

Branding Produk UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing dan Nilai Jual

Ismadiyanti Purwaning Astuti¹, Bayu Wijaya Kusuma²

^{1,2}Program Studi Ekonomi, Universitas Amikom Yogyakarta

E-mail: ¹ismadiyanti@amikom.ac.id, ²bayuwijaya@students.amikom.ac.id,

Abstrak

UMKM menjadi salah satu usaha penopang ekonomi masyarakat Indonesia. Salah satu usaha yang bertahan dimasa pandemi bahkan berkembang dengan pesat adalah usaha pengrajin sangkar burung. Tidak hanya berkembang tetapi jumlah pengrajin semakin banyak karena dampak pemutusan hubungan kerja yang dilakukan oleh beberapa perusahaan di Klaten. Banyaknya pengrajin sangkar burung yang ada di Klaten menjadikan D'Anto Craft harus melakukan branding terhadap produk yang diproduksi. Permasalahan pertama yang dihadapi mitra pengabdian kepada masyarakat yaitu D'Anto Craft belum melakukan branding terhadap sangkar burung yang dihasilkan dan belum melakukan branding komunikasi terhadap produk yang telah dihasilkan. Metode yang digunakan adalah pendampingan mengenai branding produk yang dihasilkan mitra dengan pembuatan desain dan logo dan pendampingan branding komunikasi dengan pembuatan dan cetak banner. Tujuan kegiatan ini membranding produk untuk meningkatkan daya saing nilai jual sangkar burung produksi D'Anto Craft melalui pembuatan logo dan banner. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan harga jual produk dan memperluas pasar sehingga berdampak positif pada peningkatan pendapatan dan keuntungan usaha D'Anto Craft.

Kata kunci: branding, UMKM, Sangkar Burung

Abstract

MSMEs are one of the supporting businesses for the Indonesian people's economy. One of the businesses that survived during the pandemic and even developed rapidly is the business of bird cage craftsmen. Not only is it growing, but the number of artisans is increasing due to the impact of termination of employment by several companies in Klaten. The large number of bird cage artisans in Klaten makes D'Anto Craft have to brand its products. The first problem faced by community service partners is that D'Anto Craft still needs to carry out branding of the bird cages produced and has yet to carry out communication branding of the products created. The method used is assistance regarding product branding produced by partners by making designs and logos and branding communication assistance by completing and printing banners. This activity aims to compare products to increase the competitiveness of the selling value of bird cages produced by D'Anto Craft through the creation of logos and banners. This service activity is expected to increase product selling prices and expand the market to impact D'Anto Craft's income and business profits positively.

Keywords: branding, MSMEs, bird cage

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan perekonomian masyarakat. UMKM menjadi target masyarakat karena modal yang kecil untuk memulai usaha atau di bawah 25 juta. Keadaan masyarakat Indonesia yang sebagian besar merupakan masyarakat yang konsumtif menjadi peluang pasar yang besar. Kondisi pandemi covid-19 menyebabkan banyak masyarakat yang terkena pemutusan kerja atau PHK sehingga beralih memulai usaha baik offline maupun online untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kondisi

UMKM saat pandemi tidak banyak yang tumbang bahkan banyak UMKM yang berkembang dengan pesat. Terutama usaha-usaha yang penjualannya melalui online dan usaha yang digunakan untuk penyaluran hobi.

Salah satu usaha yang bertahan dimasa pandemi bahkan berkembang dengan pesat adalah usaha pengrajin sangkar burung. Tidak hanya berkembang tetapi jumlah pengrajin semakin banyak karena dampak pemutusan hubungan kerja yang dilakukan oleh beberapa perusahaan di Klaten. Salah satu usaha pengrajin sangkar burung di Klaten Utara yaitu D'Anto Craft. D'Anto Craft didirikan sejak 2013 oleh Devi Ardianto. Di awal pendirian usaha ini hanya menerima pemesanan sangkar burung. Sangkar burung akan dibuat kalau ada pesanan saja. Lama kelamaan usaha ini berkembang sehingga saat ini ada beberapa toko pakan burung di Klaten dan di Luar Klaten yang mengambil sangkar burung dari D'Anto Craft. D'Anto Craft membuat dua macam ukuran sangkar yaitu ukuran 33 x 39 x 60 cm dan 21 x 21 x 50 cm.

Sangkar burung yang dibuat oleh D'Anto Craft berbahan baku kayu dan dibuat secara manual oleh pemilik. Dalam memproduksi menggunakan gergaji serkel, pasha, mesin bur, grinda tangan dan amplas untuk membantu mempermudah pembuatan sangkar. Saat ini, D'Anto Craft mampu memproduksi sangkar burung 150 buah per bulan yang dijual di area Klaten dan luar Klaten. Di lain sisi, di Klaten muncul banyak pengrajin baru di sekitar klaten terutama saat pandemi Covid-19 dimana banyak masyarakat terkena pemutusan hubungan kerja dengan perusahaan.

Banyaknya pengrajin sangkar burung yang ada di Klaten menjadikan D'Anto Craft harus melakukan branding terhadap produk yang diproduksi. Permasalahan pertama yang dihadapi mitra pengabdian kepada masyarakat yaitu D'Anto Craft belum melakukan branding terhadap sangkar burung yang dihasilkan sehingga tidak dapat dibedakan produk sangkar dari D'Anto Craft atau bukan. Apabila produk belum dilakukan branding maka konsumen belum mengetahui produk yang dihasilkan oleh D'Anto Craft dan nilai jualnya masih rendah.

Permasalahan kedua, D'Anto Craft belum melakukan branding komunikasi terhadap produk yang telah dihasilkan. Tempat usaha D'Anto Craft belum diberikan informasi terkait nama usaha dan produk yang dihasilkan. Hal tersebut membuat produk D'Anto Craft belum diketahui oleh masyarakat sekitar maupun luas. Kondisi D'Anto Craft membuat tim pengabdian untuk melakukan branding komunikasi. Produk yang mempunyai brand yang kuat dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen sehingga daya saing produk lebih tinggi daripada produk pesaingnya [1].

Dari penjelasan permasalahan mitra tersebut, tim pengabdian masyarakat memberikan solusi mengenai branding produk dengan membuat desain logo usaha dan branding komunikasi dengan membuat desain banner yang memuat nama usaha, alamat, nomer handphone dan foto produk. Hal tersebut diajukan menjadi solusi permasalahan mitra karena branding menjadi hal terpenting yang harus dibangun oleh suatu bisnis di era saat ini. Branding merupakan sebuah kegiatan pemberian nama, desain, logo maupun gambar yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu produk maupun jasa agar menjadi pembeda dengan satu produk dengan produk lainnya dapat dinamakan sebagai branding [2]. Proses branding yang dijalankan dimulai dengan merancang identitas usaha yang jelas dan sesuai dengan karakteristik dan visi misi usaha sehingga ketepatan dalam media dan strategi promosi yang tepat dapat menarik konsumen serta menimbulkan brand awareness di masyarakat [3].

Branding menjadi salah satu faktor yang dapat membuat suatu usaha tersebut dapat sukses. Keberhasilan membangun sebuah brand akan menghantarkan pengusaha menuju kesuksesan. Aktifitas branding antara lain mengkomunikasikan, membangun atau membesarkan brand atau merek yang terkait aktifitas input, proses maupun output [4]. Kegiatan branding berfungsi sebagai pembeda dimana perusahaan yang memiliki brand yang kuat akan mempromosikan produk, mempunyai daya tarik mudah dibedakan dengan pesaingnya [5].

Kegiatan branding produk sangkar burung dan branding komunikasi usaha D'Anto Craft diharapkan memberikan manfaat terhadap usaha D'Anto Craft. Branding produk diharapkan dapat memberikan nilai lebih pada produk yang dihasilkan maka harga produk yang dijual menjadi meningkat sehingga pendapatan dan keuntungan menjadi meningkat juga. Kedua, kegiatan branding komunikasi memberikan informasi kepada kosumen dan masyarakat mengenai

produk yang dihasilkan. Selain itu, branding yang kuat membangun kepercayaan konsumen dan membangun rasa cinta masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh D'Anto Craft.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra D'Anto Craft yang dilaksanakan di Dusun Gading Tulung, Desa Belang Wetan, Kecamatan Klaten Utara selama satu bulan yaitu mulai 20 April sampai dengan 20 Mei 2023. Solusi masalah yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra, maka metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan dua tahapan yaitu melakukan branding produk dan branding komunikasi.

Tahapan yang dilakukan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan belum melakukan branding produk. Pertama, membuat konsep desain logo. Ketua tim pengabdian akan membuat konsep desain logo yang sesuai dengan karakteristik usaha D'Anto Craft. Kedua, mendiskusikan konsep desain logo dengan mitra pengabdian. Konsep desain logo yang sudah dibuat akan didiskusikan dengan mitra pengabdian, apakah sudah sesuai dengan karakteristik usaha yang dimiliki oleh D'Anto Craft. Ketiga, membuat desain logo. Desain logo akan dibuat setelah ada kesepakatan antara tim pengabdian dan mitra pengabdian mengenai logo yang akan dibuat. Desain logo akan dibuat menggunakan software corel. Keempat, mencetak logo dalam bentuk stiker. Desain logo yang sudah jadi akan ditempel pada sangkar burung yang diproduksi oleh D'Anto Craft. Kelima, monitoring dan evaluasi yaitu tim pengabdian akan melakukan monitoring dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai dilakukan.

Tahapan yang dilakukan dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan branding produk atau belum mempunyai logo usaha. Pertama, membuat konsep desain banner. Ketua tim pengabdian akan membuat konsep desain banner yang menampilkan nama usaha, jenis usaha dan produk-produk yang dihasilkan oleh D'Anto Craft. Kedua, mendiskusikan konsep desain banner dengan mitra pengabdian. Konsep desain banner yang sudah dibuat akan didiskusikan dengan mitra pengabdian, apakah sudah sesuai dengan harapan dari pemilik D'Anto Craft. Ketiga, membuat desain banner. Desain banner akan dibuat setelah ada kesepakatan antara tim pengabdian dan mitra pengabdian mengenai banner yang akan dibuat. Desain banner akan dibuat menggunakan software corel. Keempat, mencetak banner. Desain banner yang sudah dibuat akan dicetak dalam bentuk MMT didepan tempat usaha D'Anto Craft. Kelima, monitoring dan evaluasi yaitu tim pengabdian akan melakukan monitoring dan evaluasi setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai dilakukan.

Dalam program pengabdian masyarakat ini, mitra pengabdian masyarakat yaitu pemilik D'Anto Craft mempunyai dua partisipasi. Partisipasi tersebut yaitu pertama, ikut melakukan diskusi dengan tim pengabdian mengenai konsep desain baik logo maupun banner yang sesuai dengan karakteristik dan hasil usaha dari D'Anto Craft. Kedua, bapak Devi Ardianto sebagai pemilik D'Anto Craft ikut memberikan masukan dan berdiskusi mengenai usulan desain yang sudah dirancang oleh tim pengabdian. Hal ini dilakukan agar hasil yang dilakukan oleh tim pengabdian sejalan dengan harapan mitra pengabdian sehingga dapat memberikan manfaat untuk keberlangsungan usaha D'Anto Craft.

Setelah kegiatan pengabdian ini selesai, tim pengabdian akan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. Monitoring yang dilakukan oleh tim pengabdian yaitu setelah penempelan stiker pada produk apakah sudah memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan oleh D'Anto Craft. Hal tersebut dilihat dengan membandingkan produk sangkar burung yang diproduksi selain dari D'Anto Craft. Tim pengabdian akan mengecek daya saing produk D'Anto Craft saat sudah berada di toko pakan burung dimana produk D'Anto Craft dipasarkan. Selain itu, tim pengabdian akan melihat efektifitas pemasangan banner pada tempat usaha D'Anto Craft. Dengan pemasangan banner tersebut apakah sudah memberikan informasi kepada masyarakat mengenai produk yang dijual dan apakah ada peningkatan pembelian produk sangkar burung D'Anto Craft setelah adanya pemasangan banner.

Tim pengabdian ini terdiri dari ketua dan asisten tim pengabdian masyarakat. Ketua tim pengabdian kepada masyarakat mempunyai kompetensi dibidang ekonomi sehingga permasalahan mitra pengabdian yang akan diselesaikan berkaitan dengan permasalahan ekonomi yaitu branding produk dan branding komunikasi. Ketua tim pengabdian mempunyai tugas untuk melakukan survey dan wawancara dengan mitra pengabdian mengenai perkembangan usaha dan permasalahan yang dapat diselesaikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Setelah informasi didapatkan dari mitra pengabdian, ketua pengabdian membuat proposal dan diajukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. Ketua pengabdian ikut terlibat diskusi mengenai konsep desain logo dan banner dan melakukan evaluasi dan monitoring setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan. Selain itu, terdapat asisten pengabdian yang merupakan mahasiswa ekonomi angkatan 2020 mempunyai keahlian dalam mendesain. Asisten pengabdian ini bertugas mendesain logo dan banner dengan menggunakan software corel. Setelah desain sudah tetapkan antara tim pengabdian dan mitra pengabdian, asisten pengabdian akan mencetak logo dalam bentuk stiker dan mencetak banner dalam bentuk MMT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan branding produk UMKM sebagai upaya peningkatan daya saing dan nilai jual dengan mitra D'Anto Craft sudah dilakukan sesuai rencana kegiatan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan langsung dari pengabdian amikom kepada Devi Ardianto yaitu pembuatan desain logo D'Anto Craft, Pencetakan logo D'Anto Craft dalam bentuk stiker, pembuatan desain banner serta pencetakan dan pemasangan desain banner pada tempat usaha D'Anto Craft.

Logo merupakan identitas atau brand dari suatu usaha. Desain logo mencirikan apa bidang usaja yang diproduksi dan harus memperlihatkan karakteristik usaha [6]. Karakteristik perusahaan meliputi filosofi, visi dan misi suatu usaha. Penggunaan logo menjadi hal yang penting untuk mengenalkan brand ke konsumen dan pasar. Penggunaan logo yang efektif dan efisien menjadi landasan awal untuk tujuan menggunakan logo. Logo menjadi media visual yang telah banya digunakan oleh masyarakat luas [7]. UMKM yang memproduksi sangkar burung di Klaten cukup banyak sehingga sangkar burung yang diproduksi D'Anto Craft harus diberi logo usaha/produk. Logo usaha didesain dengan menuliskan nama usaha yaitu D'Anto Craft.



Gambar 1. Logo Sangkar Burung D'Anto Craft

Dalam membranding produk, diawali dengan membuat desain logo usaha yang digunakan untuk penanda bahwa produk Sangkar burung dihasilkan oleh D'Anto Craft. Logo usaha dibuat dengan sebelumnya tim pengabdian masyarakat berdiskusi dengan mitra pengabdian masyarakat sehingga desain tersebut benar-benar mencerminkan usaha mitra pengabdian masyarakat dan bermanfaat untuk mitra dalam jangka panjang. Logo usaha dibuat sederhana dengan harapan mudah dihafalkan oleh konsumen sehingga konsumen saat membeli sangkar burung dari D'Anto Craft mudah untuk mencarinya. Selain itu, logo usaha yang sederhana dengan maksud kalau nanti di masa yang akan datang menambah produksi selain sangkar burung maka logo usaha masih bisa digunakan.

Logo adalah elemen grafis yang berbentuk ideogram, symbol, emblem, ikon, tanda digunakan sebagai lambang sebuah brand. lambang menjadi atribut utama brand yang terlihat

secara fisik. Logo juga menampilkan atribut non fisik yang merupakan jiwa dari brand (visi, misi, nilai dan budaya). kriteria standard sebuah logo adalah unik, simple dan fleksibel [8]. Desain logo yang sudah disepakati oleh mitra dan tim pengabdian masyarakat, selanjutnya dicetak dalam bentuk stiker. Tim pengabdian mencetak 100 stiker untuk dapat ditempel pada sangkar burung produksi dari D'Anto Craft. Stiker dipilih karena paling mudah untuk ditempel pada sangkar burung.



Gambar 2. Logo pada Sangkar Burung

Logo D'Anto Craft dipasang pada bagian bawah sangkar burung sehingga memudahkan konsumen atau pembeli saat membeli. Logo di pasang setelah sangkar burung selesai di buat. Sangkar burung yang dikirim ke toko setelah dilaksanakan pengabdian sudah menempelkan logo D'Anto Craft. Logo tersebut menandakan bahwa konsumen yang akan membeli ulang sangkar burung produksi D'Anto Craft tidak akan salah membeli dan tidak usah kesusah lagi karena cukup membeli sangkar burung yang ada logo D'Anto Craft.

Desain banner dibuat dengan menampilkan nama usaha, alamat usaha dan gambar produk yang diproduksi oleh mitra pengabdian masyarakat. Desain banner merupakan hasil diskusi antara tim dan mitra pengabdian masyarakat. Desain yang sudah disepakati selanjutnya dibuat oleh tim pengabdian masyarakat dengan menggunakan aplikasi corel. Banner yang dibuat diharapkan menarik minat dan stimulus bagi konsumen untuk membeli produk. selain itu, banner juga diharapkan mampu memberikan ingatan visual yang unik sehingga lebih mudah diingat oleh konsumen [9].



Gambar 3. Desain Banner D'Anto Craft

Desain banner dibuat untuk memberikan informasi kepada masyarakat sekitar tempat produksi atau usaha D'Anto Craft. Selain itu, memberikan informasi kepada masyarakat sekitar produk apa saja yang dihasilkan oleh D'Anto Craft. Banyak orang di sekitar yang belum mengetahui produk yang dihasilkan oleh D'Anto Craft akan mengetahui dan diharapkan membeli produk dari D'Anto Craft. Banner merupakan seperangkat komponen penting dalam pemasaran suatu produk Pemasangan banner produk usaha memiliki peran yang sangat penting. banner menjadi media promosi yang efektif dan praktis dalam mencapai target penjualan [10]. Desain banner usaha D'Anto Craft yang sudah disepakati antara mitra dan tim pengabdian masyarakat seterusnya dicetak. Banner yang sudah tercetak seterusnya dipasang pada bagian luar tempat produksi sangkar burung D'Anto Craft.



Gambar 4. Pemasangan Banner pada Tempat Usaha D'Anto Craft

Pemasangan banner diharapkan dapat memberikan informasi tentang sangkar burung D'Anto Craft. Warna banner dibuat sedikit mencolok untuk membuat orang yang lewat akan membaca dan mengetahui bahwa D'Anto Craft memproduksi sangkar burung. Dengan mengetahui hal tersebut, orang sekitar tempat usaha D'Anto Craft yang membeli sangkar burung terjadi meningkat. Sebelum terpasang banner, orang sekitar yang membeli hanya kurang dari 5 orang atau lebih hanya 20 sangkar burung per bulan yang terjual. Setelah terpasang banner, lebih dari 10 orang sekitar tempat usaha yang membeli sangkar burung atau lebih dari 40 sangkar burung yang terjual tiap bulan. Penjualan sangkar burung yang meningkat akan meningkatkan pendapatan UMKM D'Anto Craft.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan pendampingan pengembangan branding produk dan branding komunikasi telah dihasilkan logo dan banner untuk mitra pengabdian. Logo yang telah tertempel pada produk sangkar burung diharapkan dapat meningkatkan nilai jual dan penjualan dapat meningkat. Selain itu, banner sebagai sarana pemasaran dapat memberikan informasi mengenai produk yang telah dihasilkan kepada konsumen dan masyarakat. Produk sangkar burung yang telah diberi logo menjadikan produk mempunyai kelebihan dari produk sangkar burung yang lain dimana sangkar burung dipasarkan banyak yang tidak terdapat logo produk. Disisi lain, UMKM D'Anto Craft belum melakukan pencatatan keuangan sehingga tidak dapat diketahui secara jelas perubahan omset atau pendapatan setelah dilakukan pengabdian masyarakat. Tim pengabdian hanya memberikan penjelasan mengenai pencatatan keuangan sederhana pada Devi Ardianto selaku mitra pengabdian masyarakat. Pengabdian masyarakat selanjutnya diharapkan memiliki waktu lebih lama dan lebih terarah untuk dapat menghasilkan hasil yang maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim program pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membantu dalam hal pendanaan sehingga kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Tim program pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada Devi Ardianto selaku pemilik usaha D'Anto Craft atas kerjasamanya dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian, dan turut berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Narmaditya, B. S., Sugiarto, N. S., Khoiriah, A. A., Anggraini, F. S., Dewi, H. M. T., & Agustina, Y. .2022, Implementasi Branding Produk UMKM Desa Tumpakrejo Guna Meningkatkan Nilai Jual Produk, *Jurnal KARINOV*, 5(2), 91-95
- [2] Keller, Kevin Lane and Kotler, P, 2022, *Branding in B2B Firms*, Edward Elgar Publishing.
- [3] Tanuatmadja, Y., Swandi, I. W., & Raditya, A, 2014, Perancangan Branding " Marilyn ' s Cake " Surabaya *Abstrak Pendahuluan Metode Penelitian, Perancangan Branding "Marilyn's Cake" Surabaya*, 12(1(4)), 1-12.

- [4] Yolanda, Y., Pujaseno, G., Damanik, V. P., Yasmen, A. H. R., & Sofya, R. (2019). Pemuda (Pengembangan Mitra Umkm Daerah Lunang Dua) Strategi Penguatan Branding Produk, *Jurnal Ecogen*, 2(2), 141.
- [5] Belabas, W., Eshuis, J., & Scholten, P, 2020, Re-imagining the city: branding migration-related diversity, *European Planning Studies*, 28(7), 1315–1332.
- [6] Sianturi, N. E, 2018, Perancangan Desain Logo Toko “Super Bakery” Dan Pengaplikasiannya. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 4(1), 80–92.
- [7] Januariyansah Sapitri, 2019, Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif dan Efisien, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- [8] Oscario, A, 2013, Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand, *Humaniora*, 4(1), 191.
- [9] Gautama, I. M. B., & Putri, D. R, 2019, Perancangan Label Kemasan Aneka Kue dan Banner Sebagai, *Jurnal Ilmiah Populer*, 1(2), 14–20.
- [10] Resti, N. C., & Ilmiyah, N. F, 2023, Strategi Peningkatan Penjualan melalui Desain Label Kemasan dan Banner pada UMKM Surya Makmur, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7, 812–817.