BRANDING DAN LABELLING UPAYA PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN UMKM RAIDA COLLECTION

Moriska Hesti Ningsih[1], Durrotun Nafisah[2], Dian Anita Sari[3]
[1]Program Studi Manajemen, Universitas YPPI Rembang, Indonesia
Email : moriska2122@gmail.com

Abstrak

Pembuka Usaha Mikro Kecil dan Menengah Raida Collection merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa yang berada di salah satu Kabupaten Rembang yang bergerak dibidang jasa penjahit. Pada pendampingan Prasurvei yang dilakukan mahasiswa KKU (Kuliah Kerja Usaha) Universitas YPPI Rembang di temukan masalah yang dihadapi pemilik UMKM berupa kurangnya kemampuan dalam mengetahui pentingnya *labelling* dan *branding* dalam usahanya. Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk memajukan kualitas *branding* dan *labelling* pada usaha penjahit di pedesaan yang brandingnya belum cukup meningkat. Berdasarkan permasalahan yang ada maka kegiatan program KKU yakni membuat identitas *brand* usaha dan *labelling* pada produk jadi. Maka dari itu hasil prasurvei tersebut disusun metode dalam memecahkan masalah berupa pendekatan kualitatif melalui a) Prasurvei mahasiswa ke tempat pemilik dengan berwawancara meminta izin serta menyusun program kegiatan yang akan dilaksanakan b) Pelaksanaan program membuat desain *brand* dan *labelling* c) Memonitoring dan evaluasi program kegiatan d) Penutupan dan penarikan. Oleh sebab itu dari faktor permasalahan yang dihadapi dibuat program KKU yang. Pelaksanaan program, memonitoring dan evaluasi dan terakhir penutupan dan penarikan. Hasil dari program kegiatan pengabdian yang dilaksanakan menunjukkan bahwa UMKM telah memiliki identitas berupa *brand* usaha Raida Collection dan *labelling* produk jadi.

Kata kunci; Pendampingan, Identitas, *Branding, Labelling*

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises Raida Collection is a service business located in one of the Rembang Regencies engaged in the field of tailoring services. In the Pre-survey assistance conducted by KKU (Business Work Lecture) students of YPPI Rembang University, problems faced by MSME owners were found in the form of a lack of ability in knowing the importance of labeling and branding in their businesses. This assistance activity aims to advance the quality of branding and labeling in rural tailoring businesses whose branding has not improved enough. Based on the existing problems, the KKU program activities are to create a business brand identity and labeling on finished products. Therefore, the results of the pre-survey were compiled into a method for solving problems in the form of a qualitative approach through a) Student pre-survey to the owner's place by interviewing, asking for permission and compiling a program of activities to be implemented b) Implementation of the program to create brand and labeling designs c) Monitoring and evaluation of program activities d) Closing and withdrawal. Therefore, from the problem factors faced, a KKU program was created which. Program implementation, monitoring and evaluation and finally closing and withdrawal. The results of the community service program that were implemented showed that MSMEs already have an identity in the form of the Raida Collection business brand and finished product labeling.

Keywords: Mentoring, Identity, Branding, Labeling.

1 PENDAHULUAN

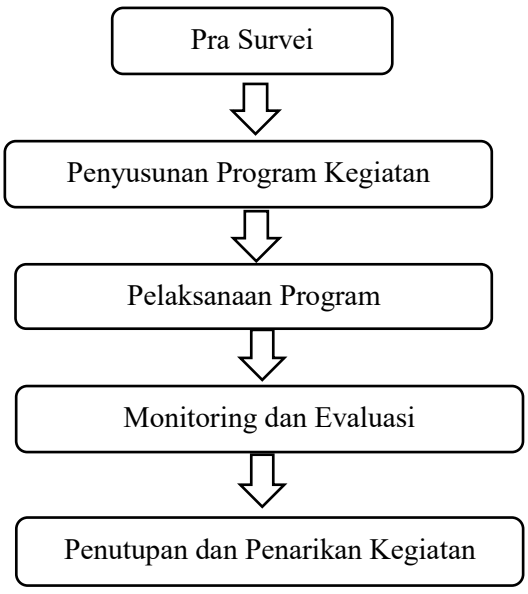
Menurut (Arifudin et al., 2021), *Branding* produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan. Melalui branding produk, item UMKM dapat membawa pembaruan dan penyesuaian di berbagai sektor produk atau UMKM.

Brand dalam kegiatan usaha menurut Asosiasi Pemasaran Amerika Serikat (*The American Marketing Association*) didefinisikan sebagai satu atau gabungan dari beberapa faktor nama, istilah, tanda, simbol atau desain untuk mengidentifikasi suatu produk atau pelayanan yang diberikan oleh penjual yang membedakannya dengan pesaingnya (Kotler dan Gertner, 2002). Menjalankan usaha jahit tidak terlepas dari upaya untuk melihat perkembangan dan perubahan *trend* yang ada di masyarakat terutama di bidang *fashion* yang memiliki jangka hidup produk yang singkat. Jadi para pemilik usaha salah satunya usaha UMKM yang akan terus dituntut untuk memiliki kreatifitas, inovasi produk untuk tetap menjaga kualitas jasa supaya menjadi nilai tambah agar dapat bersaing dengan usaha produk orang lain. Selain itu usaha penjahit harus memaksimalkan efisiensi waktu produksi untuk meminimalisir kemunduran target produksi agar menjadi kepercayaan pelanggan.

UMKM dapat meningkatkan penjualan dan menyebarkan berita tentang produk mereka dengan *brand* dagang mereka. Branding ini dapat meningkatkan pangsa pasar dan didukung oleh teknologi yang semakin canggih. Selain mendongkrak penjualan dan membuat produk dikenal luas, *branding* juga memiliki keunggulan tambahan. Salah satu sektor ekonomi Indonesia yang berkembang pesat akibat dunia usaha adalah UMKM (Ainun et.al.,2023)

UMKM ini belum memiliki *brand* dan *labelling* yang ada di produknya. Padahal membuat *brand* usaha sebenarnya akan memudahkan untuk mengingat produk serta dapat meningkatkan *brand* usaha dan untuk memeperluas jangkauan pasar. Mahasiswa yang melakukan kegiatan pendampingan Kuliah Kerja Usaha di UMKM penjahit ini bertujuan untuk mengaplikasikan teori-teori ekonomi yang di dapat dari kampus langsung yang kemudian di praktikkan kedalam pendampingan UMKM. Maka dari itu tim pengabdian membantu dalam menyelesaikan masalah UMKM dengan menyiapkan program berupa membuatkan *brand* dan *labelling*. Selain itu tujuan program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing *branding* serta memperluas jaringan pemasaran.

2 METODE



Dari uraian permasalahan yang dihadapi pemilik usaha "Raida Collection", tim pendampingan KKU beranggapan sebelum melanjutkan tahapan kegiatan program selanjutnya mahasiswa perlu mengedukasi tentang pentingnya *brand* dan *labelling* produk. Karena didasarkan pada pemikiran bahwa salah satu faktor masalah yang mendasar UMKM akan sulit bersaing secara global sebab minimnya pengetahuan tentang manajemen pemasaran melalui nama *brand* dan *labelling* produk.

Maka dari itu terdapat beberapa tahapan dalam mengimplementasikan metode tersebut yakni,

1. Kegiatan tahapan awal pra-survei.
   Tim pengabdian KKU berkunjung ke lokasi UMKM untuk memberikan penjelasan terkait pentingnya *branding* dan *labelling* yang berpengaruh pada produk. Selain itu tim pengabdian meminta perizinan pada pemilik usaha ingin melaksanakan kegiatan program dan pemilik UMKM menjelaskan apa saja permasalahan yang dihadapi dalam usahanya.
2. Penyusunan program
   Penyusunan program diambil dari permasalahan yang dihadapi UMKM yang didiskusikan langsung tim pengabdian, pemilik UMKM dan DPL. Dari diskusi tersebut program yang telah disepakati pemilik yaitu membuat *brand* usaha dan membuat desain *labelling* pada produk jadi.
3. Pelaksanaan program
   Pendampingan dalam melaksanakan kegiatan program KKU dengan membuat desain *brand* sekaligus meminta saran dari pemilik UMKM terkait desain yang dibuat membuat labelling pada produk jadi yang bertujuan untuk mempermudah pelanggan mengingat serta menumbuhkan personal *branding* lebih baik.

Gambar 1. Foto persetujuan desain *brand* usaha dan desain *labelling.*

4. Memonitoring dan evaluasi.
   Pada tahap ini dilakukan kunjungan bersama DPL memonitoring dan mengevaluasi terhadap kegiatan dari hasil program KKU apakah sudah terlaksana atau belum serta mengukur tingkat tujuan yang sudah ditetapkan.
5. Penutupan dan penarikan program kegiatan
   Kegiatan tahap terakhir setelah program pendampingan terlaksana dan sesuai dengan kebutuhan pemilik UMKM tim pendampingan KKU bersama DPL berpamitan dengan pemilik UMKM serta memberikan souvenir.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingginya suatu usaha yang sudah memiliki personal *branding* yang cukup bagus akan membuat tergesernya Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang belum mempunyai *brand* usaha

dan *labelling* pada produk. Berdasarkan kegiatan pra survei kegiatan pendampingan ini yang telah dilakukan di Desa Sridadi Kec Rembang UMKM "Raida Collection" diperoleh beberapa program yang disetujui oleh pemilik UMKM dan DPL yakni:

1) Kegiatan Pra survei oleh pemilik UMKM
   Kegiatan awal prasurvei ini bertujuan untuk meminta izin dan mengetahui permasalahan yang dialami pemilik UMKM yang dilaksanakan pada tanggal 25 Maret 2024
2) Penyusunan program kegiatan
   Dalam penyusunan program kegiatan berdasarkan masalah yang di hadapi pemilik UMKM Ketika dilakukan pra survei sehingga pada tanggal 26 Maret 2024 dilakukan kegiatan penyusunan program yang telah disetujui oleh pemilik, DPL dan tim pendampingan KKU membuat *brand* usaha dan *labelling* pada produk jadi
3) Pelaksanaan program kegiatan
   a) Pembuatan *brand* usaha
      Pelaksanaan membuat program brand usaha dilaksanakan pada tanggal 04 April 2024. Dari sebelum adanya kegiatan pendampingan KKU pemilik UMKM belum memberikan nama usahannya, namun setelah adanya kegiatan pendampingan KKU pemilik UMKM menjadi memiliki nama brand yang di sepakati beliau diberi nama "Raida Collection" diambil dari nama cucu perempuannya yang bernama Rufaida. *Brand* sendiri bertujuan sebagai wadah bentuk identitas yang relevan, membangun citra kualitas produk, dan memperkuat loyalitas pelanggan untuk direkomendasikan kepada orang lain.

Gambar 2. Hasil foto *brand Labelling*

   b) Membuat *Labelling*
      Pelaksanaan program membuat labelling dilaksanakan pada tanggal 23 April 2024. Sebelum ada kegiatan pengabdian KKU UMKM "Raida Collection" belum memiliki label pada produk jadi. *Labelling* sendiri berfungsi dalam meningkatkan kesadaran merek dan dapat membedakan dari merek produk antar pesaing. Setelah ada kegiatan pengabdian tim KKU membuat program kegiatan berupa *labelling* pada produk sehingga terpasangnya *labelling* akan memudahkan pelanggan untuk mengingat.

Gambar 3. Hasil pemasangan *labelling* pada produk jadi

4 KESIMPULAN

Kegiatan program pendampingan masyarakat berdasarkan evaluasi kegiatan maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa KKU Universitas YPPI Rembang dalam menjalankan pendampingan yang telah di rencanakan mulai dari tahap penyusunan program hingga penutupan kegiatan berjalan dengan baik. Hal ini terbukti dengan tujuan pengabdian tercapainya pembuatan *branding* dan *labelling* yang amat bermanfaat untuk pengembangan pada UMKM Raida Collection. Dengan kegiatan KKU yang semula belum ada brand usaha kemudian didampingi membuat program brand usaha yang berfungsi sebagai identitas usaha serta membangun citra kualitas produk yang mudah di ingat pelanggan. Labellling yang semula belum memiliki kemudian setelah ada kegiatan KKU didampingi membuat *labelling* pada produk jadi yang bertujuan untuk membedakan merek produk usaha yang lain. Maka dari itu diharapkan setelah ada kegiatan pengabdian KKU ini pemilik akan terus menjalankan program yang di berikan sehingga dapat meningkatnya pemasaran produk melaui *branding* dan *labelling* tersebut.

- Rekomendasi

Berdasarkan Kesimpulan diatas maka, rekomendasi untuk UMKM "Raida Collection" dapat mempertimbangkan saran yakni :

1. Menambah tenaga kerja supaya produksi lebih maksimal.
2. Tetap memperhatikan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk lainnya.
3. Memanfaatkan program-program yang telah dilaksanakan dari tim pengabdian ini dengan lebih baik.
4. Melakukan inovasi-inovasi dan kreatifitas untuk mengikuti *trend*.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan program Kuliah Kerja Usaha ini berjalan dengan lancar berkat bantuan seluruh pihak. Tim pengabdian mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya baik dari pemilik usaha (Bu Fatim) yang berkenan diwawancarai serta memberikan pandangan permasalahan usaha bagi tim pengabdian. Dari padangan tersebut, sehingga mengetahui permasalahan yang ada di UMKM penjahit dan tim KKU membuat program-program yang telah dilaksanakan dan disetujui oleh pemilik usaha. Tim pengabdian menyadari bahwa berkat bantuan DPL (Dosen Pembimbing Lapangan) yang telah membimbing dan mengarahkan tim pengabdian hingga kegiatan terlaksana. Jurnal-jurnal yang menjadi sumber untuk referensi maupun teori yang membantu penulisan pengabdian dalam artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ainun, Nurul, Rian Maming, and Altri Wahida. "Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM." (2023): 674-681.

Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Umkm. JMM (Jurnal Masyarakat …, 5(5), 3–9.

Hamid, T., Rizky, D., & Dardak, R. A. (2012). Branding as a strategy for marketing agriculture and agro-based industry products. Economic and Technology Management Review, 7, 37–48.

Kotler, P., & Gertner, D. (2002). Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. Journal of Brand Management, 9(4), 249–261. https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540076

Sari, D. A., & Suprapto, R. (2018). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pengolahan Ikan Melalui Analisis SWOT. *Stability: Journal of Management and Business*, *1*(2).

Mar'ah, Saadatul, et al. "Pendampingan Strategi Pemasaran" Pawon Anita" dalam Rangka Meningkatkan Keunggulan Bersaing." *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS* 5 (2022): 100-106.

Hidayat, R., Alliyah, S., Sari, D. A., & Dewi, N. G. (2022). *Investasi Berbasis Teknologi Informasi dan Kinerja UMKM: Kajian Teori Investasi dan Technology Acceptance Model*. Penerbit NEM.

Rikah, R., & Damayanti, D. (2020). Pelatihan Kewirausahaan dan Pendampingan Ekonomi Kreatif Pemanfaatan Limbah Kayu untuk Karang Taruna Gama Bina Karya Desa Tuyuhan. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Ma Chung*.

Damayanti, A. I., Nurhidayati, A., Ihsan, S., & Rohman, M. H. A. (2024). Pendampingan dan Pengembangan Usaha UMKM Anis Tempe melalui Branding Produk di Era Digital. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *8*(1), 509-515.

Ardiyanti, D. L., Adzkia, G. F., & Ilhami, S. D. (2024). PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM DENGAN MELIHAT KONDISI PASAR SAAT INI. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *5*(5), 9850-9853.