tersebut dirasa kurang menarik. Selain itu, UMKM ini belum memiliki banner di tempat usahanya. Kedatangan mahasiswa Kelompok 03 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur adalah berhasil membantu dalam mengubah logo yang lebih menarik dan banner yang dapat dilihat oleh masyarakat.



**Gambar 1.** Logo UMKM Jamur Gotro Pangestu



**Gambar 2.** Banner UMKM Jamur Gotro Pangestu

b. **UMKM Dapur Kue Bunda Sila**

Produk dari UMKM Dapur Kue Bunda Sila ini yaitu kue kering dan kue basah. Usaha ini sudah berjalan cukup lama sekitar 10 tahun. Namun, pelaku usaha belum memahami mengenai branding produk. Hal ini yang menyebabkan usaha tersebut masih kurang dikenal di masyarakat luar luas. Mahasiswa Kelompok 03 KKNT MBKM membantu UMKM Dapur Kue Bunda Sila salah satunya dalam pembuatan logo dan banner.



**Gambar 3.** Logo UMKM Dapur Kue Bunda Sila



**Gambar 4.** Banner UMKM Dapur Kue Bunda Sila

c. **UMKM Keripik Restu**

Produk yang dihasilkan oleh UMKM Keripik Restu yaitu keripik pisang, keripik singkong, keripik talas, dan stik talas. Usaha ini sudah berjalan lama dan memiliki banyak reseller. Dari banyaknya reseller tersebut UMKM tersebut meminta untuk tidak menggunakan logo. Oleh karena itu, mahasiswa Kelompok 03 KKNT MBKM membantu dalam pembuatan banner.



**Gambar 5.** Banner UMKM Keripik Restu

d. UMKM Tempe Pak Imam

Sama halnya dengan UMKM Keripik Restu, UMKM Tempe Pak Imam ini sering dijual melalui reseller, yang dimana tidak memerlukan logo dalam proses pembuatannya. Namun, membutuhkan banner agar dapat dikenali oleh masyarakat bahwa terdapat pusat produksi tempe di Dusun Plosorejo. Oleh karena itu, mahasiswa Kelompok 03 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur membantu dalam pembuatan banner.



**Gambar 6.** Banner UMKM Tempe Pak Imam

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Kelompok 03 KKNT MBKM, banyak UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan di Desa Kebondalem, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Seperti halnya UMKM Jamur Gotro Pangestu, UMKM Dapur Kue Bunda Sila, UMKM Keripik Restu, dan UMKM Tempe Pak Imam. Namun, tentunya terdapat permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM tersebut yaitu media promosi yang kurang menarik dan kurangnya pemahaman pelaku usaha mengenai branding. Solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan melalui *re-branding*. Kegiatan tersebut dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dari survey, penyuluhan, hingga pendampingan perancangan logo dan banner. Perancangan logo dan banner disesuaikan dengan keinginan pelaku dan identitas UMKM.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis jurnal mengucapkan terima kasih banyak kepada pelaku UMKM Jamur Gotro Pangestu, UMKM Dapur Kue Bunda Sila, UMKM Keripik Restu dan UMKM Tempe Pak Imam 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 Kelompok 03. Dan juga kepada pihak Desa Kebondalem yang memberikan kesempatan dalam membantu empat UMKM di atas yang berada di daerah Kebondalem. Penulis mengutarakan kata terima kasih kepada Dosen Pembimbing pembuatan jurnal yaitu Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si dengan segala bentuk bimbingannya pada penyempurnaan jurnal ini. Serta teman-teman kelompok 03 KKNT-MBKM yang sangat berkontribusi pada kegiatan pengabdian masyarakat tersebut.

## Referensi

- Putri, D. dkk. 2022, Pendampingan dan Pengembangan UMKM di Kelurahan Kepanjenlor melalui Re-branding. *INCOME: Indonesian Journal of Community Service and Engagement*. 01: 195-204.
- Wijaya, B. dkk. 2022, Peran Branding dan Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM Catering Mekar Wangi. *INFORMATIKA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*. 03: 116-120.
- Rahmadani, D., Baihaqi, A. 2022, Upaya Membranding Desain Logo UMKM Gaulcraft Melalui Aplikasi Canva Untuk Mempromosikan Produk. *Prosiding Sinabis*. 159-174.