

PELATIHAN *BRANDING* BAGI USAHA MIKRO DAN KECIL

Dhini Suryandari¹, Retnoningrum Hidayah^{1*}, Sukirman¹, Trisni Suryarini¹

¹Universitas Negeri Semarang

dhini.surya@mail.unnes.ac.id, *retnoningrum.hidayah@mail.unnes.ac.id,
sukirman3002@mail.unnes.ac.id, trisni.suryarini@mail.unnes.ac.id

ABSTRAK

Branding menjadi hal yang sangat penting di era saat ini. Segala kegiatan penjualan dan pembelian dapat berjalan lancar apabila *brand* sudah dikenal masyarakat. Namun, bagi sector UMKM terlebih khusus pada sector mikro, kesadaran akan branding masih sangat minim. Oleh karena itu Tim Pengabdian FE memiliki tujuan untuk memberikan kesadaran akan pentingnya *branding* bagi usaha mikro kecil di era masa kini. Adapun sasaran pada pengabdian masyarakat ini adalah para perempuan di wilayah Kelurahan Sukorejo khususnya wilayah Dawis Bougenvil. Program pengabdian ini akan dilaksanakan selama kurun waktu 6 bulan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah sosialisasi dan pelatihan pembuatan branding untuk meningkatkan omset penjualan. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu para pelaku usaha mikro kecil telah sadar akan pentingnya branding. Kedua, telah berhasilnya para pelaku usaha kecil mikro membuat branding untuk produk barang atau jasa mereka secara menarik. Hal ini telah mampu meningkatkan omset penjualan dikarenakan produk mereka semakin dikenal oleh masyarakat. Oleh karena untuk program kedepannya diharapkan adanya kolaborasi dengan pihak pemerintah untuk mampu meningkatkan kemampuan para pelaku usaha mikro kecil didalam penguatan branding.

Kata kunci: pelatihan, mikro kecil, branding, ekonomi

ABSTRACT

Branding is very important in today's era. All sales and buying activities can run smoothly if the brand is already known to the public. However, for the MSME sector, especially in the micro sector, awareness of branding is still very minimal. Therefore, the FE Service Team has a goal to provide awareness of the importance of branding for micro and small businesses in today's era. The targets for this community service are women in the Sukorejo Village area, especially the Dawis Bougenvil area. This service program will be carried out for a period of 6 months. The method used in this service is socialization and training on branding to increase sales turnover. The result of this service activity is that micro and small business actors have realized the importance of branding. Second, the small and micro business actors have succeeded in making branding for their goods or services attractively. This has been able to increase sales turnover because their products are increasingly recognized by the public. Therefore, for future programs, collaboration with the government is expected to be able to improve the ability of micro and small business actors in strengthening branding.

Keywords: training, micro and small, branding, economics

PENDAHULUAN

Di era Sekarang brand dianggap sebagai reputasi bagi suatu usaha. Oleh karena itu para pengusaha mikro pun harus dibina memiliki pemikiran besar dan memiliki merk atau brand bagi usahanya. Brand juga dianggap memiliki nilai yang sama dengan sebuah reputasi. Keunggulan sebuah brand bisa menjadi pembeda dengan produk pesaing yang hendak ditawarkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk melekat di benak konsumen. Selanjutnya, yang menjadi sebuah pertanyaan adalah bagaimana brand tersebut dapat tersampaikan secara baik sehingga melekat dalam ingatan konsumen. Brand yang baik adalah brand yang menunjukkan peningkatan kualitas produk yang mereka hasilkan.

Brand dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk memasarkan produk. Dimana pemasaran merupakan salah satu kunci kesuksesan usaha. Selanjutnya, dalam pembuatan brand harus disertai keyakinan pencapaian mimpi oleh pemilik. Semangat juang dan keyakinan pemilik inilah yang nantinya mampu menciptakan kesuksesan di masa datang melalui brand yang diciptakan.

Banyak perusahaan berkompetisi serta berusaha menarik perhatian konsumen dari beberapa kompetitor mereka, dengan tujuan untuk mempertahankan serta meningkatkan image perusahaan. Namun hal ini justru bertentangan dengan kondisi usaha mikro kecil yang mana belum merambah pada pemikiran brand. Fokus utama masih berputar pada yang penting daganagn laku. Oleh karena itu perlu adanya kesadaran akan pentingnya brand bagi usaha mikro kecil. Sektor UMKM ini merupakan sektor yang penting untuk mendongkrak perekonomian masyarakat.

Salah satu langkah signifikan untuk meningkatkan omset para usaha mikro melalui branding. Kajian brand pada usaha skala besar bisa dikatakan sudah banyak, namun branding untuk usaha kecil masih sangat rendah. Semua mata tertuju pada usaha yang sudah besar dan melupakan yang masih mikro yang mana membutuhkan uluran tangan seluruh pihak untuk membesarkan usaha mereka. Perusahaan besar memiliki brand yang menjadi daya jual tinggi mereka.

Banyak sekali pengusaha mikro kecil yang tersebar diseluruh pelosok Indonesia. Salah satunya di wilayah Kelurahan Sukorejo Kota Semarang. Kelurahan ini berada di perbatasan kota semarang dengan kabupaten Semarang. Kondisi ini memunculkan perilaku masyarakat yang cenderung nangung. Perilaku masyarakatnya tidak kota namun desa pun tidak. Kondisi ini memunculkan dinamikanya tersendiri dan tentunya menggiring persepsi masyarakat yang berbeda. Banyak ibu rumah tangga yang berusaha mencari tambahan penghasilan dengan menjual hasil karyanya atau tenaganya untuk menambah pendapatan. Tanpa malu dan ragu mereka berjualan dan berdagang. Hal ini sejalan dengan prinsip pembangunan bangsa. Sistem ekonomi bangsa yang kuat merupakan hasil dari keberadaan sumber daya manusia yang kuat pula. Lebih lanjut, sumber daya manusia yang paling tangguh dan kuat diantara terpaan hidup adalah wanita. Wanita mampu bertahan lebih kuat daripada lelaki dalam kondisi apapun demi kebahagiaan anaknya (Frank, 2012). Wanita mampu dirangsang untuk meningkatkan motivasi usaha secara cepat (Hastuti dkk, 2022).

Berdasarkan hal tersebut maka tim pengabdian Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang berfokus untuk memberikan peningkatan ilmu branding pada usaha

mikro yang dimiliki oleh para wanita di wilayah Sukorejo, Gunung pati, Semarang, Jawa tengah.

METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, tim pengabdian melakukan beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahapan persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dan pemetaan kebutuhan warga dengan ketua Dawis Bougenvil I Kelurahan Sukorejo Kecamatan Gunungpati. Selanjutnya, tahap pelaksanaan, tim pengabdian dan peserta melaksanakan kegiatan pengabdian pelatihan branding sesuai waktu yang telah disepakati bersama. Pelatihan diawali dengan materi sosialisasi betapa pentingnya branding bagi suatu usaha. Selanjutnya, adalah praktik membuat desain branding sesuai dengan karakter masing-masing usaha yang digeluti. Saat praktik dilakukan pendampingan oleh Tim sehingga para peserta membuat brand sesuai dengan kriteria brand yang menarik. Setelah itu, desain brand dikumpulkan ke tim pengabdian dan diproses cetak oleh pengabdian di kemudian hari. Terakhir, evaluasi yang kami lakukan dengan melihat jumlah desain *brand* usaha mikro kecil yang berhasil dibuat oleh para peserta dan menyerahkan MMT hasil desain *brand* mereka



Skema 1. Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan lancar dan melibatkan peran serta masyarakat. Untuk lokasi pelaksanaan menggunakan rumah warga di wilayah Dawis Bougenvil I. Untuk kebutuhan LCD saat pemaparan materi menggunakan LCD dari warga yang berkenan meminjamkan LCD nya untuk kegiatan pengabdian ini. Kegiatan diawali dengan doa bersama, dan sambutan dari ketua Dawis Bougenvil I. Selanjutnya tim pengabdian memaparkan materi terkait branding. Pada saat pemberian materi peserta terlihat antusias mengikuti. Pada tahapan ini tim pengabdian memberikan materi definisi branding dan manfaat branding bagi usaha. Peserta pun mulai terbuka pikirannya bahwa ternyata branding membuat orang lain tertarik dan bisa menambah omset. Hal ini menunjukkan bahwa branding mampu meningkatkan penjualan (Putra, 2022).

Branding menjadi hal yang sangat penting bagi suatu usaha. Oleh karena itu penentuan branding haruslah memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria branding yang baik harus memenuhi beberapa hal diantaranya mudah diingat, tidak mengandung sara, unik dan mencerminkan produk yang kita jual. Pada saat pelaksanaan sesi pembuatan MMT branding terlihat para pelaku usah amikro kecil kebingungan untuk menentukan nama brand usahanya. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan ide untuk nama *brand* usahanya dan juga layout MMT yang menarik pelanggan. Secara garis besar, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Hal ini dapat diukur dengan cara sebagai berikut

1. Terlaksananya kegiatan secara utuh dan lancar
2. Peserta paham akan arti pentingnya *branding*
3. Terbukanya wawasan para perempuan untuk berinovasi
4. Bertambahnya pengetahuan dan kemampuan wanita dalam *branding*
5. Terciptanya *branding* yang sesuai dengan usaha peserta

Tolak ukur tersebut diatas mencerminkan bahwa upaya Fakultas Ekonomi untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi bagi masyarakat di lingkaran kampus telah tercapai dengan maksimal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara maksimal dan berjalan dengan lancar. Tidak terdapat kendala yang berarti didalam pelaksanaan ini. Hanya terdapat sedikit kesulitan didalam mencocokkan jadwal antara sesama tim pengabdian yang cukup padat. Namun pada akhirnya, semua dapat terputuskan dengan bijak.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di salah satu rumah warga Dawis Bougenvil dengan agenda sebagai berikut pertama, pemaparan oleh tim pengabdian terkait pentingnya branding bagi peningkatan omset usaha. Kedua, praktik pembuatan branding atau nama usaha. Kegiatan ini diikuti oleh 25 orang dengan berlatar berbagai mata pencaharian yang berbeda. Namun dari 25 orang ini hanya 7 yang mampu membuat *brand*. Sedangkan sisanya belum termotivasi hingga tuntas. Masyarakat sangat antusias mengikuti kegiatan ini hingga usai. Ada yang belum paham dan terus bertanya hingga akhirnya dia mengerti. Ada juga yang cuek dan kurang memerhatikan. Lika liku kondisi peserta dapat kami pahami. Hal ini disebabkan tingkat usia dan pemahaman masing-masing orang berbeda beda.



Gambar 1. PPT Materi



Gambar 2. Pemaparan Materi Contoh Branding Untuk Pijat



Gambar 3. Hasil Desain Brand Bersama Para Pelaku Usaha Pijat



Gambar 4. Hasil Desain Brand Bersama Pelaku Usaha Warung Kelontong



Gambar 5. Hasil Desain Brand Bersama Pelaku Usaha Mikro Kuliner

Setelah pelatihan desain dilakukan dan menghasilkan beberapa branding untuk para peserta maka tim pengabdian melakukan proses pencetakan. Proses pencetakan berjalan hingga 3 hari. Setelah itu, tim pengabdian berkoordinasi dengan peserta untuk melakukan kunjungan dan menyerahkan MMT desain branding mereka. Para peserta pun sangat antusias untuk menerima MMT tersebut dan memasangnya di rumah tempat usaha masing-masing. Berdasarkan evaluasi terdapat peningkatan omset penjualan para wanita pengusaha mikro ini setelah mengikuti pelatihan.

Hal ini menunjukkan bahwa branding sangat penting bagi suatu usaha, baik usaha mikro, kecil maupun menengah. Brand menjadi suatu lambang peningkatan image usaha. Brand memiliki kontribusi bagi laju operasional usaha. Brand terkadang dikenal sebagai merk. Orang lebih senang menganggap merk itu kalau sudah dalam partai besar, Namun pendapat ini keliru, di era sekarang nama merk/ brand sangatlah penting meskipun baru usaha mikro. Merek mampu mempengaruhi psikologi konsumen. Selain itu, brand juga mampu berkontribusi didalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen (Alfian, 2012). *Brand* pun sangat mampu untuk meningkatkan ketertarikan calon pembeli terhadap produk yang dihasilkan (Rezky dkk, 2021).



Gambar 6. Penyerahan MMT Hasil Praktik Branding untuk Masyarakat

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan branding ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada para penguasa mikro kecil akan pentingnya brand untuk usaha mereka. Kegiatan ini dilakukan dengan berfokus pada pengusaha mikro kecil di wilayah Dawis Bougenvil 1 kelurahan Sukorejao kecamatan Gunungpati, Semarang. Kegiatan berjalan dengan lancar. Ada kendala yang muncul di saat pembuatan ide branding yaitu para pengusaha mikro kecil tidak punya ide dan tidak tau mau dibuat seperti apa. Oleh karena itu tim pengabdian memberikan saran dan ide nama usaha lengkap beserta ikon yang dipasang pada MMT usahanya.

Untuk itu kedepannya dibutuhkan lebih banyak dukungan dari semua pihak baik pemerintah maupun swasta agar usaha mikro kecil dapat terus berkembang. Lebih lanjut, adanya kemudahan akses pendanaan pun sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha mikro kecil. Selain itu, adanya dukungan dari masyarakat untuk terus menggunakan produk lokal akan mampu meningkatkan daya saing para pelaku usaha mikro kecil.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang atas dukungan dan bantuannya secara keuangan maupun non keuangan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kidjang Inova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman Makasar. Skripsi. Makasar: Universitas HasanuddinMakasar.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 32–36. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Rezky, S.F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E.F., Simangunsong, P., B., N., S. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *Jurnal Abdimas Tgd* ,1(1), 39-44, <https://doi.org/10.53513/abdi.v1i1.3381>
- Hastuti, H., Tamsir, I., Vindi, W. O., & Leni, L. (2022). Peningkatan Peran Perempuan Dalam Upaya Mendorong Kemandirian Ekonomi Keluarga Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(1), 10-16. <https://doi.org/10.51214/japamul.v2i1.205>
- Putra, Ricky Oktavian Perdana. (2022). Pentingnya Branding Dan Inovasi Produk Untuk Pengembangan Bisnis Olahan Tempe Pada Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1 (1), 1-10, <https://Doi.Org/10.19184/Jpma.V1i1.31412>