

## Pendampingan dan Pengembangan Usaha UMKM Anis Tempe melalui *Branding* Produk di Era Digital

Adelia Ika Damayanti<sup>1</sup>, Anik Nurhidayati<sup>2</sup>, Sirojul Ihsan<sup>3</sup>, M Hisyam Aminur Rohman<sup>4</sup>

Universitas YPPI Rembang

E-mail: adeliaid31398@gmail.com

### Info Artikel

Masuk: 2023/09/12

Revisi: 2024/02/06

Diterima: 2024/03/24

Terbit: 2024/03/30

### Keywords:

Mentoring, MSMEs,

Product Branding

### Kata kunci:

Pendampingan, UMKM,  
Branding Produk

P-ISSN: 2598-2273

E-ISSN: 2598-2281

DOI : 10.33061

### Abstract

*The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the current digital era requires product branding through social media. Strengthening MSMEs product branding by providing business assistance through the Business Work Lecture (KKU) program conducted by YPPI Rembang University. In this case, the MSMEs assisted is MSMEs Anis Tempe which is located in Meteseh Kaliori Village, Rembang Regency, Central Java. The problems experienced by MSMEs Anis Tempe are at the marketing (branding) stage, lack of ability in digitalization, not having a business license and not having a business logo. The solution to this problem is to carry out a community service program with development and assistance in strengthening product branding through social media as a marketing strategy and expansion, as well as creating attractive logos and product labels. The results of this service activity are creating attractive logos and product labels, having a social media account, including the location of MSMEs on Google Maps, and having a business license continue their business.*

### Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di era digital saat ini diperlukan suatu *branding* produk melalui media sosial. Penguatan *branding* produk UMKM dengan melakukan pendampingan usaha melalui program Kuliah Kerja Usaha (KKU) yang dilakukan oleh Universitas YPPI Rembang. Dalam hal ini, UMKM yang didampingi adalah UMKM Anis Tempe yang berlokasi di Desa Meteseh Kaliori, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Permasalahan yang dialami UMKM Anis Tempe yaitu pada tahap pemasaran (*branding*), kurangnya kemampuan dalam digitalisasi, belum memiliki izin usaha dan belum memiliki logo usaha. Solusi dari permasalahan tersebut, maka dilakukan program pengabdian masyarakat dengan pendampingan dan pengembangan dalam penguatan *branding* produk melalui media sosial sebagai strategi dan perluasan pemasaran, serta pembuatan logo dan label produk yang menarik. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terciptanya logo dan label produk yang menarik, mempunyai akun media sosial, mencantumkan lokasi UMKM di *google*

---

*maps* dan mempunyai izin usaha untuk kelangsungan usahanya.

---

## PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi negara serta dapat bermanfaat dan mendistribusikan pendapatan masyarakat. Menurut data dari Kemenkop pada tahun 2018 UMKM berkontribusi besar terhadap sektor PDB dengan nilai sebesar 61,97% atau sama dengan 8.573,89 triliun rupiah dengan tenaga kerja yang terserap sebesar 97%. Selain itu, jumlah pelaku UMKM pada tahun 2021 yang ada di Jawa Tengah mencapai 4,19 juta. Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM menjadi stabilisator bagi perekonomian Indonesia yang mampu hidup di tengah usaha besar dan dapat meningkatkan produktivitas. Maka dari itu, program pendampingan dan pengembangan usaha sangat diperlukan para pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan produk.

Adapun pelaku UMKM di Kabupaten Rembang yang cukup berkembang, salah satunya yaitu UMKM Anis Tempe yang bergerak di bidang industri pembuatan tempe kedelai dan keripik tempe rumahan. UMKM Anis Tempe ini berlokasi di Desa Meteseh, Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang. UMKM Anis Tempe didirikan oleh Ibu Anis dan Bapak Arifin sejak tahun 2017. UMKM Anis Tempe yang awalnya hanya memproduksi tempe kedelai dan di tahun 2022 melakukan inovasi dengan memproduksi keripik tempe. Produk keripik tempe tersebut direspon baik dari konsumen yang kebanyakan wilayah setempat.

Dalam proses bisnis yang dijalankan saat ini, terdapat beberapa masalah yang dihadapi UMKM Anis Tempe dalam meningkatkan kemampuan usahanya. Masalah utama yang dihadapi yaitu terkait kurangnya kemampuan *branding* produk dan rendahnya kemampuan dalam pemasaran secara *online*. Menurut Kepala Dinkop dan UMKM Provinsi Jateng, di Jawa Tengah sendiri UMKM akan memaksimalkan peran pasar digital pada tahun 2023 supaya dapat mengikuti perkembangan teknologi dengan dimanfaatkannya UMKM untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Nazzala, 2021). Oleh karena itu, usaha keripik tempe ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui *branding* produk secara tradisional maupun *online*. Dengan *branding*, produk dapat disajikan kepada khalayak yang lebih luas, serta kelebihan dan perbedaannya dari produk lain dapat ditonjolkan agar masyarakat mengetahui dan mengingat *brand* tersebut. UMKM Anis Tempe ini masih minim dalam pemahaman dan manfaat *branding* produk sehingga perlu diberikan pendampingan untuk perluasan pasarnya.

Berdasarkan dari analisis situasi di atas, bahwa UMKM Anis Tempe dalam hal *branding* produk dan pemasaran masih belum optimal. Hal tersebut didasarkan pada belum memilikinya brand sendiri, belum memiliki akun media sosial, belum terdaftar di *google maps* dan belum memiliki legalitas usaha. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan dan pengembangan UMKM Anis Tempe dengan beberapa program yang dilakukan Tim PKM yaitu (1) Membantu dalam pembuatan logo dan label kemasan produk, (2) Membantu pembuatan akun media sosial, (3) Membantu mendaftarkan lokasi *pada google maps*, (4) Membantu pembuatan legalitas usaha berupa NIB (Nomor Induk Berusaha), (5) Membantu dalam pembuatan papan nama usaha.

## Tujuan

Pengabdian kepada Masyarakat di UMKM Anis Tempe bertujuan untuk pengembangan usaha melalui *branding* produk supaya dapat memperbaiki manajemen usaha dengan strategi pemasaran dan perluasan pasar baik secara *offline* maupun *online*. Dari kegiatan pengabdian tersebut diharapkan UMKM Anis Tempe dapat mampu bersaing di era digital ini dengan

memiliki akun media sosial, memiliki logo dan label kemasan produk yang menarik, lokasi tercantum di *google maps*, memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) serta memiliki papan nama usaha yang menarik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh dua dosen dan dua mahasiswa pada tanggal 16 Maret 2023 sampai dengan 18 April 2023. Kegiatan ini terdiri dari tiga tahap, yaitu: pra kegiatan, pelaksanaan, dan paska kegiatan.

### **1. Tahap Pra Kegiatan**

Pada tahap ini, tim melakukan survei awal ke UMKM Anis Tempe untuk mengidentifikasi permasalahan yang menghambat perkembangan UMKM Anis Tempe. Identifikasi masalah digunakan sebagai dasar kegiatan pendampingan dan pengembangan UMKM Anis Tempe.

### **2. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini dilakukakan kegiatan pendampingan dan pengembangan UMKM Anis Tempe dengan menyusun beberapa program berdasarkan permasalahan yang meliputi:

- a. Pendampingan *branding* dalam pembuatan akun media sosial.
- b. Pendampingan *branding* dalam pembuatan logo dan label kemasan produk.
- c. Pendampingan dalam mencantumkan lokasi usaha di *google maps*.
- d. Pendampiangan dalam pendaftaran NIB.
- e. Pendampingan dalam pembuatan papan nama usaha.

### **3. Tahap Paska Kegiatan**

Pada tahap ini Tim melakukan monitoring dan evaluasi atas keseluruhan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Monitoring dan evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pencapaian dan kesesuaian antara rencana dengan hasil program pengabdian yang telah dilaksanakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa strategi *branding* untuk menjawab permasalahan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM Anis Tempe. Peran *branding* disini yaitu untuk membantu UMKM Anis Tempe dalam mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan penjualan di era digital saat ini. Hasil pengabdian ini berupa kegiatan yang meliputi:

### **1. Pembuatan Logo dan Label Kemasan Produk**

Pembuatan logo dan label kemasan produk UMKM diperlukan sebagai identitas brand usaha agar semakin dikenal konsumen. Desain logo dan label produk UMKM Anis Tempe mempertimbangkan penggunaan simbol dan warna yang tepat dan memberikan kesan *branding* yang dapat menarik konsumen dan percaya untuk membeli produk keripik tempe.



Gambar 1. Logo dan Label Kemasan Produk Anis Tempe

## 2. Pembuatan Legalitas Usaha dengan NIB

Usaha memiliki legalitas dan memudahkan untuk mengakses hal-hal yang terkait di bidang administratif. Dengan data UMKM yang telah tercatat secara administratif, diharapkan pemerintah dapat dengan mudah memberikan program-program yang membantu UMKM dengan tepat sasaran sesuai kebutuhan.



Gambar 2. NIB Anis Tempe

### 3. Pembuatan Akun Media Sosial

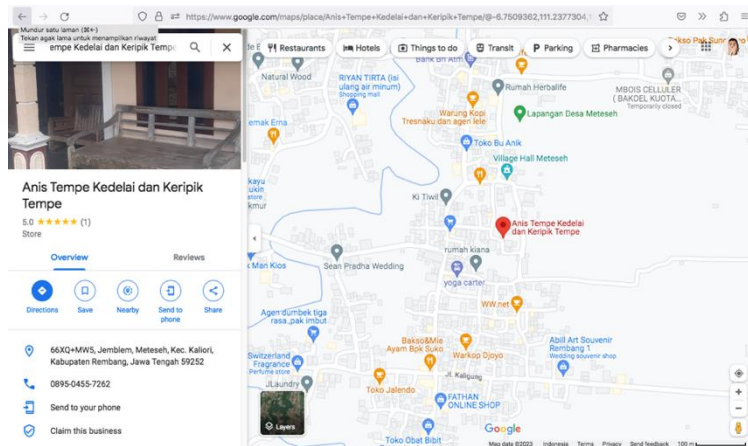
Kegiatan selanjutnya yaitu melakukan pendampingan dalam pembuatan media sosial *facebook* yang digunakan sebagai sarana media promosi secara online untuk memperluas pemasaran. Pembuatan akun *facebook* membantu UMKM Anis Tempe dalam melakukan *branding* digital untuk meningkatkan minat konsumen pada produk keripik tempe.



Gambar 3. Akun Facebook Anis Tempe

### 4. Pembuatan Lokasi UMKM Anis Tempe di Google Maps

Dengan mencantumkan lokasi UMKM di *Google Maps* akan mempermudah konsumen untuk mengetahui letak lokasi UMKM Anis Tempe. Dalam *google maps* sudah tercantum Alamat UMKM Anis Tempe yang berlokasi di Desa Mateseh RT 01 RW 03, Kecamatan Kaliore, Kabupaten Rembang.



Gambar 4. *Google Maps* Anis Tempe

## 5. Pembuatan Papan Nama Usaha UMKM Anis Tempe

Kegiatan pengabdian yang terakhir yaitu pendampingan dalam pembuatan papan nama usaha. Papan nama usaha sebagai identitas dan tanda pengenal usaha dilokasi UMKM, dan sebagai media iklan untuk para pengguna jalan yang lewat di sekitar kawasan tersebut. Desain dari papan nama usaha yang unik juga dapat menarik perhatian orang untuk melihatnya.



Gambar 5. Papan Nama Anis Tempe

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Anis Tempe telah dilaksanakan melalui program KCU (Kuliah Kerja Usaha) pada tanggal 16 Maret 2023 sampai dengan 18 April 2023. Peningkatan *branding* produk yang dilakukan dengan pendampingan dan pengembangan usaha sesuai dengan permasalahan yang dihadapi UMKM Anis Tempe. Dari permasalahan yang dihadapi menghasilkan beberapa luaran yaitu terciptanya logo UMKM dan label kemasan produk, adanya akun media sosial *facebook*, memiliki legalitas usaha berupa NIB, lokasi UMKM Anis Tempe sudah tercantum di *google maps* serta adanya papan nama usaha sebagai tanda pengenal di lokasi UMKM Anis Tempe. Dengan luaran tersebut, diharapkan *branding* UMKM Anis Tempe juga berdampak di UMKM lingkungan sekitar Desa Meteseh, Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang yang semakin berkembang lagi baik secara tradisional maupun secara modern.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Nazhif, M., & Mugraha, I. (2023). "Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. Vol. 7 No. 1. Maret 2023 . Pp. 261-267. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.12673>
- Nazzala, A. (2021). UMKM Jateng Maksimalkan Pasar Digital, Ini Perlu Diperhatikan. Semarang [Bisnis.Com. https://semarang.bisnis.com/read/20210903/536/1437722/umkm-jatengmaksimalkan-pasar-digital-ini-perludiperhatikan](https://semarang.bisnis.com/read/20210903/536/1437722/umkm-jatengmaksimalkan-pasar-digital-ini-perludiperhatikan)