

MENCIPTAKAN BRAND UNTUK MENINGKATKAN BRANDING UMKM KERIPIK TALAS IBU FITRI DI DESA SUMBER JAYA

Ahmad Shoddik¹, Ersya Athaya Insyira², Doris Indah Sari Sinaga³, BimaJuananda⁴, Gilang
Virgiawan Syahputra⁵

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Komputer, ⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jl. Z.A Pagar Alam No.93, Bandar Lampung – Indonesia 35142 Telp. (0721) 78214 Fax. (0721) 700261

e-mail : ¹ahmadshoddik24@gmail.com

ABSTRACT

Community Service Work Practice (PKPM) is a manifestation of the Tri dharma of higher education, namely community service. This community service aims to help Taro Chips Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Sumber Jaya Village, Kec. Way Ratai, Kab. offer So I helped create their own product brand for easy identification and a larger market. Through the Community Service Practices (PKPM) program, it is hoped that it can assist in good marketing management and in improving the economic level and welfare of the community. The trick is to create MSME brands so that consumers can recognize them more easily. The results of this activity will be very beneficial for UMKM Taro Chips in Sumber Jaya Village because it aims to increase sales by creating an MSME brand.

Keywords— Branding, Logo, UMKM

ABSTRAK

Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan wujud dari Tri dharma perguruan tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Keripik Talas di Desa Sumber Jaya, Kec. Way Ratai, Kab. menawarkan Jadi saya membantu menciptakan merek produk mereka sendiri untuk memudahkan identifikasi dan pasar yang lebih besar. Melalui program Praktek Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini diharapkan dapat membantu dalam pengelolaan pemasaran yang baik dan dalam meningkatkan taraf ekonomi serta kesejahteraan masyarakat. Caranya adalah dengan menciptakan merek-merek UMKM agar konsumen lebih mudah mengenalinya. Hasil dari kegiatan ini akan sangat bermanfaat bagi UMKM Keripik Talas Desa Sumber Jaya karena bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menciptakan brand UMKM.

Kata Kunci— Merek, Logo, UMKM

I. PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk menjembatani keterhubungan antara dunia akademik dengan dunia nyata. Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya melaksanakan program Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang sejalan dengan tema utama kampus "Dengan Ekonomi Kerakyatan Pulih Lebih Cepat Bangkit Lebih Kuat". Program ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di Desa Sumber Jaya, Kabupaten Pesawaran, Lampung, Indonesia. Salah satu upaya yang dilakukan dalam PKPM adalah membantu meningkatkan branding UMKM Keripik Talas Ibu Fitri di Desa Sumber Jaya. Desa Sumber Jaya memiliki luas 1.064,00 Ha dengan jumlah penduduk 4.147 jiwa, mayoritas masyarakatnya bekerja di ladang atau perkebunan, namun sebagian memilih membuka lapangan kerja dengan membuka usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti usaha keripik talas yang dijalankan oleh Ibu Fitri. Meskipun usaha keripik talas yang dijalankan oleh Ibu Fitri sudah berjalan sejak tahun 2021, namun produk yang belum memiliki merek sendiri menjadi hambatan dalam mengenalkan produk ke pasar. Oleh karena itu, melalui PKPM ini, akan dibantu menciptakan brand untuk meningkatkan branding UMKM Keripik Talas Ibu Fitri di Desa Sumber Jaya agar lebih mudah dikenali dan mendapatkan pasar yang lebih besar. Diharapkan, melalui program ini, Ibu Fitri dapat terbantu dalam mengelola pemasaran dengan baik dan meningkatkan taraf ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Desa Sumber Jaya.

II. MASALAH

1. Bagaimana strategi pembuatan logo produk dapat meningkatkan pengembangan pemasaran UMKM (Keripik Talas) di Desa Sumber Jaya?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif agar UMKM (Keripik Talas) dapat dikenal oleh banyak orang dan memperluas pasar di Desa Sumber Jaya?

III. METODE PELAKSANAAN

Metode implementasi Keripik Taro Ibu Fitri untuk usaha kecil menengah yaitu melalui pendekatan, konsultasi dan pelatihan untuk mengedukasi UMKM tentang pentingnya branding.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang diterapkan untuk mendukung pelaksanaan PKPM yaitu: a) Berkunjung ke kediaman pemilik UMKM untuk membahas permasalahan yang terkait dengan usaha UMKM Keripik Talas Ibu Fitri; b. Pertemuan dan pembahasan masalah produk atau pemasaran pemilik UMKM; c. Berdasarkan pembahasan sebelumnya, permasalahan pemilik UMKM terkait dengan keterbatasan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam log pemasaran, merek dan produk. Jika kita memperhatikan masalah ini, kita harus memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan yang dilakukan, yaitu. branding dan logo produk UMKM, berhasil dibuat untuk memudahkan dalam mempresentasikan produk Keripik Talas Ibu Fitri kepada konsumen, sehingga pemasarannya lebih luas dan dikenal oleh banyak konsumen dekat dan di luar daerah.

Menjual merek, logo, dan produk melalui e-commerce menawarkan banyak keuntungan lain, salah satunya adalah pembeli bisa mendapatkan paparan berbagai produk UMKM mulai dari Keripik Talas, Keripik Singkong hingga Keripik Pisang. Hal ini merupakan salah satu nilai tambah untuk bersaing dengan produk sejenis di pasaran. Inilah cara pembuatan Keripik Taro Ibu Fitri.



Gambar 1. Proses pemotongan talas



Gambar 2. Proses penggorengan keripik talas



Gambar 3. Proses pengemasan keripik talas



Gambar 4. Hasil produksi keripik talas

Pada proses pembuatannya, Keripik Talas yang masih menggunakan alat tradisional dan tetap menjaga keaslian rasa talas, pisang dan singkong.



Gambar 5. Hasil Logo UMKM



Gambar 6. Hasil Stiker UMKM



Gambar 7. Hasil Banner UMKM



Gambar 8. Penyerahan Banner pada pemilik UMKM

Selain melakukan branding, kami juga melakukan pembuatan logo dan pamflet sebagai brand image Keripik Talas Ibu Fitri lebih menarik dan dapat menarik minat beli konsumen dari segala kalangan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari keseluruhan rangkaian program kerja yang telah dilakukan oleh Mahasiswa Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) Darmajaya, di Desa Sumber Jaya, Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran. Dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Pemilik UMKM sudah memiliki brand/merek sendiri
2. Pemilik UMKM sudah meningkatkan media pemasaran yang lebih luas agar dapat dijangkau banyak masyarakat luas.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat saya berikan adalah sebagai berikut :

A. Untuk masyarakat Desa Sumber Jaya

1. Lebih menjaga populasi pepohonan di lingkungan Desa Sumber Jaya.
2. Meningkatkan rasa kepedulian dan kerjasama yang baik untuk kemajuan Desa Sumber Jaya.
3. Peningkatan sarana di bidang teknologi untuk proses pembelajaran agar bisa lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Ekasari, N. 2014. Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi Volume 16, Nomor 2, Hal. 81-102

Dedi dkk. 2017. Pengaruh Pelatihan Dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Perkampungan Industri Kecil Pulogadung Jakarta Timur. Jurnal Ilmiah Econosains, Vol. 14 No. 1

Suci, Y. R. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6 No. 1

Trustorini Handayani, Yusuf Tanjung. 2017. Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Volume VII No. 1 Tahun 2017.

Aija, S. & Dunska, M. 2019. The Importance Of Creativity for Business Development In Latvia. Journal of Economics and Management Research. Vol. 8

K. Firmansyah, K.Fadhli, I. A. Noviandy, and S. Rini, "Pengenalan Media Sosial dan E-COMmercer sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food," *Jumat Ekon. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp.43-48, 2020.

K. Firmansyah, K.Fadhli, I. A. Noviandy, and S. Rini, "Pengenalan Media Sosial dan E-COMmercer sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food," *Jumat Ekon. J. Pengabdi. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp.43-48, 2020.