

Pendampingan branding identitas usaha upaya peningkatan daya saing UMKM catering “Dapoer Attila”

Adelia Rahma Shabira*, Anny Widiasmara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: rahmashabiraadelia@gmail.com)

Received: 29-November-23; Revised: 25-December-23; Accepted: 30-December-23

Abstract

Dapoer Attila Catering is one of the MSMEs in Setren Village Bayeman Hamlet Balerejo Madiun Regency. The development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) requires business owners to have a marketing strategy for marketing their products to increase competitiveness and develop their business potential. One of the strategies, in this case, is branding. Branding exists in a product or service, such as a name, sign, symbol, logo, or combination intended to identify a product or service. Branding aims to introduce a product to the broader community, build public trust in a product, and shape public perceptions of the product being sold. Based on the above problems, a community service program was carried out to help brand the identity of the Dapoer Attila Catering business using the Canva application. Based on the service results, the service program has gone well because MSME partners can gain knowledge and skills.

Keywords: Canva, MSMEs, Branding, Dapoer Attila

Abstrak

Dapoer Attila Catering merupakan salah satu UMKM yang ada di Desa Setren Dusun Bayeman Balerejo Kabupaten Madiun. Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menuntut para pemilik usaha untuk memiliki strategi pemasaran dalam memasarkan produknya guna meningkatkan daya saing dan mengembangkan potensi usahanya. Salah satu strateginya dalam hal ini adalah branding. Branding ada dalam suatu produk atau layanan, seperti nama, tanda, simbol, logo, atau kombinasi yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu produk atau layanan. Branding bertujuan untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat luas, membangun kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk, dan membentuk persepsi masyarakat terhadap produk yang dijual. Berdasarkan permasalahan diatas maka dilakukanlah program pengabdian kepada masyarakat untuk membantu branding identitas usaha Dapoer Attila Catering dengan menggunakan aplikasi Canva. Berdasarkan hasil pengabdian, program pengabdian telah berjalan dengan baik karena mitra UMKM dapat memperoleh ilmu dan keterampilan.

Kata kunci: Canva, UMKM, Branding, Dapoer Attila

How to cite: Adelia, A. R. S., & Widiasmara, A. (2022). Pendampingan branding identitas usaha upaya peningkatan daya saing UMKM catering “Dapoer Attila”. *Penamas: Journal of Community Service*, 3(2), 86–94. <https://doi.org/10.53088/penamas.v3i2.690>

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai tempat tersendiri dalam roda pergerakan dan pertumbuhan perekonomian negara ini. Salah satu roda perekonomian tidak bisa terpengaruh oleh tekanan eksternal, sehingga mampu bertahan dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia. Hal ini dapat terjadi karena UKM mikro memiliki volume investasi yang rendah dan intensitas tenaga kerja yang cukup tinggi, sehingga sangat fleksibel terhadap krisis ekonomi atau perubahan pasar.

UMKM merupakan sektor ekonomi terpenting yang secara mandiri menunjang kesejahteraan perekonomian masyarakat (Al Farisi et al., 2022; Arliman, 2017; Kadeni & others, 2020). Kegiatan UMKM menjadi penggerak perekonomian Kabupaten Madiun. Jika masyarakat ikut serta dalam pengelolaan usaha melalui UKM, maka dapat dikatakan masyarakat juga ikut serta dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Salah satunya UMKM Catering Dapoer Attila yang didirikan oleh Ibu Umi dan ibunya, berlokasi di Dusun Bayeman, Desa Setren, Kecamatan Balerejo, Kabupaten Madiun. Katering UMKM Dapoer Attila bergerak di bidang industri makanan dan telah melakukan lebih dari 1000 pesanan dalam enam tahun.

UMKM Dapoer Attila Catering menghadapi beberapa kendala dalam pelaksanaan usahanya, yang aspek-aspeknya masih saling berhubungan. Salah satunya terkait branding atau presentasi produk kepada konsumen. Pengusaha hanya fokus pada lini transaksi atau lini penjualan produk yang monoton, tanpa memahami pentingnya branding dalam pengembangan produk. Hambatan tersebut dapat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, cepatnya rasa puas terhadap hasil, tertutupnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, atau kurangnya kewirausahaan yang matang.

Pengertian kewirausahaan adalah suatu cara pemecahan masalah atau penyelesaian masalah dengan menerapkan kreativitas sebagai penunjang dalam memanfaatkan peluang dalam kehidupan sehari-hari (Andriana, 2021; Kaka & Sunita, 2022; Manurung, 2013). Salah satu faktor yang berpengaruh untuk meningkatkan penjualan produk dan menarik minat konsumen adalah metode penjualan yang tepat (Sukaemi et al., 2023). Strategi merupakan bagian penting dalam pemasaran produk yang dapat menanamkan citra positif produk di benak konsumen. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku UMKM untuk mengetahui strategi logo dan branding agar produk yang mereka kembangkan dapat melekat di benak konsumen atau bertahan lama di benak mereka. Strategi logo dan merek secara signifikan dapat mempengaruhi perkembangan dan daya saing suatu perusahaan (Muntazori & Listya, 2021). Selain itu, strategi logo dan merek juga mempengaruhi kemungkinan keberlanjutan perusahaan (Setiawati et al., 2019).

Berdasarkan analisis situasi, teridentifikasi beberapa permasalahan, yaitu: 1. Strategi merek masih belum lengkap. 2. Kurangnya kegiatan yang mendukung skill branding. Untuk mengatasi permasalahan di atas, maka perlu ditentukan strategi branding yang tepat untuk diterapkan oleh Dapoer Attila Catering untuk UMKM. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan merek yang menarik sehingga dapat mempengaruhi kualitas atau reputasi produk. Merek yang menarik dengan kualitas produk yang baik dapat menjadi faktor pendukung berkembangnya UKM.

Tugas strategi merek dalam teknik pemasaran antara lain: 1. Diferensiasi, suatu merek produk dapat berbeda dengan produk lain sedemikian rupa sehingga mempunyai ciri khas tersendiri. 2. Daya tarik dan ikon periklanan, branding memberikan kemudahan dalam menghadirkan produk kepada konsumen. 3. Dengan

membentuk citra produk, merek dapat menjadi alat presentasi kepada calon konsumen sehingga meningkatkan kepercayaan dan kualitas produk. 4. Dengan memantau pasar, mengetahui merek-merek yang ada di pasar, pesaing memikirkan kembali kegiatan apa yang perlu mereka lakukan dalam persaingan, dan konsumen mendapat informasi tentang keberadaan merek di pasar. Oleh karena itu, layanan sosial pada UMKM diasumsikan memberikan pengaruh positif terhadap pengembangan usaha, daya tarik produk, dan pembentukan citra produk, sehingga dalam jangka panjang banyak orang yang mengetahuinya.

2. Metode Pengabdian

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada UMKM Catering Dapoer Attila, kegiatan ini dilakukan di Dusun Bayeman, Desa Setren, Kecamatan Balerejo, Kabupaten Madiun selama satu bulan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan, pendampingan dan penerapan strategi identitas usaha (Candraningrat et al., 2018; Insana, 2020; Rahmatin et al., 2023). dengan tahapan:

1. Observasi, pengamatan secara langsung terhadap kegiatan penjualan yang dilaksanakan oleh UMKM Catering Dapoer Attila. Dalam observasi ini penulis mahasiswa melakukan survei di lokasi usaha Dapoer Attila guna melihat kondisi tempat usaha.
2. Wawancara, pengumpulan informasi lebih lanjut dengan melakukan tanya jawab kepada pemilik UMKM Catering Dapoer Attila. Dalam wawancara ini mahasiswa memberikan beberapa pertanyaan terkait dengan omset penjualan, kendala yang dihadapi selama mendirikan usaha, dan kekurangan dalam usaha.
3. Sosialisasi, digunakan dalam kegiatan pemaparan materi yang ditujukan kepada UMKM Catering Dapoer Attila. Dalam sosialisasi ini mahasiswa memberikan penjelasan terkait dengan pentingnya identitas usaha, cara branding identitas usaha, dan cara pembuatan identitas usaha.
4. Diskusi, dialog mengenai pembahasan materi yang dilakukan oleh mahasiswa dan UMKM Catering Dapoer Attila. Pada dialog ini juga bertujuan untuk mengetahui keinginan mitra dalam pembuatan identitas usaha.
5. Praktik, dalam kegiatan ini pemilik usaha diajarkan cara pembuatan identitas usaha melalui aplikasi canva.

3. Hasil Pengabdian

Setelah melakukan beberapa tahapan metode pengabdian penulis akhirnya mendapatkan informasi yang dapat digunakan dalam proses pendampingan branding identitas usaha dapoer Attila, Adapun informasi yang didapat dari tahapan metode pengabdian diantaranya yaitu:

1. Setelah melakukan observasi usaha penulis menemukan adanya lokasi usaha yang kurang strategis, karena tempat usaha yang berada di dalam rumah dan tidak ada identitas usaha yang terpasang di depan rumah. Dengan kondisi usaha tersebut menyebabkan terbatasnya konsumen untuk mengetahui lokasi usaha dapoer attila.

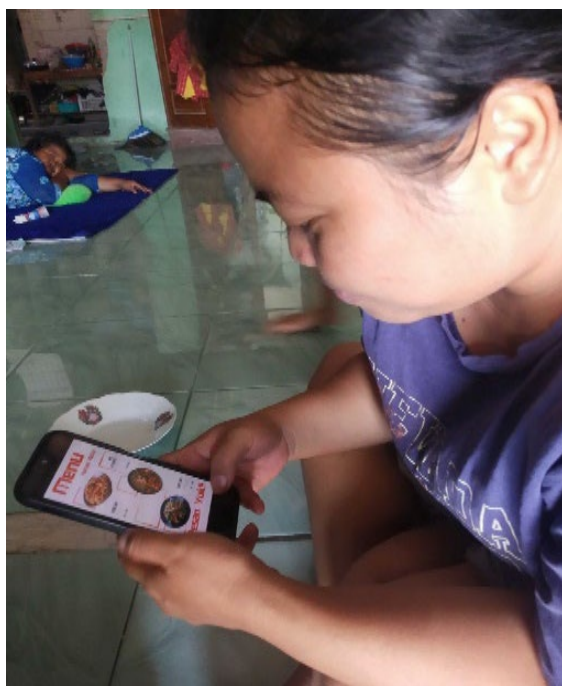
2. Selama proses wawancara berlangsung penulis mendapatkan informasi terkait dengan omset usaha, kendala yang dihadapi, dan kekurangan dalam usaha. Dalam usahanya, selama satu bulan dapoer Attila dapat meraih omset sekitar 3-5 juta namun itu semua tergantung dengan pesanan yang didapatkan. Meskipun demikian dapoer Attila mengalami kendala dalam proses pemasaran karena selama ini hanya mengandalkan pelanggan yang datang tanpa mempromosikan melalui media sosial serta tidak ada tradisional marketing yang terpasang di lokasi usaha dan logo usaha. Oleh karena itu penulis berupaya memberikan pendampingan branding identitas usaha berupa pembuatan digital marketing melalui Instagram, pembuatan logo usaha, dan banner.
3. Dalam proses sosialisasi penulis menjelaskan kepada pemilik UMKM Catering dapoer Attila terkait dengan identitas usaha, cara branding identitas usaha dan pembuatan identitas usaha melalui aplikasi canva.
4. Setelah melakukan sosialisasi terkait dengan identitas usaha, kemudian penulis melakukan diskusi bersama pemilik usaha membahas terkait dengan desain yang diinginkan, hal apa saja yang dibutuhkan dalam proses pengembangan usaha UMKM Catering dapoer Attila. Pemilik menginginkan logo dapoer atilla ini memiliki unsur anak perempuan agar sesuai dengan nama usaha yang diambil dari nama anak pemilik usaha, pemilik juga ingin membuat banner sebagai identitas usaha tradisional marketing yang terpasang di depan lokasi usahanya, tidak hanya itu pemilik juga menginginkan adanya digital marketing agar memudahkan masyarakat luas mengetahui usaha dan sebagai media posting katalog produk.
5. Dalam tahapan terakhir penulis memberikan praktik pembuatan branding identitas usaha melalui canva. Dimana pemilik diberikan arahan dan tata cara dalam pembuatan logo dan merek, pembuatan desain banner melalui canva, serta pembuatan akun media sosial Instagram sebagai proses pemasaran produk dan sarana promosi online.



Gambar 1. Sosialisasi dan diskusi

Keberlangsungan kegiatan pengabdian masyarakat telah sukses dilaksanakan di Dusun bayeman, Desa Setren, Kecamatan Balerejo, Kabupaten Madiun. yang bekerjasama dengan salah satu UMKM yaitu Catering Dapoer Attila, merupakan salah satu UMKM yang bergelrak dil bidang makanan, menjual berbagai macam olahan masakan, kue kering dan kue basah. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menyampaikan materi mengenai branding identitas usaha memberikan bimbingan kepada UMKM Catering Dapoer Attila selaku mitra yang disampaikan oleh mahasiswa. Hasil luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu berupa pembuatan merek, logo merek sebagai bentuk identitas dalam usaha dan peningkatan usaha Catering Dapoer Attila. Selain itu, terdapat panduan dalam sosialisasil strategil merek yang nantinya mitra UMKM diharapkan dapat menerapkannya hingga tercapai hasil perkembangan UMKM yang berkelanjutan di masa mendatang.

Pembuatan identitas usaha merek dilakukan agar produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat, karena merek sendiri merupakan identitas pengenal dari suatu produk yang berbeda dari produk yang lainnya. Logo merupakan ciri khas produk agar dapat dengan mudah dikenali konsumen dan mempermudah pemasaran produk. Dengan demikian, branding logo diperlukan untuk mendukung hasil produksi. Adapun hasil pengabdian yang telah dilakukan yaitu:



Gambar 2. Praktik branding identitas usaha

Pembuatan logo produk Catering Dapoer Attila

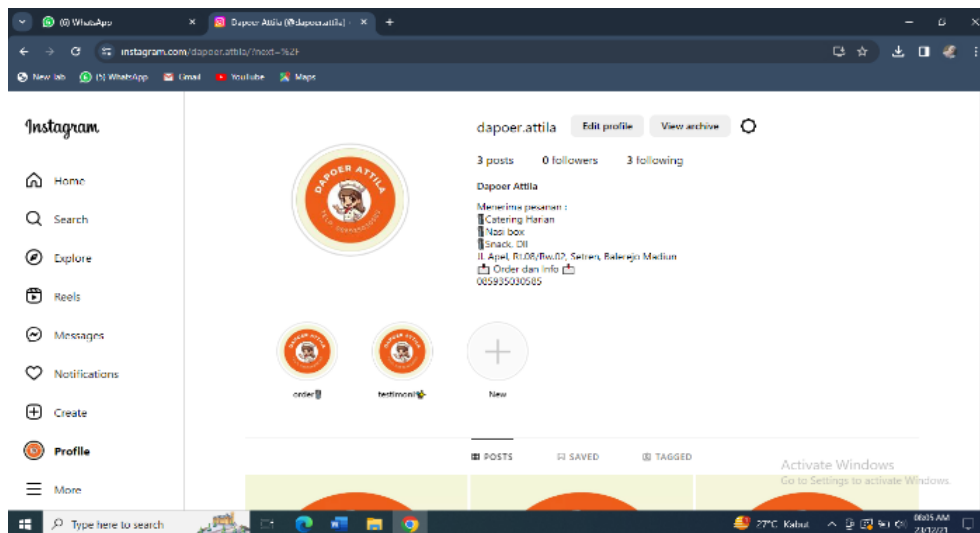
Pembuatan logo dilakukan agar produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat, karena logo sendiri merupakan identitas pengenal dari suatu produk yang berbeda dari produk yang lainnya. Logo merupakan ciri khas produk agar dapat dengan mudah dikenali konsumen dan mempermudah pemasaran produk. Dengan demikian, branding logo diperlukan untuk mendukung hasil produksi di masa mendatang (Sari & Takarini, 2023).



Gambar 3. Desain logo merek

Pembuatan sosial media Instagram

Pembuatan sosial media digunakan sebagai media pemasaran berbasis digital secara praktis dan efisien, juga untuk memperluas jaringan pasar agar lebih banyak masyarakat yang mengetahui dan mengenal produk dari Catering Dapoer Attila. Sosial media Instagram dipilih karena merupakan tipikal sosial media yang dapat menampilkan foto produk, membagikan video, serta dapat digunakan sebagai media komunikasi sekaligus.



Gambar 4. Pembuatan akun Instagram

Pembuatan design banner Catering Dapoer Attila

Banner sendiri digunakan agar lokasi Catering Dapoer Attila dapat ditemukan dengan mudah, karena dapat dikenali logo dan nama UMKM Catering Dapoer Attila. Meskipun lokasi usaha tercantum pada Google Maps, namun masih diperlukan banner untuk memudahkan calon konsumen baru menemukan lokasi tepatnya.



Gambar 5. Desain banner usaha



Gambar 6. Pemasangan banner

Tabel 1. Uraian permasalahan dan Solusi

No	Permasalahan	Solusi
1.	Masih kurangnya pengetahuan mengenai strategi merek	Memberikan sosialisasi dan pemahaman
2.	Identitas usaha yang tidak menarik dan tidak memiliki logo merek	Melakukan diskusi serta membuatkan desain logo dan merek
3.	Kurangnya aktivitas yang menunjang keterampilan dalam membranding	Memberikan pelatihan pembuatan identitas usaha melalui canva

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengabdian yang meliputi branding dalam pembuatan logo dan banner untuk UMKM Catering Dapoer Attila, pelatihan branding identitas usaha upaya peningkatan daya saing UMKM, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian telah berjalan dengan baik. Bahkan dari awal mitra dengan senang hati menerima penulis untuk melakukan kegiatan pengabdian pada usaha yang dimilikinya, serta mendapat respon yang positif. Mitra mengikuti pendampingan yang diberikan dari kegiatan pengabdian ini dengan antusiasme yang tinggi, sehingga dari adanya pendampingan ini mitra sudah mengetahui cara branding identitas usaha, membuat merek dan logo identitas usaha dan memiliki akun Instagram sebagai tempat promosi sekaligus penjualan produk. Tidak hanya itu dengan pengetahuan dan ketrampilan yang baru dari hasil kegiatan ini dapat dilanjutkan dalam menjalankan usahanya dengan tujuan usaha Catering Dapoer Attila semakin maju dan semakin luas jaringan pemasaran untuk kedepannya serta memberikan peningkatan pada omset penjualan produknya.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis tidak akan berhasil tanpa dukungan dan kerjasama dari segala pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada UMKM Catering Dapoer Attila. Serta tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan Dr. Anny Widiastara, S.E., M.Si., CSRS yang telah membantu dalam proses pembuatan karya dan Mentor pelaksanaan kegiatan pendampingan. Semoga dengan adanya kegiatan pendampingan ini dapat memberikan dampak bagi kemajuan UMKM Catering Dapoer Attila.

Referensi

- Al Farisi, S., Fasa, M. I., & others. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Andriana, A. N. (2021). Survei Identifikasi Potensi Dan Peluang Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Mulawarman. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(3), 227–237. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.227-237>
- Arliman, L. (2017). Perlindungan hukum UMKM dari eksploitasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387–402.
- Candraningrat, C., Adrianto, Y. R., & Wibowo, J. (2018). Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(01).
- Insana, D. R. M. (2020). Penerapan Model Canvas, Marketing Mix Dan Teknologi Informasi Untuk Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan (Pengabdian kepada Masyarakat untuk UMKM di Wilayah Cirebon). *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 168–173.
- Kadeni, N. S., & others. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam

- Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191–200.
- Kaka, A., & Sunita, N. W. (2022). Ilmu Bisnis Bersama Matematika. *Emasains: Jurnal Edukasi Matematika Dan Sains*, 11(2), 43–53.
- Manurung, H. (2013). Peluang Kewirausahaan Sekolah Melalui Kreativitas dan Inovasi. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 1–28.
- Muntazori, A. F., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *Jurnal Desain*, 1(3), 342–351.
- Rahmatin, D. Z., Jannah, D. N., Hidayati, D. N., Ningsih, W., Febriyanti, T., Susanti, P. L., & others. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Strategi Branding Dan Digital Marketing Bagi Pemasaran Produk UMKM Desa Karang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2), 7–12.
- Sari, J. P., & Takarini, N. (2023). Pendampingan Branding Dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Catering Di Kelurahan Kepanjen Kidul, Kota Blitar. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian ...*, 1(3).
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Sukaemi, L. H., Muharam, I. S., & Kamilah, H. F. (2023). Copywriting for Teenagers' Personal Branding on Social Media. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 433–444.