

Sosialisasi dan Pelatihan Branding Produk Serta Inovasi Produk Pada UMKM Tape Di Dusun Cijulang Desa Sukakarya Kecamatan Megamendung

Socialization and Training on Product Branding and Product Innovation for Tape MSMEs in Cijulang Hamlet, Sukakarya Village, Megamendung District

Alivia Maulia Zahra¹, Wulandari², Rasmitadila^{3a}

¹Universitas Djuanda, Jalan Tol Jagorawi No. 1, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16270,
e-mail: Aliviamaulian@gmail.com

²Universitas Djuanda, Jalan Tol Jagorawi No. 1, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16270,
e-mail: Wulandari29062002@gmail.com

^{3a}Universitas Djuanda, Jalan Tol Jagorawi No. 1, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16270,
e-mail: rasmitadila@unida.ac.id

(Diterima: 13-09-2023; Ditelaah: 15-10-2023; Disetujui: 31-12-2023)

Abstrak

Persaingan bisnis yang ketat mewajibkan setiap usaha harus menerapkan strategi dalam pemasaran produk untuk memperoleh keunggulan kompetitif, salah satu strategi untuk meningkatkan minat beli pada konsumen ialah penerapan branding produk. Branding adalah kegiatan untuk menciptakan image pada sebuah produk. UMKM Tape Bapak mamun merupakan salah satu UMKM yang berada di Dusun Cijulang Desa Sukakarya, meskipun telah berdiri cukup lama, UMKM ini sama sekali belum mempunyai identitas produk seperti nama, logo dan kemasannya masih menggunakan kantong plastik. Melihat permasalahan tersebut kegiatan pengabdian ini bertujuan membuat identitas visual pada UMKM tape Bapak Mamun melalui proses branding produk seperti logo, kemasan yang menarik, dan banner. Metode yang dilakukan pada pengabdian ini yaitu action research yang merupakan metode tindakan yang digunakan untuk mengatasi suatu permasalahan mitra baik dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dikerjakan secara tersusun sehingga validitas dan reabilitas mencapai tingkat riset. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terdapatnya identitas visual melalui logo, kemasan yang menarik, dan banner untuk produk tape.

Kata kunci: Branding Produk, Pemasaran, Tape, UMKM

Abstract

Tight business competition requires every business to implement strategies in product marketing to gain a competitive advantage. One strategy to increase consumer buying interest is the application of branding to products. Branding is an activity to create an image for a product. Mr. Mamun's Tape MSME is one of the MSMEs located in Cijulang Hamlet, Sukakarya Village. Even though it has been around for a long time, this MSME does not have a product identity at all such as a name, logo and the packaging still uses plastic bags. Looking at the problem, this service activity aims to create a visual identity for Mr Mamun's MSME tape through a product branding process such as a logo, attractive packaging and banners. The method used in this service is action research, which is an action method used to overcome a partner's problem, including planning, implementation and evaluation which is carried out in a structured manner so that validity and reliability reach research level. The result of this service activity is a visual identity through a logo, attractive packaging and banners for tape products.

Keywords: Marketing, MSMEs, Product Branding, Tape

PENDAHULUAN

Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi usaha besar yang semakin terpuruk, sementara usaha mikro kecil menengah serta Koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya (Adam et al., 2016). Untuk menciptakan sebuah bisnis diperlukan kreativitas dan inovasi yang lahir dari kemampuan masyarakat dalam melihat potensi sumber daya alam yang terdapat dalam suatu wilayah (Rohaenah et al., 2023). Jika masyarakat tersebut mampu memanfaatkan potensi yang ada maka peluang dunia usaha akan terbuka lebar, khususnya pada sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) misalnya potensi yang terdapat di Desa Sukakarya Kecamatan megamendung Kabupaten Bogor yang merupakan salah satu tempat yang sangat cocok untuk dijadikan sebagai pusat pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor karena dekat dengan Tempat wisata.

Desa Sukakarya merupakan desa yang terletak di Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor yang terdiri dari tiga dusun yaitu Dusun Cijulang, Pasir Kalong dan Dusun Cobleng yang sebagian besar warganya adalah seorang petani. Berdasarkan informasi yang didapat penulis dari kepala Desa Sukakarya, bahwa di Desa Sukakarya terdapat UMKM bahan pangan seperti tape. Pemasaran produk tersebut masih dilakukan secara konvensional yaitu dijual langsung ke konsumen (melalui informasi dari mulut ke mulut dan di titip jualkan oleh kerabat).

Tape adalah produk olahan hasil pertanian berbahan dasar ketela singkong yang sangat potensial untuk dikembangkan di Dusun Cijulang Desa Sukakarya Penghasil tape di wilayah ini cukup konsisten dalam memproduksi dengan skala usaha rumah tangga menjadikan peluang yang cukup potensial bagi desa untuk menjadikan tape sebagai produk unggulan. Hal ini dapat menjadikan tape sebagai produk yang menjadi sumber penghasilan yang menjanjikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku usaha tape Dusun Cijulang Desa Sukakarya. Fakta di lapangan UMKM tape di desa Sukakarya masih belum mengerti dan memahami konsep produksi dan belum memiliki identitas produk. Akibatnya, hasil yang didapatkan belum optimal untuk dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha. Para pelaku usaha tersebut masih menjalankan usaha karena sifatnya turun temurun dan menjadikan usaha tersebut sebagai usaha sampingan.

Masalah utama yang dihadapi oleh pelaku usaha tape Dusun Cijulang Desa Sukakarya adalah pada masalah pengembangan produk, pengemasan, dan branding. Para pelaku usaha rumah tangga tape juga mengeluhkan proses pemasaran produknya hanya bisa dilakukan di sekitar tempat tinggal mereka saja dan tidak dapat tersebar luas ke luar daerah Desa Sukakarya. Seperti halnya manusia, sebuah produk atau jasa membutuhkan tanda pengenal, yang dapat berupa nama, simbol, logo, atau banner, sehingga bisa dengan mudah di ingat oleh konsumen. Selain itu juga sebagai media

identifikasi yang membedakan suatu produk atau jasa terhadap pesaingnya. Di lihat dari sudut pandang konsumen, brand memiliki nilai yang sangat penting karna konsumen cenderung akan mencari brand yang paling bagus (Sagita, 2022)

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu *action research* (penelitian tindakan). *Action research* merupakan metode tindakan yang digunakan untuk mengatasi suatu permasalahan mitra baik dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dikerjakan secara tersusun sehingga validitas dan reabilitas mencapai tingkat riset. Adanya kontribusi dari masyarakat yaitu pelaku UMKM untuk melakukan perubahan dan menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi sehingga penyelesaian masalah yang dilakukan adalah hasil dari kesadaran dan pemikiran masyarakat itu sendiri (Berg, 2004). Program Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Dusun Cijulang, Desa Sukakarya, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, 16770. Waktu pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu pada hari Rabu, 16 Agustus 2023 sampai Jum'at 18 Agustus 2023 yang bertempat di rumah Bapak Mamun. Sasaran program Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu pemilik UMKM tape di Dusun Cijulang, Desa Sukakarya.

Tahapan pada metode *action research* (Hasan, 2009) adalah sebagai berikut:

1. Tahap diagnosis (Mengidentifikasi masalah)
2. Action Research (Membuat Perencanaan Tindakan)
3. Actoin Taking (Pelaksanakan Tindakan)
4. Evaluating (evaluasi Tindakan)

Teknik pengumpulan data pada pengabdian ini adalah menggunakan beberapa cara yaitu:

1. Catatan lapangan, yaitu catatan pokok atau catatan survey terkait situasi yang terjadi di lapangan sesuai dengan fokus penelitian dan ditulis secara deskriptif.
2. Wawancara, yaitu suatu proses yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan cara bertanya dan mendengarkan jawaban dari narasumber. Pengambilan data yang dilakukan peneliti yaitu mewawancarai pemilik UMKM tape.

HASIL & PEMBAHASAN

Peserta kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini adalah bapak mamun pemilik UMKM tape singkong dan beberapa masyarakat yang berada di dusun cijulang desa sukakarya. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan branding produk serta inovasi produk untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi produk tape singkong mendapatkan sambutan yang antusias dari pemilik usaha dan para peserta. Hal ini di buktikan dengan semangat dari peserta dalam bentuk kegiatan tanya jawab yang diajukan kepada narasumber atau pembicara, menanyakan tentang cara dan kiat-kiat dalam branding produk, memberi

identitas pada produk dan kemasan yang menarik. Branding produk dapat dilakukan melalui beberapa cara antara lain membuat logo yang *iconic*, banner, serta kemasan yang menarik sehingga mudah di ingat oleh masyarakat secara mudah dan cepat.

Alasan utama strategi branding dipakai dalam pemasaran suatu produk adalah sebuah brand ataupun merek yang sudah ternama dapat membuat nilai jual sebuah produk meningkat. Bahkan sebuah brand atau merek dapat mempengaruhi persepsi dan penilaian orang terhadap produk tertentu. Hal ini tentu saja dapat berpengaruh besar terhadap efektifitas dan efisiensi pemasaran produk. Berikut dokumentasi sosialisasi branding produk.



Gambar 1. Sosialisasi branding produk

Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan berupa branding logo, kemasan yang menarik, banner pada UMKM tape Bapak Mamun dan inovasi produk olahan dari tape. Logo adalah suatu bentuk grafis yang berbentuk tanda, symbol, atau lambang (Arifudin et al., 2021). Logo merupakan wajah dari suatu produk, maka dari itulah memiliki logo dalam suatu usaha sangat penting.

Tape Bapak Mamun merupakan UMKM yang berada di dusun Cijulang Desa Sukakarya. UMKM ini memproduksi olahan dari singkong yaitu tape. Usaha Bapak Mamun ini telah berdiri cukup lama dari tahun 1990. Namun meskipun telah berdiri cukup lama, UMKM ini masih menggunakan kantong plastik untuk kemasan dan sama sekali belum memiliki logo sebagai identitas produknya. Hal ini menjadi sebuah kekurangan dari produk tersebut karena dengan menggunakan logo dan kemasan yang menarik, konsumen dapat mengenali sebuah produk dengan lebih mudah dan juga dapat membantu pemilik usaha untuk memasarkan produk nya.

Konsumen dapat lebih mudah mengingat gambar atau bentuk dalam mengenal sebuah produk baru karena adanya logo. Logo dapat menjadi sarana promosi yang digunakan untuk merepresentasikan merek produk kepada konsumen, sehingga produk yang telah mempunyai logo dapat dibedakan dengan produk lain dan produk sejenis (Muhammad et al., 2021). Berdasarkan pertimbangan tersebut, kami membantu memilihkan kemasan yang menarik dan membantu membuat banner serta logo produk

dalam berbagai bentuk, baik sebagai stiker pada kemasan dan sebagai bentuk soft file yang dapat digunakan untuk promosi secara online.

Pada kegiatan sosialisasi branding produk dan pelatihan serta inovasi produk ini bertujuan meningkatkan nilai jual dari usaha yang telah dibuat yang bahwasannya logo tersebut dapat membuat daya tarik dalam pemasaran (Rezky Ramadhan et al., 2023). Dengan kegiatan ini diharapkan UMKM dusun Cijulang yang sedang mendirikan usahanya dapat terbantu dengan adanya pembuatan logo untuk pemasaran produknya. Pembuatan logo untuk UMKM Tape Bapak Mamun yaitu dengan menggunakan website desain yaitu Canva. Berikut dokumentasi kegiatan pembuatan logo dan desain kemasan.



Gambar 2. Pembuatan desain logo dan banner UMKM Tape Bapak Mamun

Dalam pembuatan logo pada UMKM Tape Bapak Mamun ini, tim pelaksana pengabdian mendatangi rumah pemilik untuk mendiskusikan bagaimana logo akan dibuat. Bapak Mamun sebagai pemilik UMKM meminta agar logo diberi tulisan Tape Bapak Mamun dan selebihnya menyerahkan hasilnya kepada tim pengabdian. Adapun tahapan-tahapan yang kami lakukan dalam pembuatan logo ialah:

- 1) Tahap Pertama: Memikirkan jenis kemasan dan rancangan desain logo serta banner yang akan dibuat dengan menyesuaikan usaha yang telah berjalan.
- 2) Tahap Kedua: Pembuatan logo dan banner dengan website desain yaitu Canva. Berikut hasil pembuatan desain logo dan kemasan tape Bapak Mamun.



Gambar 3. Logo UMKM Tape Bapak Mamun



Gambar 4. Desain Banner UMKM Tape Bapak Mamun

- 3) Tahap Ketiga: Menyerahkan logo dan banner yang telah dibuat dalam bentuk tiker dan soft file kepada Bapak Mamun selaku pemilik UMKM.
- 4) Tahap Keempat: Di tahap ini kami mencoba menempelkan logo stiker pada kemasan produk.



Gambar 5. Kemasan baru dan logo UMKM Tape Bapak Mamun

Setelah memberikan desain logo dan kemasan, tim pengabdian juga melakukan pendampingan pelatihan inovasi produk kepada pemilik UMKM tape yang biasanya pengolahan tape singkong sebatas untuk olahan biasa yang siap saji yang terbungkus kantong plastic, namun kali ini tim memberi Ide inovasi produk olahan tape yaitu "Tape Roll". Berikut ini adalah bahan Baku membuat Tape Roll:

No	Bahan	Jumlah
1	Tape singkong	1 kg
2	Mentega	500 gram
3	Gula Pasir	200 gram
4	Kulit lumpia	1 pack (50 lembar)
5	Minyak goreng	1 liter

Adapun tahapan membuat tape roll adalah sebagai berikut

- Buat isianya terlebih dahulu, sediakan mangkok lalu campurkan tape singkong putih dan mentega sampai tercampur menjadi satu. Tambahkan gula pasir aduk hingga merata.
- Sediakan telur ambil putihnya untuk menjadikan lem kulit lumpia dan simpan dalam mangkok.
- Ambil kulit lumpia satu persatu masukkan sedikit demi sedikit isian tape yang sudah tercampur dengan butter, taruh di dalam ujung kulit beri lem dengan putih telur.
- Gulung dan lem dengan telur putih agar isi di dalam kulit lumpia tidak berantakan/keluar.
- Panaskan wajan masukan minyak goreng pada wajan, dengan menggunakan api kecil saja goreng, angkat jangan sampai gosong
- Sajikan di piring beri topping sesuai selera.



Gambar 6. Tape Roll Inovasi Produk Olahan Tape Singkong

Tanggapan yang diberikan oleh UMKM tape Bapak Mamun sangat baik, beliau merasa terbantu dengan hadirnya kemasan baru, logo, dan banner. Sehingga harapan kami, UMKM tape bapak mamun menjadi salah satu UMKM yang berkembang dalam kualitas produk dan selalu maju dalam usahanya.

KESIMPULAN

Untuk menciptakan sebuah bisnis, diperlukan kreativitas dan inovasi yang timbul dari kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi potensi sumber daya alam yang ada di suatu wilayah. Jika masyarakat tersebut mampu memanfaatkan potensi yang ada, maka peluang dalam dunia usaha akan terbuka lebar, terutama di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu potensi terletak di Desa Sukakarya, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor, yang sangat cocok dijadikan sebagai pusat pengembangan UMKM di Kabupaten Bogor karena dekat dengan tempat wisata. Pemilik UMKM tape dan peserta lainnya menyatakan bahwa kegiatan sosialisasi dan pelatihan sangat bermanfaat karena dapat meningkatkan wawasan kewirausahaan yang lebih profesional, mandiri, dan tangguh. Pembuatan identitas visual brand sangatlah penting bagi UMKM, melalui branding logo, memilih kemasan yang menarik hingga banner pada UMKM Tape Bapak Mamun diharapkan dapat memberikan identitas produk dan memperluas pemasaran, sehingga pemasaran tidak hanya dioperasikan di dalam desa melainkan juga di luar desa. Inovasi produk olahan dari tape singkong juga dapat terus berlangsung dan setiap produknya dapat menjadi produk unggulan dari Dusun Cijulang Desa Sukakarya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Syarifuddin M, dkk. (2016). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Ternate (Studi Dinas Koperasi dan UKM Kota Ternate). *Jurnal Ilmu Sosial & Pengelolaan Sumber daya Pembangunan*, edisi XXI (Maret-April), hal 129-142.
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2640-2651.
- Berg, B. L. (2004). *Methods for the Social Sciences*. Pearson (Vol. 5)
- Hasan. (2009). *Action Research: Desain Penelitian Integratif untuk Mengatasi Permasalahan Masyarakat*. *Jurnal AKSES Ekonomi dan Bisnis* Volume (4), nomor (8), Oktober 2009.
- Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Minat Beli Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Produk Green Bean Kopi. *Jurnal Graha Pengabdian*, 3(4), 369–376.
- Rezky Ramadhan, N., Januarty, R., Dhevia, D., Meilinda, Riswani, A.D.P, W., & Nurul Annisa Sukhiar, A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Bontotiro Melalui Pembuatan Logo dan Eduwisata untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 105–111.
- Rohaenah, S. H., Wijayanti, S. W., Munawar, W., Ekoresti, S. N., Rubyasih, A., & Komarudin, M. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Inovasi Bisnis Kopi Bumdes Jaya Laksana Di Desa Wates Jaya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 93–98. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v3i1.5421>
- Sagita, Rizka Alip, & Siswahyudianto. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* 5.3: 327-340.