

STRATEGI BRANDING UNTUK PENGEMBANGAN UKM SALAD BUAH DAN PUKIS DI DESA SURATAN GANG DIPO KOTA MOJOKERTO

Citra Anggraini Tresyanto dan Melina Gabrila Winata

Universitas Katolik Darma Cendika

Email : citratresyanto@gmail.com, melinagabrila43@gmail.com

Abstrak : Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini adalah untuk memberikan pendampingan dan membantu menjelaskan langkah yang harus dilakukan oleh para UKM dalam membangun strategi branding pelaku UKM. Metode pelaksanaan yang digunakan memakai metode diskusi dan tutorial. metode pendampingan ini bertujuan untuk mengembangkan usaha para pelaku UKM dan melalui tutorial dan diskusi yang diberikan dapat diharapkan kedepannya lebih banyak pelaku UKM yang menyadari penting Strategi Branding dalam pengembangan usaha mereka. Diharapkan setelah dilakukan program pengabdian ini, para pelaku UKM memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas dan berani untuk terus berinovasi, menambah kreativitas demi meningkatkan taraf hidup agar menjadi lebih baik.

Kata Kunci : Strategi Branding, UKM, Salad Buah dan Pukis, mengembangkan usaha

Abstract : This community service activity carried out is to provide assistance and help explain the steps that must be taken by the community UKM in building a branding strategy for UKM players. The method of implementation used is the discussion and tutorial method. This mentoring method aims to develop the business of UKM entrepreneurs and through the tutorials dan discussions that are given it is hoped that in the future more UKM will realize the importance of Branding Strategy in their business development. It is hoped that after this service program is carried out, UKM players will have broad knowledge and insight and dare to continue to innovation, in order to improve the standaerd of life for the better.

Keywords: Branding strategy, UKM, Fruit salad and Pukis, developing busniess

1. PENDAHULUAN

Program pengabdian masyarakat ini adalah salah satu bentuk pendidikan dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat. Dalam pengabdian ini mahasiswa diberikan pengalaman belajar untuk hidup ditengah-tengah masyarakat diluar kampus dan secara langsung mengidentifikasi serta menangani masalah masalah yang berkaitan dengan membantu masyarakat dalam memberikan pendampingan dan membangun strategy branding. Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya, merupakan salah satu implikasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian masyarakat. bagi mahasiswa diharapkan dapat menajadi suatu pengalaman belajar yang baru untuk menambah pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran bagi hidup bermasyarakat. Bagi masyarakat, kehadiran mahasiswa diharapkan mampu memberikan motivasi dan inovasi.

Merek atau brand yang kuat sangat akan bisa mendapatkan pelanggan atau konsumen. Merek adalah kombinasi dari atribut-atribut, dikomunikasikan melalui nama atau symbol, yang dapat mempengaruhi proses pemilihan suatu produk atau layanan dibenak konsumen

(Rufaidah, padjajaran, & Rufaidah, 2015). Menurut Susanto dan Wijanarko, merek adalah nama atau symbol yang diasosiasikan dengan produk atau jasa dan menimbulkan arti psikologis atau asosiasi sehingga dapat disimpulkan bahwa brand adalah identifikasi yang berupa nama atau symbol yang mempengaruhi proses pemilihan suatu produk atau jasa yang membedakan dari produk pesaing serta mempunyai nilai bagi pembeli dan penjualnya (Susanto & Wijanarko, 2004).

Merek yang melabeli sebuah kemasan produk sebagai penanda bagi sebuah produk dan membedakan dengan produk-produk lainnya. Merek berfungsi untuk menggambarkan nilai yang ditawarkan dan mempunyai peran penting untuk konsumen dalam menetapkan pilihannya untuk membeli. Produk yang baik dan bagus tanpa kekuatan branding dan strategi pemasaran yang kurang baik akan menjadi sia-sia.

Dalam praktiknya kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan sebuah media mempraktekannya, ilmu yang didapat dari perkuliaan lalu diimplementasikan ke masyarakat. Program kerja KKN ini bertema “ STRATEGI BRANDING UNTUK PENGEMBANGAN UKM SALAD BUAH DAN PUKIS DIDESA SURATAN GANG DIPO KOTA MOJOKERTO ”. yaitu membantu perubahan orang desa untuk terus berkarya dalam berwirausaha dan bagaimana membuat kemasan yang menarik lalu cara mempromosikan produk ke luar agar konsumen dapat membeli produk tersebut.

Salah satu desa yang menjadi focus dari pengabdian ini yaitu pentingnya sebuah brand dan strategi pemasaran yaitu desa suratan gang dipo, merupakan sebuah desa yang berada di wilayah kota Mojokerto, kecamatan Kranggan. Permasalahan yang ada di daerah sini adalah banyak sekali para UKM namun kurang memperhatikan packingnya dan promosinya dan membuat kurang dapat dikenal banyak orang. Sehingga program pengabdian masyarakat ini hanya memilih UKM yang masih belum berkembang.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan yang dilakukan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah membantu masyarakat desa suratan dalam mengembangkan potensi usaha dan strategi branding. Pertama-tama kegiatan yang kami lakukan dalam wawancara kepada aparat desa atau RT/RW mengenai penduduk sini. Observasi yang kami lakukan diberbagai wilayah didesa suratan ini menghasilkan potensi yang ada pada desa suratan ini diantaranya berwirausaha makanan, toko klontong, salad buah dan berbagai usaha lainnya.

Menurut hasil diskusi kelompok kami usaha yang akan kami bantu kembangkan adalah usaha salad buah dan pukis milik Ibu Suwarlina/Bapak Suwanto yang bertempat di RT 05/RW 02 di Desa Suratan. Menurut kami usaha ini mempunyai peluang untuk berkembang namun ada beberapa hal yang harus di evaluasi dan juga dikembangkan. Usaha milik Bu Suwarlina kendala dalam hal belum ada merek, dan tidak memasarkan ke sosial media jadi dalam segi pemasaran membuat produknya susah dikenal banyak orang.

Selanjutnya kami melihat proses pembuatannya dari awal membuat sampai kemasannya. Dalam hal ini kami memberikan masukan mengenai pemakaian sarung tangan dan masker dalam pembuatan agar higienis dan tidak terjadinya kontaminasi pada makanan dan penyebaran penyakit. Kemudian alat-alat yang digunakan juga tergolong masih baik dan layak digunakan dalam proses pembuatan salad buah dan pukis. Kemasan yang digunakan juga masih kurang menarik, serta usaha Bu Suwarlina juga belum mempunyai brand atau merek tersendiri. Maka dari itu kami membantu usaha Bu Suwarlina memikirkan dan mencoba membuat kemasan yang lebih menarik konsumen untuk membeli produk Bu Suwarlina. Selain itu juga dalam proses pemasarannya masih sangat minim, maka dari itu kami mencoba untuk memasarkan usaha salad buah dan pukis secara online lewat FB, dan IG.

Berdasarkan dari kondisi Bu Suwarlina, maka tim pengabdian masyarakat melihat masalah utamanya adalah bagaimana membantu membuka dan mengembangkan pola pikir, motivasi, pembelajaran serta pengalaman mengenai wirausaha, pemasaran yang baik dan brand sebuah produk pada masyarakat desa suratan. Karena potensi masyarakat dalam berwirausaha itu ada namun mereka belum percaya diri mengembangkan potensi usaha untuk lebih besar atau yang mau memulai usaha. Apalagi jaman sudah berkembang dan banyak sekali orang yang sudah berjualan online namun ada beberapa orang yang belum bisa mengikuti perkembangan online. Sehingga kita memandang perlu untuk “STRATEGI BRANDING UNTUK PENGEMBANGAN UKM SALAD BUAH DAN PUKIS DIDESA SURATAN GANG DIPO KOTA MOJOKERTO”

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui program pendampingan dan membantu membangun Brand Salad Buah dan Pukis di Desa Suratan Gang Dipo Kota Mojokerto ini diharapkan dalam jangka panjang dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan perekonomiannya. Khususnya pada kelompok usaha yang menjadi sasaran kami.

Tujuan kegiatan :

- 1) Memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat mengenai wirausaha
- 2) Memberikan pendampingan dan bimbingan terkait dalam membuat produk packingnya harus menarik agar bisa menarik konsumen
- 3) Memberikan pengetahuan bagaimana mengembangkan dan memasarkan produk

Manfaat kegiatan :

Mengedukasi ke masyarakat tentang berwirausaha, serta mengembangkan para wirausaha ke dunia marketplace atau sosial media yang akan memberikan dampak yang cukup signifikan bagi para UKM tersebut sehingga dapat membantu perekonomian dan mengurangi angka kemiskinan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Suratan Gang Dipo Kota Mojokerto tim pengabdian melakukan rangkaian kegiatan berupa :

- 1) Sosialisasi
Tim pengabdian masyarakat melakukan sosialisasi dengan mensurvei tempat dengan melihat lokasi disekitar situ dan melakukan wawancara kepada warga disekitar situ. Dari hasil diskusi tersebut, maka kami membantu salah satu Usaha yaitu salad buah dan pukis di daerah situ.
- 2) Pendampingan
Pendampingan dilakukan secara terus menerus baik langsung atau tidak langsung dengan melibatkan pelaku usaha tersebut. Selain memberikan pendampingan, tim juga memberikan bantuan kepada para pelaku usaha tersebut dan dapat digunakan dalam proses produksi dan jualan.

Berikut ini adalah beberapa strategi yang harus di perhatikan dalam membangun brand pada produk :

a. Buat Desain Logo

Logo bisa membantu brand yang diciptakan agar terkesan lebih mewah dan istimewa. Melalui logo bisa dapat membentuk komunikasi melalui tanda yang mudah dimengerti dan diingat oleh setiap orang. Dan menjadi identitas bagi para pelaku usaha UKM.



Gambar logo pukis



gambar logo salad buah

b. Target Pasar Yang Akan Dituju.

Target market atau pasar merupakan sasaran utama dari pelaku usaha bisnis UKM. Target sasaran ini adalah pasar yang biasanya sering dijumpai orang, lalu mengunggah di sosial media dan target yang akan dituju adalah konsumen baik kebawah sampai menengah. Harga yang ditawarkan juga relative murah dari harga kue yang kisaran 2000/biji dan salad buah yang dari harga 5000-200.000rb.

Tarkait dengan mata pencaharian penduduk tersebut, banyak sekali mengalami perubahan yang signifikan. Sebelumnya desa tersebut rata-rata orang didesa suratan bekerja berjualan nasi dikreta, namun setelah ada kebijakan baru bahwa tidak diperbolehkan lagi berjualan di dalam kreta, dan membuat perubahan mata pencarian penduduk tersebut. Sebagiaian besar penduduk tersebut mencari mata pencaharian lainnya dan sebagiaian juga tetap berjualan makanan di jalan, dan ada juga yang berjualan dirumah namun sepi.

Kegiatan yang telah dilakukan dalam program pengabdian ini adalah mengidentifikasi serta pengembangan para pelaku UKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan di desa Suratan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat mengenai wirausaha, strategi brand, cara memasarkannya dan memberikan pendampingan dan bimbingan terkait dalam membuat produk,packingnya harus menarik agar bisa menarik konsumen. Jenis makanan salad buah dan pukis yang kurang dikembangkan oleh Bu Suwarlina, maka,oleh karena itu kami telah bersepakat untuk mengembangkan salah satu UKM milik Bu Suwarlina yakni olahan salad buah dan pukis. Pengembangan yang kami lakukan yaitu dengan cara memberi merek, strategi pemasaran dan packing.

Peluang bisnis buah salad dan pukis sangat dibutuhkan dimasa pandemic seperti ini karna dalam kandungan buah terdapat banyak sekali vitamin yang membuat tubuh menjadi. Dari hasil pengamatan kami belum ada didaerah tersebut yang berjualan salah buah, dengan kondisi tersebut itu akan menjadi peluang buat para UKM untuk dikembangkan.

1) Prioritas masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka UKM milik Bu Suwarlina merupakan usaha yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih luas. Namun disisi lain memiliki beberapa kendala. Salah satu masalah yang dihadapi yaitu belum mempunyai brand, dan strategi pemasarannya juga masih belum dimiliki yang menghambat perkembangan usaha tersebut. Oleh Karena itu, untuk bisa mengembangkan usaha ini diperlukan brand/merek yang kuat untuk dapat diketahui banyak orang.

- 2) Manfaat kegiatan
 Manfaat dari usaha ini adalah membantu dalam menambah pendapatan, membuka peluang usaha sendiri, dan meningkatkan produktivitas dan potensi apa yang ada dalam diri tersebut. Dan menjadi pembelajaran buat tim kami
- 3) Luaran
 Produk yang dihasilkan dari usaha tersebut memiliki beberapa varian berat kemasan serta kemasan yang sederhana namun sudah memiliki brand merek tersebut.

Gambar Produk



Logo brand salad buah



Logo brand pukis



Gambar Produk Salad Buah



Gambar Produk Pukis

3.1 Keunikan Produk.

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa salad buah dan pukis ini bukanlah suatu usaha yang jarang dijumpai atau yang tergolong baru di pasaran. Oleh karena itu, kami mencoba untuk membuat merek dan strategi pemasarannya. Keunggulan produk salad buah dan pukis:

- Pukis memiliki varian rasa yaitu varian pukis meses dan keju dengan tekstur yang lembut
- Salad buah memiliki banyak varian berat gram pada kemasan dan konsumen juga dapat bisa request diberi nama di buah saladnya.
- Semua produk yang dibuat aman untuk dikonsumsi karena menjaga kehygienisan tempat dan penjualnya selalu memakai masker dan sarung tangan
- Harganya juga sangat murah dan terjangkau

3.2 Pangsa Pasar.

Untuk target pasar dari produk ini target dari semua kalangan dari balita, dewasa sampai tua dapat bisa menikmati makanan dan cemilan ini. Dan untuk target strategi pasar kami menggunakan media sosial untuk dapat mengenalkan lebih luas lagi

3.3 Lokasi usaha

Untuk lokasi usaha, Bu Suwarlina ini produknya hanya berjualan dirumah saja. Lokasinya juga belum strategis karna belum dikenal banyak orang. Lewat media sosial bisa memungkinkan orang lebih mengenal dan tau daerah tersebut.

4) KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Suratn Gang Dipo Kota Mojokerto telah berjalan dengan baik dan lancar. Secara terperinci kegiatan tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi brand merupakan sebuah ilmu yang sangat penting dan membantu mengembangkan para pekaku usaha UKM, membangun merek yang kuat dapat mengubah bisnis yang hanya semula kecil menjadi besar dan dalam penjualan dapat meningkat drastis dan memberikan pemahaman juga akan pemasaran yang baik dalam meningkatkan penjualan juga. Secara terperinci kegiatan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Pengembangan inovasi salad buah dan pukis pada pengabdian ini menunjukkan bahwa para pelaku UKM memiliki keinginan yang kuat dan tinggi guna meningkatkan kualitas produk
- 2) Merek pada produk juga sangat diperhatikan karna menambah nilai pada sebuah produk itu dan mempunyai peran penting bagi konsumen dalam menetapkan pilihannya
- 3) Pemasaran yang baik juga sangat diperhatikan, dimasa Era seperti ini harus memperhatikan perkembangan yang ada. Memasarkan produk ke sosial media agar dapat dikenal banyak orang dan bisa dijangkau dengan luas.

Daftar Pustaka

D Kasali, Rhenald dkk. 2012. Kewirausahaan. Hikmah : Jakarta

Suryana, 2006. Kewirausahaan. Salemba 4 : Jakarta

Rufaidah, P., Padjadjaran, U., & Rufaidah, P. (2015). Branding Strategy Berbasis

A. B. Susanto, Himawan Wijanarko. (2004). Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Bandung