



PENGEMBANGAN BRANDING PADA UMKM REMPEYEK “MBAK LIYA” DI DESA NGEPOH, KECAMATAN DRINGU, KABUPATEN PROBOLINGGO

Nailatun Ni'mah^{1*}, Retno Dwi Astutik², Akhmad Qushoyyi Shobri³, Kustini⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: 20012010099@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang ada merupakan poin penting yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk melakukan branding produk. Branding produk merupakan kesempatan yang bagus untuk dimanfaatkan karena merupakan kesempatan bagi UMKM untuk berkembang dan membantu membangkitkan perekonomian yang ada. Dengan demikian dibutuhkan adanya penyuluhan dan pelatihan mengenai branding produk. Sehingga penulis membuat program kerja pengabdian masyarakat berupa penyuluhan dan pelatihan branding produk. UMKM Rempeyek "Mbak Liya" merupakan UMKM yang bergerak dibidang makanan ringan. Metode pelaksanaan branding produk ini menggunakan metode penyuluhan dan pelatihan. Program kerja tersebut berhasil memberikan informasi tentang branding produk. Penulis berharap pelaku UMKM yang telah melakukan penyuluhan dan sosialisasi tersebut dapat melaksanakan materi dan praktik yang telah diberikan, serta dapat berinovasi mengikuti perkembangan.

Kata kunci: Branding produk; UMKM

BRANDING DEVELOPMENT OF REMPEYEK "MBAK LIYA" MSME IN NGEPOH VILLAGE, DRINGU SUB-DISTRICT, PROBOLINGGO DISTRICT

ABSTRACT

Existing technological developments are important points that can be utilized by MSME actors to carry out product branding. Product branding is a great opportunity to take advantage of because it is an opportunity for MSMEs to develop and help revive the existing economy. Thus there is a need for counseling and training regarding product branding. So the authors make a community service work program in the form of counseling and product branding training. "Mbak Liya" Small Medium Enterprises Small Medium Enterprises is an MSME engaged in the field of snacks. The method of implementing this product branding uses counseling and training methods. The work program succeeded in providing information about product branding. The author hopes that MSME actors who have conducted counseling and socialization can implement the materials and practices that have been provided, and can innovate following developments.

Kata kunci: Product branding; MSME

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang sangat ketat ini, branding telah menjadi faktor penting bagi keberhasilan sebuah organisasi. Dunia bisnis setiap saat akan mengalami perubahan. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menjadikan banyak produk baru yang bermunculan. Dalam konteks pemasaran, branding memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan terkait nilai-nilai, pesan, dan keunikan suatu merek kepada konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia, pelaku UMKM dapat merencanakan strategi untuk para konsumen agar mereka tertarik pada produk yang dijual. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas produknya adalah dengan menciptakan suatu brand.

Branding merupakan simbol atau pemberian nama yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa agar dapat memperkuat image suatu produk. branding bukan hanya tentang logo atau elemen visual saja, namun mencakup elemen lainnya, seperti persepsi konsumen, reputasi, dan hubungan emosional antara merek dengan konsumen. Identitas suatu produk sangat diperlukan dalam bisnis. Dengan adanya identitas produk, konsumen akan lebih mudah mengenal produk yang dijual dan produk tersebut dapat memberikan kesan yang unik karena memiliki branding yang kuat.



Keberhasilan suatu merek dalam membangun citra positif dan kepercayaan konsumen dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen, menciptakan keunggulan kompetitif, dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, produk yang dihasilkan akan memiliki nilai jual yang tinggi. Oleh karena itu, pentingnya pembuatan brand atau logo ini dapat menjadi pembeda antara pesaing-pesaing lainnya, baik dari jenis produk yang serupa maupun berbeda.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor bisnis yang terdiri dari usaha-usaha dengan skala kecil hingga menengah (Mohamadi, 2020). UMKM mencakup beberapa industri diantaranya, perdagangan, manufaktur, jasa, dan lain-lain. Dalam konteks UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) branding sangatlah penting. Oleh karena itu, strategi branding yang efektif dapat menjadi alat bagi UMKM dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan membedakan diri dari pesaing.

Desa Ngepoh Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo menjadi salah satu tempat pengabdian masyarakat, kami berfokus pada pengembangan branding untuk UMKM Rempeyek "Mbak Liya", khususnya pada pembuatan logo dan kemasan produk. Rempeyek "Mbak Liya" merupakan perusahaan yang bekerja dalam bidang kuliner, yaitu Rumah Produksi Kerupuk Peyek. Rempeyek "Mbak Liya" memiliki target pasar yaitu ibu rumah tangga, restoran (warteg), dan pelaku usaha yang bergerak dalam bidang kuliner seperti pedagang pecel. Nama Rempeyek "Mbak Liya" berasal dari nama pemilik usaha. Nama dari perusahaan ini dibuat untuk menunjukkan kepemilikan dan keunikan produk yang diproduksi dengan baik sehingga kualitas yang diberikan tidak mengecewakan.

Sebelumnya, Rempeyek "Mbak Liya" memiliki kemasan produk yang sederhana dan belum memiliki logo khusus. Dari sinilah konsumen mungkin kesulitan dalam mengidentifikasi produk dan memperoleh informasi penting tentangnya, seperti merek, bahan, instruksi, penggunaan, dan tanggal kadaluarsa. Dalam persaingan yang ketat, kemasan tidak menonjol dapat mengurangi daya tarik produk dan menghambat konsumen memilih produk. Penting bagi UMKM rempeyek ini untuk menjaga konsistensi branding dalam desain kemasan mereka, termasuk penggunaan logo, warna, dan elemen branding lainnya yang konsisten dengan identitas merek.

Rempeyek "Mbak Liya" perlu berinovasi dalam desain kemasan mereka untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian konsumen. Sehingga, perlu dilakukannya branding merek dan logo. Logo merupakan elemen visual yang mencerminkan identitas dan nilai merek. Pembuatan logo yang tepat dan efektif dapat membantu UMKM Rempeyek "Mbak Liya" dalam membangun citra merek yang kuat dan membedakan diri di pasar kompetitif. Selain menerapkan logo pada kemasan produk, penggunaan label produk juga menjadi salah satu bentuk branding agar konsumen lebih tertarik dengan produk yang dijual. Label produk akan mempermudah konsumen untuk mengetahui apa yang mereka beli dan apa yang mereka terima jika membeli produk tersebut.

Selain melakukan kegiatan branding terhadap label produk, kami juga melakukan branding terhadap kemasan. Branding kemasan adalah kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan dan memproduksi suatu kegiatan. Tujuan utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk agar dapat terjaga kelestarian kualitasnya.

Dengan adanya branding yang dari logo, label, hingga kemasan produk yang efektif, UMKM dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan kesadaran merek, dan membedakan diri dari pesaing. Logo membantu membangun kepercayaan konsumen, menciptakan hubungan emosional dengan merek, dan memperluas potensi pertumbuhan bisnis. Pembuatan logo bagi UMKM merupakan investasi penting untuk membangun merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Dengan adanya label produk, UMKM dapat dengan mudah menyampaikan informasi terkait produk yang dijual mulai dari adanya kode produksi dan kadaluarsa, legalitas usaha, serta komposisi produk. Selain itu, kemasan produk secara fungsional juga dapat melindungi produk terhadap gangguan dari luar selain itu juga menambah nilai estetika dari produk tersebut. Oleh karena itu, output yang dihasilkan dari branding ini akan membantu UMKM Rempeyek "Mbak Liya" dalam membangun identitas merek yang unik, meningkatkan pengenalan merek, dan memperluas potensi pertumbuhan bisnis.



METODE

Lokasi Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul "PENGEMBANGAN BRANDING PADA UMKM REMPEYEK "MBAK LIYA" DI DESA NGEPOH, KECAMATAN DRINGU, KABUPATEN PROBOLINGGO" dilaksanakan di Desa Ngepoh, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo.

Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang saat ini semester IV dengan target peserta yaitu UMKM Peyek "Mbak Liya"

Metode

Metode yang akan dilakukan pada pengabdian masyarakat untuk mencapai tujuan dalam Pengembangan Branding pada UMKM adalah kombinasi dari beberapa metode yaitu Penyuluhan dan pelatihan. Menurut Gondoyowono dalam Hanggara dkk (2021) Penyuluhan merupakan suatu penerangan yang menitik beratkan pada sebuah objek tertentu dan hasil yang diharapkan adalah suatu perubahan. Kegiatan penyuluhan dilaksanakan di kediaman UMKM rempeyek "Mbak Liya", kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan dengan cara memberikan pengetahuan dan pengertian pada pihak UMKM tentang branding setelah itu dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan.

Setelah kegiatan penyuluhan berakhir dilanjutkan dengan pelatihan, adapun beberapa kegiatan yang dilakukan:

1. Melakukan pelatihan bagaimana membuat logo
2. Mempraktekkan pembuatan logo secara langsung
3. Melakukan cetak logo yang telah dibuat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding adalah berbagai kegiatan yang ditujukan untuk membangun dan meningkatkan brand/brand identity dalam wilayah yang sangat luas. Branding merupakan strategi baru yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Ada banyak keuntungan dari branding, termasuk memberikan identitas pada barang atau jasa yang ditawarkan, menyampaikan nilai, dan yang terpenting, membangun hubungan dengan pelanggan. Kategori dari branding ini meliputi; logo, label, dan kemasan.

Menurut (McKernan et al., (2009) dalam (Hanggara, B. Azura, T.S., Lubis. Adlan, 2021), mengartikan branding adalah sebuah simbol, nama, identitas, desain, tanda, atau kata yang digunakan untuk menemukan barang atau jasa yang disediakan. Selain itu, branding juga menjadi pembeda dari produk atau layanan orang lain. Adanya branding merupakan bagian penting dalam membangun identitas UMKM. Ada beberapa hal juga yang perlu diperhatikan dalam membuat branding, seperti; desain unik, menarik dan mudah dikenali. Selain itu, branding dalam bentuk logo juga dapat menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat. Dengan mencantumkan logo dapat membuat masyarakat mengingat merek dari barang tersebut. Menurut (Destrina et al., 2022), logo merupakan sebuah grafis dari identitas merek dalam bentuk diagram, simbol, lambang, atau ikon. Ciri utama yang dapat diamati secara fisik adalah logo. Logo yang baik dan akurat juga harus menyampaikan karakteristik non-fisik yang penting bagi operasi merek.

UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan ditemukan di Desa Ngepoh, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo. UMKM tersebut antara lain Rempeyek Mbak Liya. UMKM peyek mbak liya berdiri sejak tahun 2015. UMKM ini adalah umkm keluarga yang diteruskan secara turun menurun. Pada awalnya UMKM ini dikelola dan di produksi oleh ayah dari mbak liya, namun untuk saat ini UMKM ini sudah diwariskan ke anaknya yang bernama Mbak Liya dan sekarang mbak liya memiliki peran dalam pengelolaan dan produksi UMKM ini. Kami ingin membantu UMKM tersebut dalam membuat logo agar produk Rempeyek mereka dapat dikenal oleh masyarakat luas. Pembuatan logo juga menjadi tahap awal branding UMKM Rempeyek Mbak Liya ini.



Gambar 1. KKNT bersama dengan pemilik UMKM Rempeyek “Mbak Liya”

Logo adalah suatu tampilan dari brand agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk langganannya. (Hasibuanet al., 2020) menyatakan logo yang baik adalah logo harus dengan model yang sederhana sehingga mudah dikenali, mudah dibaca, terlihat jelas, runtut, dan mudah dipahami.

Menurut (Saputra & Syafwandi, 2017), Nama perusahaan, satu atau lebih kata, atau keduanya dapat direpresentasikan dalam logo sebagai huruf atau simbol. Logo atau tanda visual merupakan cerminan identitas perusahaan dengan cara yang berbeda. Logo yang ideal bertindak sebagai sebuah harga diri dan pembuatan nilai yang dapat menyampaikan citra baik sebuah perusahaan.

Menurut (Susanto et al., 2013), Identitas korporat organisasi, seperti perusahaan dan institusi, pada akhirnya tercermin dalam logo dan dideskripsikan secara simbolis dan fisik. Berguna untuk meningkatkan cara orang melihat suatu perusahaan. Untuk itu, memilih atau mengembangkan logo membutuhkan persiapan yang matang.



Gambar 2. Logo Rempeyek “Mbak Liya”

Pemilihan warna dari logo ini adalah menggunakan warna yang cerah untuk memikat hati pelanggan yang terutama adalah ibu-ibu rumah tangga dan para pedagang kuliner. Gambar seorang chef wanita dengan gambar peyek dibelakangnya menggambarkan cita rasa lezat dan sedap yang telah



dibuat oleh sang chef. Sementara elemen- element dalam background yaitu kacang dan tepung yang merupakan perwujudan dari bahan baku peyek tersebut. Kalimat "Rempeyek Mbak Liya" merupakan nama dari UMKM itu sendiri, sementara kalimat "Kriuk, Kriuk, Kriuk!" dan "Kriuknya bikin nambah!" berarti kripik Peyek yang dibuat begitu renyah sehingga membuat pelanggan tidak dapat berhenti untuk menambah satu krupuk lagi.

Branding lainnya adalah melalui label, branding label ini adalah tentang nilai merek modern dan otentik. Penandaan juga dilakukan untuk memberi kesan informasi, dimana gambaran umum tentang produk ditandai, diikuti dengan elemen pendukung yang menggambarkan nilai dari merek tersebut. Tujuan dari pemberian label tersebut adalah untuk memberikan ciri khas usaha Rempeyek "Mbak Liya" kepada masyarakat dan mencoba membedakan usahanya dengan usaha milik orang lain yang sejenis.



Gambar 3. Label Rempeyek "Mbak Liya"

Selain melakukan kegiatan branding terhadap label produk, kami juga melakukan branding terhadap kemasan. Branding kemasan adalah kegiatan yang perlu dilakukan untuk merencanakan dan memproduksi, suatu kegiatan agar produk-produk memiliki nilai jual yang tinggi maka kemasannya pun fungsi menyelamatkan produk agar tidak rusak dan dapat terus bersaing. Maka dari itu, kami melakukan pembaharuan terhadap kemasan agar kemasan yang dimiliki oleh UMKM ini lebih menarik perhatian konsumen sehingga bisa meningkatkan penjualan dari UMKM Rempeyek "Mbak Liya".



Gambar 4. Kemasan Baru Rempeyek "Mbak Liya"

Adanya kegiatan ini, UMKM Rempeyek "Mbak Liya" merasa sangat puas dengan pembaharuan dalam segi logo, label, dan juga kemasan. Karena dengan adanya perubahan ini, UMKM Rempeyek "Mbak Liya" lebih mudah untuk melakukan promosi dan juga dalam hal pengenalan produk ke konsumen. Selain itu, menambah nilai jual yang ada di produk UMKM Rempeyek "Mbak Liya" dan

UMKM ini akan mengalami peningkatan dari segi penjualan dan juga promosi karena lebih menarik di mata konsumen.



Gambar 5. Kemasan Lama Rempeyek “Mbak Liya”

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM yang ada di desa Ngepoh, Kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo bahwa UMKM yang ada di tempat tersebut terdapat UMKM masih memiliki permasalahan dengan branding dikarenakan kurangnya pemahaman dan pengertian. Maka dibutuhkannya penyuluhan dan pelatihan mengenai branding UMKM. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa keberhasilan program KKN-T MBKM pada akhirnya dapat memberikan manfaat, dan saling menguntungkan antara pihak Masyarakat dan Mahasiswa. Dengan adanya antusias dari masyarakat KKN-T MBKM ini berjalan dengan lancar dan membantu mahasiswa untuk belajar bersosialisasi dengan masyarakat, dan dapat menimbulkan sikap kepedulian terhadap permasalahan yang ada di masyarakat. Diharapkan UMKM Rempeyek "Mbak Liya" dapat terus melakukan penjualan dan dapat melanjutkan logo dan melakukan branding usaha, sehingga keberlanjutan merek yang dibuat tetap ada.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Dosen Pembimbing, Masyarakat Desa Ngepoh, kecamatan Dringu, Kabupaten Probolinggo, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi pada kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N. (2023). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada UMKM . Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah.
- Ardhanari, M. (2022). Pendampingan Packaging Dan Branding Pada UMKM . Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied.
- Hanggara, B. Azura, T.S., Lubis. Adlan, F. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan Edukasi Dan Penyuluhan Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat (PHBS) Di Kampung Serua Poncol, Sawah Baru".



- Mohamadi, F. . (2020). Pengertian, Jenis dan Perkembangan UMKM di Indonesia. <https://www.jurnal.id/id/blog/apa-itu-arti-yang-dimaksud-pengertian-umkm-artinya-adalah/>
- Nazif, M. N. (2023). Branding UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan.
- Perwitasari, D. A. (2021, Mei). Branding Produk Label Kemasan Sebagai Upaya Pengembangan Daya Tarik Pemasaran Pada UMKM. Jurnal Abdi Panca Marga, 2.
- Saifulloh, M. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Jakarta Barat. Jurnal Pustaka Dianmas.