



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 12197-12208

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Branding Usaha Pada UMKM Fahmi Jaya Kue Di Kelurahan Plosokerep Kota Blitar

Fitria NurAini¹, Ririt Iriani Sri S^{2✉}, Mohammad Wahed³

Universitas Pembangunan Nasional

Email: ririt.iriani.ep@upnjatim.ac.id^{2✉}

Abstrak

Branding usaha adalah istilah dari sebuah nama, simbol dan perancangan desain pada sebuah produk. Sedangkan rebranding adalah suatu proses menciptakan gambaran baru dan posisi baru di pikiran konsumen dari suatu brand yang sudah ada, untuk membangun positioning yang berbeda di mata konsumen dan competitor. UMKM harus mengikuti arus kemajuan teknologi agar bisa berkembang dan dapat bersaing secara global. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk bersaing dengan kompetitor sejenis. Dalam komunikasi pemasaran brand bukan sekedar nama dan logo. brand adalah janji organisasi untuk menawarkan prinsip brand mereka kepada pelanggan. Lokasi UMKM berada di wilayah Kelurahan Plosokerep, Fahmi Jaya kue Kec Sananwetan, Kota Blitar. KKN-T MBKM Kelompok 34 melaksanakan strategi branding dengan membuat logo baru, desain kemasan, katalog, benner, foto produk, media sosial dan website.

Kata Kunci: *Branding, Rebranding, Plosokerep, UMKM Fahmi Jaya Kue*

Abstract

Business branding is the term of a name, symbol and design design on a product. While rebranding is a process of creating a new image and a new position in the minds of consumers of an existing brand, to build a different positioning in the eyes of consumers and competitors. MSMEs must follow the flow of technological advances in order to develop and be able to compete globally. There are many ways that MSME players can compete with similar competitors. In marketing communications, brands are not just names and logos. Brand is an organization's promise to offer their brand principles to customers. The location of MSMEs is in the Plosokerep Village area, Fahmi Jaya kue Kec Sananwetan, Blitar City. KKN-T MBKM Group 34 carries out branding strategies by creating new logos, packaging designs, catalogs, benner, product photos, social media and website.

Keywords: *Branding, Rebranding, Plosokerep, MSME Fahmi Jaya Kue*

PENDAHULUAN

Branding usaha adalah istilah dari sebuah nama, simbol dan perancangan desain pada sebuah produk. Sedangkan rebranding adalah proses menciptakan gambaran atau posisi baru di mata konsumen atas sebuah brand yang sudah ada, untuk membangun positioning yang berbeda di mata konsumen dan kompetitor sejenis. Rebranding sendiri terbagi menjadi dua yaitu Evolutionary rebranding dan Revolutionary rebranding, untuk Evolutionary rebranding ialah proses rebranding secara bertahap sedangkan untuk Revolutionary rebranding ialah proses rebranding yang dilakukan secara total atau besar-besaran.

UMKM harus mengikuti arus kemajuan teknologi agar bisa berkembang dan dapat bersaing secara global. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk bersaing dengan kompetitor sejenis, yaitu dengan meningkatkan mutu produk/kualitas produk, pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk dan survai kepuasan konsumen.

Sebuah produk yang bagus tetapi tanpa Branding ataupun Rebranding packaging yang baik maka strategi pemasarannya akan sia-sia. Branding dan Rebrading packaging ini juga dapat menjadi media promosi kepada pembeli atau konsumen. Ciri khas dari Branding dan Rebranding yaitu dapat berupa logo, desain kemasan, pewarna dan tipografinya.

Visual branding yaitu berbagai elemen visual yang digunakan oleh suatu bisnis atau brand untuk membangun karakter atau identitas bisnisnya seperti logo, warna logo, warna tema brand, komposisi desain dan elemen visual lainnya. Branding sendiri merupakan sebuah kegiatan marketing merupakan upaya untuk memasarkan merk dalam suatu pasar. Branding dimulai dari penamaan (penentuan brand), pembuatan logo brand atau merk,

hingga kegiatan brand building yang meliputi positioning, launching, sustaining hingga rejuvenating.

Penelitian ini dilakukan dengan mendatangi rumah pelaku UMKM yaitu Fahmi Jaya Kue untuk mencari informasi yang meyangkut sejarah serta sifat dan karakteristik UMKM dan bertujuan untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh UMKM tersebut selama melaksanakan strategi branding sehingga dapat mencari strategi yang lebih efektif lagi dalam branding usaha.

METODE PENELITIAN

Lokasi UMKM dilakukan di wilayah Kelurahan Plosokerep, Fahmi Jaya kue beralamatkan di Jalan Yapen, Jalan Yapen no 25 Cabean, Plosokerep, Kec Sananwetan, Kota Blitar. Kegiatan branding dilaksanakan di UMKM terkait dengan persetujuan kedua belah pihak:

Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan kami melakukan survei terlebih dahulu ke UMKM terkait setelah itu kami melakukan pendataan melalui wawancara secara langsung kepada pemilik UMKM supaya mengetahui kendala yang dialami oleh UMKM. Selanjutnya kami melakukan perencanaan untuk pengembangan branding UMKM.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan kami mengambil sampel produk untuk melakukan foto produk, pembuatan website, pembuatan sosial media, pembaruan logo, desain kemasan, dan katalog pada UMKM.

Tahap Akhir

Pada tahap akhir kami memberikan hasil branding UMKM kepada pihak UMKM serta edukasi mengenai branding sendiri yang sudah kami buat seperti menjelaskan filosofi dari logo, foto produk, desain kemasan, katalog dan mengedukasi penggunaan pembuatan website dan penggunaan media social.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo ialah sebuah gambar atau huruf yang diciptakan untuk membuktikan keaslian dan kepemilikan dari suatu usaha. Logo ini merupakan elemen yang sangat penting karena dapat diingat oleh seseorang. Oleh karena itu penciptaan logo sangat penting agar dapat dikaitkan dengan nama merek di ingatan pelanggan. Logo juga merupakan sebuah

pengakuan, kesuksesan, loyalitas dan keunggulan yang dituangkan dalam sebuah gambar dan logo merupakan pembeda antara produk dan produk lainnya.

Dengan adanya logo dapat diyakini memberikan pengaruh pengakuan tertentu pada setiap orang yang melihat dan memakainya. Perusahaan banyak melakukan perubahan logo agar lebih menarik dengan Rebranding. UMKM yang di dampingi dalam pembuatan desain logo rebranding ialah UMKM Fahmi Jaya Kue. Pada awalnya UMKM Fahmi Jaya Kue sudah memiliki logo tetapi logo yang sudah ada tersebut menurut kami kurang menarik dan kurang cocok dengan makna dari UMKM Fahmi Jaya Kue Tersebut.

Maka dari itu menawarkan untuk dibuatkan logo baru yang lebih sesuai dengan makna dan ciri khas UMKM Fahmi Jaya Kue tersebut. Berikut adalah langkah-langkah dalam pembuatan logo untuk kedua UMKM tersebut:

1. Mengumpulkan informasi dari UMKM yaitu UMKM Fahmi Jaya Kue, yang meliputi jenis dan karakteristik produk yang mereka jual serta sejarah singkat awal berdirinya usaha UMKM;
2. Mencari beberapa artikel dan contoh logo produk yang baik dan benar sebagai referensi dalam mencari ide pembuatan logo baru;
3. Memilih dan mulai menyusun beberapa elemen seperti bentuk, simbol, nama dan warna pada aplikasi canva;
4. Membuat 2 logo baru dari beberapa elemen yang telah dipilih sebelumnya untuk memberikan gambaran kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue;
5. Menunjukkan beberapa logo baru yang telah jadi, serta menjelaskan makna yang terkandung kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan sebelumnya;
6. Logo yang dipilih oleh pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan revisi atau dicek kembali agar lebih sesuai dengan pihak UMKM;
7. Logo yang telah selesai direvisi kemudian dicetak dalam bentuk png dan diserahkan kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue melalui media sosial *whatsapp*.

Berikut logo baru yang berhasil dibuat:



Gambar 1 Logo UMKM Fahmi Jaya Kue

Arti dari logo UMKM Fahmi Jaya Kue Simbol berupa kue bulat atau lingkaran dengan titik tiga ini memvisualisasikan bahwa menjaga semangat kualitas dari kue kering dan kue basah yang di produksi serta dapat mengerti dari keinginan pelanggan sedangkan Fahmi Jaya sendiri diambil dari nama anak sang pemilik dimana pemilik berharap dari nama tersebut dapat memberikan atau membawa kelancaran dalam usaha nya.

Untuk arti dari warna nya Warna coklat memberikan kesan tenang dan dewasa yang mana ini mencerminkan dalam memproduksi tidak perlu terburu-buru dalam membuat produk agar kualitas nya tetap terjaga dan Warna kuning pada titik tiga melambangkan kebersihan yang mana ini sangat dibutuhkan dalam bidang produksi makanan. Dimana jika kebersihan nya terjaga maka produksi akan lancar.

Menghaktikan logo baru yang sudah kami buat dalam bentuk buku panduan, karena logo merupakan wajah dari sebuah brand bisa dikatakan bahwa logo ini mewakili brand itu sendiri. Logo juga dapat memberikan kesan awal dari sebuah usaha dan juga logo merupakan sebuah identitas dari usaha tersebut. Kami tidak ingin logo yang sudah dibuat disalah gunakan oleh orang-orang tertentu.



Gambar 2 Buku Panduan UMKM Fahmi Jaya Kue

Kami membuatkan ulang desain kemasan untuk kue keringnya. Desain kemasan yang ada di UMKM Fahmi Jaya Kue sebelumnya kami rasa kurang cocok dengan logo baru yang sudah buat. Oleh karena itu kami menawarkan untuk membuat desain kemasan baru yang cocok disandingkan dengan logo baru yang sudah dibuat. Berikut adalah langkah-langkah dalam pembuatan desain kemasan untuk kedua UMKM tersebut:

1. Mencari beberapa artikel dan contoh desain kemasan produk yang baik dan benar sebagai referensi dalam mencari ide pembuatan desain kemasan baru;
2. Memilih dan mulai menyusun beberapa elemen seperti bentuk, simbol, nama dan warna pada aplikasi canva;

3. Membuat 2 desain kemasan baru dari beberapa elemen yang telah dipilih sebelumnya untuk memberikan gambaran kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue;
4. Menunjukkan beberapa desain kemasan baru yang telah jadi, serta menjelaskan dipilihnya bentuk, warna dan kata dalam masing-masing kemasan sesuai informasi tanya jawab dengan pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan sebelumnya;
5. Desain kemasan yang dipilih oleh pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan revisi atau dicek kembali agar lebih sesuai dengan pihak UMKM;
6. Desain kemasan yang telah selesai direvisi kemudian dicetak dalam bentuk png dan diserahkan kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue melalui media sosial whatsapp. Berikut kemasan baru yang berhasil dibuat:



Gambar 3. Kemasan UMKM Fahmi Jaya Kue

Warna yang cocok digunakan untuk kemasan produk coklat, merah dan kuning, yang mana warna-warna ini cocok digunakan pada pembuatan desain kemasan UMKM Fahmi Jaya Kue karena selaras dengan logo baru yang sudah dibuat dan juga isi yang tercantum di desain kemasan baru sudah sesuai dengan standar yang ada yaitu berisi komposisi, nama produk, jumlah per gram, tanggal kadaluarsa dan tanggal pembuatan.

Desain katalog adalah sebuah cara suatu lembaga atau usaha yang digunakan sebagai tanda pengenal dalam suatu lembaga atau usaha itu sendiri. Desain katalog dapat memberikan informasi dan promosi yang lebih efektif untuk produk. Dengan adanya desain katalog ini konsumen atau pembeli lebih mudah dalam menentukan produk apa yang ingin dibeli.

Katalog berisi informasi mengenai nama, jenis, harga produk, katalog ini juga dapat membantu mempromosikan produk mereka kepada calon pelanggan, karena katalog produk ini memberikan informasi lengkap mengenai produk dan memudahkan calon pelanggan untuk memilih yang ingin mereka beli. Untuk UMKM Fahmi Jaya Kue sebelumnya tidak memiliki desain katalog. Oleh karena itu, untuk mengatasi hal tersebut kami

menawarkan untuk membuat desain katalog yang menarik serta cukup menjelaskan produk mereka agar calon pembeli dapat dengan mudah memilih apa yang ingin mereka beli.

Berikut adalah langkah-langkah dalam pembuatan desain katalog untuk kedua UMKM tersebut:

1. Mencari beberapa artikel dan contoh desain katalog produk yang baik dan benar sebagai referensi dalam mencari ide pembuatan desain katalog;
2. Memilih dan mulai menyusun beberapa elemen seperti bentuk, simbol, nama dan warna pada aplikasi canva;
3. Membuat 2 desain katalog dari beberapa elemen yang telah dipilih sebelumnya untuk memberikan gambaran kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue;
4. Menunjukkan beberapa desain katalog yang telah jadi, serta menjelaskan dipilihnya bentuk, warna dan kata dalam masing-masing katalog sesuai informasi tanya jawab dengan pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan sebelumnya;
5. Desain katalog yang dipilih oleh pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan revisi atau dicek kembali agar lebih sesuai dengan pihak UMKM tersebut;
6. Desain katalog yang telah selesai direvisi kemudian dicetak dalam bentuk png dan diserahkan kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue melalui media sosial *whatsapp*.

Berikut katalog yang berhasil dibuat:



Gambar 4 Katalog UMKM Fahmi Jaya Kue

Pembuatan desain katalog yang menarik bisa dilihat dari pemilihan warna dan jenis huruf yang digunakan. Warna yang cocok digunakan untuk kemasan produk coklat, yang mana warna-warna ini cocok digunakan pada pembuatan desain katalog UMKM Fahmi Jaya Kue karena selaras dengan logo baru yang sudah dibuatkan. Dengan adanya katalog ini

pembeli jadi lebih mudah untuk memilih produk apa yang ingin mereka beli dan juga mengetahui kisaran harga dari produk tersebut. Berikut desain katalog yang berhasil dibuat:

Benner memiliki arti gambar yang kebanyakan dibuat dalam ukuran kecil. Benner berfungsi sebagai media iklan, promosi, publikasi dan kepentingan lainnya. Tujuan dari adanya benner ini ialah untuk mengiklankan produk tertentu dan menarik orang sebanyak mungkin untuk melihat produk tersebut selain itu benner juga menunjukkan dimana tepatnya lokasi tempat jualannya, nomor yang dapat dihubungi dan juga gambar dari produk yang dijual.

UMKM Fahmi Jaya Kue berada di dalam gang atau jalan buntu, karena itu susah untuk menemukan dimana lokasi tepatnya UMKM berada dan juga tidak ada arah penunjuk jalan ke UMKM tersebut. Oleh karena itu, untuk mengatasi hal tersebut kami menawarkan untuk membuat desain benner yang menarik serta cukup menjelaskan produk mereka agar calon pembeli dapat dengan mudah menemukan lokasi, nomor yang dapat dihubungi dan lainnya.

Berikut adalah langkah-langkah dalam pembuatan desain benner untuk kedua UMKM tersebut:

1. Mencari beberapa artikel dan contoh desain benner produk yang baik dan benar sebagai referensi dalam mencari ide pembuatan desain benner;
2. Memilih dan mulai menyusun beberapa elemen seperti bentuk, simbol, nama dan warna pada aplikasi canva;
3. Membuat 2 desain benner dari beberapa elemen yang telah dipilih sebelumnya untuk memberikan gambaran kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue;
4. Menunjukkan beberapa desain benner yang telah jadi, serta menjelaskan dipilihnya bentuk, warna dan kata dalam masing-masing benner sesuai informasi tanya jawab dengan pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan sebelumnya;
5. Desain benner yang dipilih oleh pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue yang telah dilakukan revisi atau dicek kembali agar lebih sesuai dengan pihak UMKM tersebut;
6. Desain benner yang telah selesai direvisi kemudian dicetak dan diserahkan kepada pemilik UMKM Fahmi Jaya Kue selanjutnya benner dipasang di UMKM.

Berikut benner yang berhasil dibuat:



Gambar 5 Benner UMKM Fahmi Jaya Kue

Pembuatan desain benner yang menarik bisa dilihat dari pemilihan warna dan kata yang digunakan. Warna yang cocok digunakan untuk desain benner UMKM tersebut disesuaikan dengan kebutuhan dan juga dengan warna dari logo UMKM. Diharapkan dengan adanya benner ini pembeli dapat menemukan dimana lokasi dari UMKM Fahmi Jaya Kue berada. Kami juga melakukan pembaruan konten yang akan di posting pada social media UMKM Fahmi Jaya Kue dan juga dengan adanya konten foto atau caption yang menarik ini diharapkan dapat menambah daya tarik pelanggan dengan produk yang ada di UMKM. Kami membuat konten tersebut agar citra UMKM Fahmi Jaya GKue menjadi lebih fresh dan estetik yang mana mengikuti perubahan zaman yang ada.



Gambar 6 Foto Produk UMKM Fahmi Jaya Kue

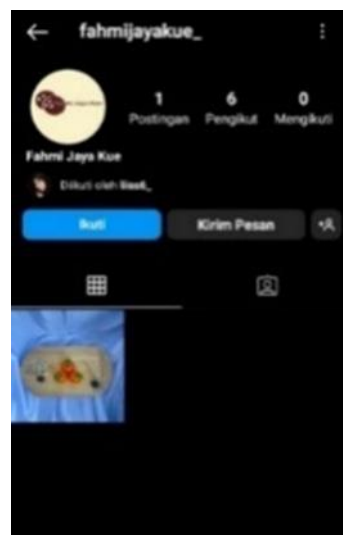
Pada awalnya kami melakukan survai UMKM Fahmi Jaya Kue ini mempromosikan produknya hanya dari mulut ke mulut yang mana menurut kami tidak dapat berkembang dan tidak efektif jika ingin dikenal lebih luas dengan strategi tersebut. Oleh karena itu kami membuatkan website agar pemasaran produk UMKM Fahmi Jaya Kue ini lebih luas dan dapat dikenal lebih luar juga namanya.



Gambar 7. Website UMKM Fahmi Jaya Kue

Media sosial yang dibuat oleh kami yaitu Instagram dengan nama @fahmijayakue_. Dengan adanya media sosial ini dan ditambah dengan konten-konten yang sudah kami buat diharapkan dapat membuat nama UMKM Fahmi Jaya Kue lebih dikenal dan dapat menjangkau penjualan yang lebih luas bukan hanya di kota Blitar dan sekitarnya saja.

Kami juga memberikan akun Instagram ini kepada pemilik usaha agar dapat memantau dan mengelolanya juga bersama kami serta kami juga memberi tahu cara penggunaan dari aplikasi Instagram kepada pemilik usaha UMKM Fahmi Jaya Kue.



Gambar 8. Instagram UMKM Fahmi Jaya Kue

SIMPULAN

Branding dan rebranding sangat penting dalam suatu usaha karena merupakan ciri khas atau identitas dari usaha tersebut. Tanpa branding dan rebranding yang baik maka strategi pemasarannya akan sia-sia. Dengan adanya branding dan rebranding usaha dapat meningkatkan penjualan dan juga dapat membuat usaha tersebut lebih dikenal secara luas.

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini juga dalam mengoptimalkan branding

usaha ini dapat memberikan manfaat serta menambah ilmu branding usaha bagi UMKM Fahmi Jaya Kue tentang pentingnya branding usaha jika ingin dikenal lebih luas dan juga jika ingin menggapai customer yang lebih luas lagi. Kegiatan pengabdian di kelurahan Plosokerep, kota Blitar ini diharapkan kedepannya perlu dilakukan kembali sosialisasi tentang pentingnya branding usaha agar pelaku UMKM dapat mengembangkan usaha mereka menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- U. Itam, S. Misra, dan H. Anjum, "*HRD indicators and branding practices: a viewpoint on the employer brand building process*". *European Journal of Training and Development*, vol. 44, no. 6–7, hlm. 675–694, Agu 2020, doi: 10.1108/EJTD-05-2019-0072.
- M. Au-Yong-Oliveira dan M. J. Sousa, "*Sustainable Marketing and Strategy*". [Daring]. Tersedia pada: www.mdpi.com/journal/sustainability.
- D. Irawan dan M. W. Affan, "Pendamping Branding dan Packaging UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah di Kota Malang". *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, vol. 1, no. 1, Feb 2020, doi: 10.22219/janayu.v1i1.11188.
- P. Ebrahimi, A. Hajmohammadi, dan D. Khajeheian, "*Place branding and moderating role of social media*". *Current Issues in Tourism*, vol. 23, no. 14. Routledge, hlm. 1723–1731, 17 Juli 2020. doi: 10.1080/13683500.2019.1658725.
- C. Fanaqi dan R. M. Pratiwi, "Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi". vol. 2, no. 4, hlm. 263, 2020.
- F. Muttaqien dan R. B. Sulistyan, "*Product Branding Training Model for MSMEs in Probolinggo Regency*" *Innovation Business Management and Accounting Journal*, vol. 1, no. 1, hlm. 24–28, Mar 2022, doi: 10.56070/ibmaj.v1i1.3.
- D. A. Nani, L. Ahluwalia, dan D. Novita, "Pengenalan Literasi Keuangan dan Personal Branding di Era Digital Bagi Generasi Z di SMK PGRI 1 Kedondong". *Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*, vol. 2, no. 2, hlm. 43–47, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknoabdimas>.
- F. Muttaqien, R. Cahyaningati, V. L. Rizki, dan I. Abrori, "Pembukuan Sederhana Bagi UMKM," 2022.
- S. Hanna, J. Rowley, dan B. Keegan, "*Place and Destination Branding: A Review and Conceptual Mapping of the Domain*". *European Management Review*, vol. 18, no. 2, hlm. 105–117, Jun 2021, doi: 10.1111/emre.12433.
- M. Saat Ibnu Waqfin *dkk.*, "Strategi Branding untuk Membangun Identitas Brand dalam

- Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang," 2021.
- N. Kashive, V. T. Khanna, dan M. N. Bharti, "*Employer branding through crowdsourcing: understanding the sentiments of employees*". *Journal of Indian Business Research*, vol. 12, no. 1, hlm. 93–111, Apr 2020, doi: 10.1108/JIBR-09-2019-0276.
- V. Swaminathan Thomas Marshall Professor of Marketing dkk., "*Branding In A Hyperconnected World: Refocusing Theories And Rethinking Boundaries*".
- K. Jonsen, S. Point, dan E. K. Kelan, "*Diversity Branding: A Five-Country Comparison Of Corporate Websites*" *Academy of Management Proceedings*, vol. 2016, no. 1, hlm. 11605, Jan 2016, doi: 10.5465/ambpp.2016.11605abstract.
- Y. Yumna, U. Ishihara, dan R. Oktavianti, "Personal Branding *Influencer* di Media Sosial TikTok," 2021.