

Pendampingan Branding untuk Meningkatkan Citra dan Keberhasilan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

Branding Assistance to Improve the Image and Success of Dapur Gemilang Fitriyah MSMEs

Muhammad Thoriq Ardiazza¹, Yanda Bara Kusuma²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Korespondensi Penulis : 20042010207@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 27 Mei 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 26 Juli 2023

Keywords: *Gemilang Fitriyah Kitchen MSMEs, branding, accompaniment, brand image.*

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are crucial in many economies, generating jobs, promoting economic growth, and empowering local communities. Yet, they struggle to stand out amidst tough competition. Thus, establishing a robust brand identity through effective branding is essential. Branding assistance involves professionals aiding MSMEs in understanding their core values, crafting consistent brand messages, and designing fitting marketing strategies to appeal to customers. This support aims to enhance the recognition and competitiveness of Dapur Gemilang Fitriyah MSMEs. The research utilized a qualitative approach with a case study design, gathering primary data through interviews with business owners and relevant parties. Secondary data was also obtained through literature reviews on branding and mentoring for MSMEs. Results showcased the creation of attractive label designs and a company profile website as effective marketing tools for Dapur Gemilang Fitriyah MSMEs. This is expected to elevate the brand's image, product appeal, and expand its market outreach. Through branding assistance, Dapur Gemilang Fitriyah MSMEs can thrive and excel in an increasingly competitive market.*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam ekonomi banyak negara. Mereka berperan dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mengembangkan komunitas lokal. Namun, di tengah persaingan yang ketat, banyak UMKM menghadapi tantangan untuk menarik perhatian pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi UMKM memiliki identitas merek yang kuat melalui proses branding yang efektif. Pendampingan branding mencakup bantuan dari profesional atau konsultan branding untuk memahami nilai inti merek, menentukan pesan merek yang konsisten, dan merancang strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya tarik merek di kalangan pelanggan. Pendampingan ini bertujuan agar UMKM Dapur Gemilang Fitriyah lebih dikenal dan berhasil bersaing di pasar. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus sebagai desain penelitian. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan pihak-pihak terkait dalam proses pendampingan branding. Selain itu, data sekunder juga dikumpulkan melalui tinjauan literatur tentang branding dan pendampingan bagi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan berhasil tercipta desain label baru yang lebih menarik dan website company profile sebagai media pemasaran yang efektif bagi UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan citra merek dan daya tarik produk, serta memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM tersebut kepada masyarakat luas. Dengan adanya pendampingan branding yang dilakukan, diharapkan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dapat terus berkembang dan menghadapi persaingan di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: UMKM Dapur Gemilang Fitriyah, branding, pendampingan, citra merek.

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik adalah salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dengan pendekatan interdisipliner, institusional, dan kemitraan, yang merupakan bagian dari tridharma perguruan tinggi (Rangki et al., 2020). KKN Tematik bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kepekaan sosial dan berkontribusi aktif dalam mendukung proses pembangunan masyarakat (Kartika et al., 2022). Dalam kegiatan KKN Tematik, kelompok 84 memfokuskan pada skema Kewirausahaan dan ekonomi kreatif, dengan tujuan utama membantu UMKM dalam mencapai keberhasilan.

Sebagai tulang punggung ekonomi di banyak negara, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan memajukan komunitas lokal. Namun, tantangan besar yang dihadapi oleh sebagian besar UMKM adalah persaingan yang sengit dalam memperoleh perhatian pelanggan di tengah pasar yang padat. Salah satu faktor kunci yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM adalah memiliki identitas merek yang kuat melalui proses branding yang efektif.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di seluruh Indonesia turut menghadirkan beberapa tantangan, termasuk di dalamnya permasalahan seputar branding. Branding merupakan rangkaian kegiatan yang bertujuan menciptakan brand berkualitas, didasarkan pada loyalitas, kesadaran, dan pandangan kualitas dari brand tersebut. Pentingnya branding yang baik menjadi kunci dalam meningkatkan penjualan produk, karena mampu menarik minat konsumen untuk membeli (Muhamad Pauzy & Risana, 2021). Branding juga memberikan manfaat berupa peningkatan minat konsumen dalam membeli produk, memperkuat loyalitas pelanggan, membantu menentukan harga jual, serta membedakan produk perusahaan dengan pesaing (Soraya Dewi, 2020). Oleh karena itu, branding menjadi strategi yang relevan bagi UMKM dalam bersaing dengan kompetitor sejenis.

Salah satu UMKM di Kota Surabaya yang mengalami perkembangan pesat adalah UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Produk ini bergerak di bidang usaha kuliner, khususnya dalam layanan catering di Surabaya. Dapur Gemilang Fitriyah telah beroperasi selama sekitar dua tahun dan menyajikan hidangan berkualitas tinggi dengan cita rasa yang khas. Namun, meskipun memiliki produk yang berkualitas, UMKM Dapur Gemilang Fitriyah menghadapi kendala dalam branding, terutama pada label dan kemasan yang belum menarik, yang menyebabkan tingkat penjualan produk masih rendah (Utomo et al., 2023). Untuk mengatasi

permasalahan tersebut, KKN Tematik kelompok 84 Kelurahan Penjaringansari berkolaborasi dengan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dalam pendampingan branding. Pendampingan branding ini melibatkan bantuan profesional atau konsultan branding yang membantu perusahaan dalam memahami nilai inti merek, menentukan pesan merek yang konsisten, dan merancang strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan daya tarik merek di mata pelanggan. Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat meningkatkan citra merek Dapur Gemilang Fitriyah dan mencapai keberhasilan yang lebih baik sebagai pelaku UMKM di bidang usaha kuliner.

Guna memahami dan mendokumentasikan pendampingan branding yang dialami oleh Dapur Gemilang Fitriyah, kami akan mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha dari Dapur Gemilang Fitriyah. Selain itu, data sekunder akan dikumpulkan melalui tinjauan literatur tentang branding dan pendampingan bagi UMKM. Melalui program pengabdian ini, diharapkan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dapat meningkatkan penjualan dan mencapai keberhasilan dalam bersaing di pasar yang kompetitif. Kolaborasi antara mahasiswa KKN Tematik dengan UMKM dan lintas program studi diharapkan memberikan kontribusi positif dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di wilayah Kelurahan Penjaringansari.

METODE

Kegiatan pendampingan branding untuk meningkatkan penjualan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah telah berhasil dilaksanakan oleh kelompok 84 KKN Tematik MBKM. Kegiatan ini berlangsung di Kelurahan Penjaringansari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur, dengan berbasis di rumah pemilik UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Program pendampingan ini dilaksanakan mulai tanggal 05 Mei 2023 hingga 18 Juni 2023. Metode yang kami gunakan ialah metode kualitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena atau peristiwa yang kompleks dalam konteks alami di mana peristiwa tersebut terjadi. Dalam penelitian metode kualitatif, data dikumpulkan melalui teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, studi kasus, dan analisis dokumen. Peneliti berusaha untuk terlibat secara aktif dengan subjek penelitian untuk memahami konteks sosial, budaya, dan psikologis yang mempengaruhi fenomena yang diteliti.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pendampingan branding terhadap UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Pertama: Tahap awal dari kegiatan pendampingan yaitu wawancara dengan pemilik UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Wawancara dilakukan dengan kunjungan langsung ke UMKM tersebut. Wawancara bertujuan untuk memahami kondisi awal dan jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM serta latar belakang berdirinya usaha tersebut .

2. Tahap Kedua: Tahap selanjutnya adalah observasi lapangan. Observasi dilakukan langsung di lokasi UMKM Dapur Gemilang Fitriyah untuk mengetahui kendala yang dihadapi saat ini serta mendokumentasikan proses produksi Dapur Gemilang Fitriyah yang nantinya akan dijadikan video singkat dalam video profil UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari. Hasil observasi menjadi dasar untuk merumuskan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM tersebut. (Lihat Gambar 1).

3. Tahap Ketiga: Setelah observasi, dilakukan perumusan rekomendasi solusi dan tindak lanjut pada permasalahan. Rekomendasi solusi disampaikan langsung di tempat UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dengan tujuan agar pelaksanaan solusi dapat segera dilakukan.



Gambar 1. Kegiatan Observasi Pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah .

(Sumber : Dokumen Pribadi)

4. Tahap Keempat: Tahap terakhir adalah pelaksanaan solusi permasalahan dengan merancang dan menciptakan identitas usaha melalui proses branding. Pelaksanaan dimulai dengan pembaruan logo kemasan, dan pembuatan Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok 84 KKN Tematik MBKM menjalankan program pendampingan branding sebagai bentuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat untuk UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Branding ini mencakup beberapa kegiatan dengan tujuan untuk menjadi struktur awal bagi UMKM tersebut, sehingga penjualan dapat meningkat dan mampu bersaing dengan UMKM lainnya.

Pendampingan Branding Label Pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

. Dalam proses mendesain label untuk UMKM Dapur Gemilang Fitriyah, kelompok 84 KKN Tematik menggunakan permintaan dari pemilik usaha sebagai panduan. Desain label dibuat menggunakan perangkat berupa laptop. Sebelum memulai pembuatan desain label, penentuan elemen-elemen yang relevan dengan produk dan ciri khas dari UMKM Dapur Gemilang Fitriyah menjadi langkah penting. Setelah menentukan elemen yang akan digunakan, proses mendesain dilakukan dengan menggunakan aplikasi AI editing foto (adobe Photoshop). Adobe Photoshop adalah perangkat lunak pengeditan foto profesional yang menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk menyediakan berbagai fitur dan alat untuk mengedit dan memanipulasi gambar. Aplikasi ini telah menjadi standar industri dalam bidang pengeditan foto dan digunakan oleh fotografer, desainer grafis, seniman, dan banyak profesional kreatif lainnya. Setelah proses desain label selesai, langkah berikutnya adalah mempresentasikan hasil desain kepada pemilik UKM Dapur Gemilang Fitriyah untuk mendapatkan masukan dan persetujuan. Hal ini dilakukan agar kelompok 84 dapat menerima saran dari pemilik UMKM mengenai label yang telah dipresentasikan. (Lihat Gambar 2) yang menunjukkan perbandingan antara label lama dan label baru pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah



Gambar 2. Label Dapur Gemilang Fitriyah sebelum dan sesudah dilakukan branding.

(Sumber : Dokumen Pribadi)

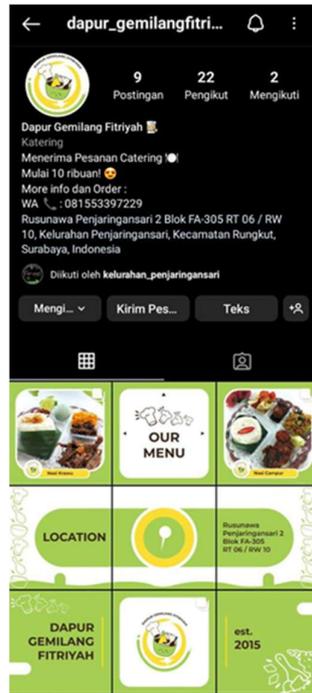
Branding pada label Dapur Gemilang Fitriyah dilakukan sebagai langkah untuk menyegarkan tampilan label yang sudah ada dan menyesuaikan desain dengan kemasan yang baru. Tujuan dari pendesainan label baru ini adalah untuk memberikan sentuhan segar dan lebih menarik bagi konsumen.

Kelompok 84 KKN Tematik MBKM mengimplementasikan program pendampingan branding sebagai bentuk pengabdian masyarakat untuk UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Program ini mencakup beberapa kegiatan dengan tujuan untuk menjadi landasan awal bagi UMKM tersebut, sehingga penjualan dapat meningkat dan dapat bersaing dengan UMKM lainnya.

Modernisasi Pemasaran Pembuatan Instagram UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

Dalam rangka mendukung UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dalam mengatasi kendala branding pada label dan kemasan, kelompok 84 KKN Tematik melakukan pendampingan tambahan. Pendampingan ini berfokus pada memanfaatkan media elektronik sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan produk Dapur Gemilang Fitriyah kepada masyarakat luas. Keputusan ini didasarkan pada fakta bahwa penggunaan media sosial semakin meningkat, dan promosi menjadi faktor kunci dalam kesuksesan bisnis. Dengan pendampingan ini, diharapkan UMKM dapat lebih efektif dalam memanfaatkan media elektronik untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka di pasar.

Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi produk Dapur Gemilang Fitriyah memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan media lainnya. Salah satu keunggulan utamanya adalah meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar, di mana Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer, dan memiliki banyak pengguna aktif, sehingga akun tersebut dapat diakses oleh banyak calon pelanggan potensial. Dengan strategi pemasaran yang tepat, akun Instagram dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk di luar daerah tempat UMKM berlokasi. Dalam konteks ini, Instagram menjadi sarana yang sangat efektif untuk berjualan dan mempromosikan produk dalam bisnis online. Instagram UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dirancang dengan menyajikan konten menarik tentang produk sirup jahe, informasi mengenai promosi, testimoni pelanggan, dan berbagai cerita di balik usaha UMKM tersebut. Melalui modernisasi pemasaran ini, diharapkan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dapat memberikan informasi yang lebih baik kepada masyarakat luas dan meningkatkan efektivitas promosi produk mereka. Gambar 3 menunjukkan tampilan dari Instagram UMKM Dapur Gemilang Fitriyah.



Gambar 3. Tampilan Instagram Dapur Gemilang Fitriyah
(Sumber : Dokumen Pribadi)

KESIMPULAN

Hasil kegiatan pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah menunjukkan bahwa dalam kegiatan pendampingan branding label, proses pembuatan label dilakukan dengan menggunakan aplikasi adobe photo, dengan fokus pada pembaharuan agar label menjadi lebih menarik. Selain itu, dalam kegiatan pemasaran, kelompok KKN Tematik 84 melakukan modernisasi pemasaran dengan menciptakan sebuah media sosial yaitu Instagram.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa branding memegang peranan krusial dalam memberikan citra positif dan ciri khas bagi produk UMKM. Branding juga memiliki manfaat besar dalam memperkenalkan produk secara lebih luas dan membuatnya melekat dalam ingatan konsumen. Melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan, diharapkan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dapat meningkatkan kualitas persaingan mereka, membantu pemilik UMKM dalam mengembangkan produk agar lebih dikenal oleh konsumen, dan memperluas pasar pemasaran produk mereka. Dengan demikian, branding menjadi salah satu kunci keberhasilan UMKM dalam membangun citra dan meningkatkan popularitas produk di pasaran.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penelitian ini yang berjudul "Pendampingan Branding untuk Meningkatkan Citra dan Keberhasilan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah." Pertama-tama, kami ingin berterima kasih kepada UPN "Veteran" Jawa Timur atas kesempatan yang telah diberikan untuk melaksanakan kegiatan KKN Tematik sebagai bagian dari pengabdian masyarakat. Tanpa dukungan ini, penelitian ini tidak akan terlaksana. Kami juga ingin menyampaikan apresiasi yang tinggi kepada pemilik UMKM Dapur Gemilang Fitriyah yang telah dengan sepenuh hati berpartisipasi dalam kegiatan pendampingan branding. Kerjasama dan kontribusi dari UMKM ini sangat berarti bagi kemajuan penelitian ini.

Selanjutnya, kami ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, saran, dan masukan berharga dalam pelaksanaan penelitian ini. Tak lupa, ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada kelompok KKN Tematik 84 yang telah berjuang dan bekerja keras dalam melakukan pendampingan branding bagi UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Terakhir, penghargaan kami juga ditujukan kepada semua responden dan informan yang telah berkenan memberikan data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Semua kontribusi dan dukungan dari berbagai pihak telah menjadi daya dorong bagi kelancaran penelitian ini. Segala bentuk partisipasi telah memberikan sumbangsih berharga dalam upaya meningkatkan citra dan keberhasilan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah. Terima kasih atas segala bantuannya.

DAFTAR REFERENSI

- Rangki, L., Alifariki, L. O., & Dalla, F. (2020). *Journal of Community Engagement in Health Upaya pencegahan dan penanggulangan transmisi covid 19 melalui program KKN Tematik Mahasiswa Universitas Halu Oleo*. 3(2), 266–274. <https://doi.org/10.30994/jceh.v3i2.78>
- Prisma, B., Wijaya, A., Rahardika, S. D., Lesmana, M. F., Cahyo, A. D., Malik, A., Andryansyah, M., Septiandini, A., Damayanti, A. A., & Ardhyani, I. W. (2022). *Peran Branding dan Digital Marketing dalam Pengembangan UMKM Catering Mekar Wangi*. 3(3).
- Ardhanari, M., & Nugrohadi, G. E. (2022). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada Umkm Produk Khas Olahan Hasil Laut Di Kelurahan Sukolilo Baru – Kenjeran, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 18. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31415>
- Diana, L., Amini, N. P., Ahsan, A. D., Revandra, M., & Harum, A. (2022). UPAYA BRANDING UMKM KELURAHAN DUKUH SUTOREJO DENGAN PEMBUATAN DESAIN LOGO DAN KARTU NAMA. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 1, 89–94.
- Ermawati, E. (2019). *Pendampingan peranan dan fungsi kemasan produk dalam dunia pemasaran desa yosowilangun lor*. 2(2), 15–22.
- Framita, D. S., Maulita, D., Ekonomi, F., & Raya, U. S. (2020). *Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan , Labelling dan Branding Produk di Desa Sukaratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang*. 2, 107–118. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.254>
- Jupri, A., Herlembang, B., Anggiri jauzy ariyansyah, M., Yolanda Ika Anggari, B., Rozi, T., & Prasyai, E. S. (2021). Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing pada Produk Umkm Keripik Talas di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.931>
- Kartika, W., Sukindrawati, B., & Susanti, F. E. (2022). *Peran Kuliah Kerja Nyata dalam Penguatan Sumber Daya di RW 10 Kelurahan Karangwaru Kapanewon Tegalrejo Kota Yogyakarta*. 112–117.
- Mayasi, S. R., Nugraha, I., & Wonosalam, K. (2022). *PENDAMPINGAN PROSES SERTIFIKASI SNI PADA UMKM KOPI BINAAN BSN*. 6(September), 1529–1535.
- Muhamad Pauzy, D., & Risana, D. (2021). *PELATIHAN KETERAMPILAN MENDESAIN KEMASAN DAN BRANDING DALAM PENJUALAN PRODUK (BERAS SETRA RAMOS) DI WILAYAH CIAWI KABUPATEN TASIKMALAYA*. 4 (4). <https://doi.org/10.36257/aps.vvix>