

PEMBERDAYAAN KARANG TARUNA DALAM UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PRODUK UMKM DI DESA BUNCITAN, KABUPATEN SIDOARJO

Fenty Fahminnansih*, Evi Farsiah Utami, Setya Putri Erdiana, Mochammad Arifin

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Dinamika

*Email: fenty@dinamika.ac.id

Naskah diterima: 22-06-2024, disetujui: 02-07-2024, diterbitkan: 06-07-2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v7i3.7172>

Abstrak - Peningkatan *branding* pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi hal yang penting dilakukan, karena citra merek secara visual merupakan hal yang menarik untuk diperhatikan oleh calon konsumen. Pada Desa Buncitan Kabupaten Sidoarjo terdapat beberapa UMKM yang berkembang, namun belum diimbangi dengan *branding* yang menarik. Sehingga organisasi di lingkungan Desa Buncitan berinisiatif untuk memberikan pendampingan pada beberapa UMKM tersebut. Agar anggota karang taruna dapat melakukan pendampingan secara optimal dibutuhkan pelatihan terkait dengan branding produk dan perencanaan media promosi yang tepat, sehingga dibuatlah pelatihan yang bertajuk Pemberdayaan Karang Taruna dalam upaya meningkatkan branding produk UMKM di Desa Buncitan, Kabupaten Sidoarjo. Metode yang dilakukan sebelum melakukan pelatihan adalah dengan observasi dan wawancara terkait kebutuhan karang taruna, melakukan sosialisasi kegiatan dan kesepakatan teknis pelaksanaan pelatihan. Adapun indikator keberhasilan dari pelatihan ini yaitu menambah wawasan terkait *branding*, pembuatan logo dan pembuatan media promosi pada media sosial secara sederhana. Hasil dari kegiatan ini adalah evaluasi pelatihan dalam pemahaman mengenai *branding* dan pembuatan logo, serta penggunaan aplikasi desain terkait, yang disebar melalui kuesioner kepada para peserta pelatihan. Hasil kesimpulan kuesioner menyebutkan bahwa pelatihan ini dapat menambah wawasan baru dan meningkatkan keterampilan/kreativitas dalam ilmu *branding* produk, yaitu pembuatan logo dan media promosi. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan para peserta terkait pemanfaatan aplikasi desain online.

Kata kunci: branding, media sosial, karang taruna

LATAR BELAKANG

Dewasa ini kegiatan pemasaran untuk usaha kecil biasanya akan berfokus pada penjualan, harga, distribusi, dan kebijakan periklanan agar bisnisnya dikenal. Kegiatan tersebut juga dapat disebut sebagai serangkaian kegiatan yang menciptakan nilai, dalam jangka panjang, baik bagi bisnis maupun klien (Barbu et al, 2010). Branding sebagai kegiatan awal penciptaan nilai tersebut akan sangat bermanfaat untuk usaha kecil, karena konsumen Indonesia dewasa ini terpapar dengan berbagai macam produk yang beragam, sehingga suatu produk baru harus memiliki keunikan agar dapat dikenal di masyarakat.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh banyak masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan. Data

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015) menyatakan bahwa 90% usaha yang dimiliki oleh Indonesia merupakan UMKM, sedangkan sisanya adalah usaha besar. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha yang besar, namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian Indonesia tidak dapat diragukan (Syahdanur, 2017). Sehingga akan sangat penting ketika UMKM memiliki citra yang baik di masyarakat dan akhirnya menciptakan pasar yang luas untuk meningkatkan penjualan mereka.

Salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan dimulai dari proses branding tersebut. Melalui branding produk, visualisasi yang ditampilkan oleh UMKM tersebut dapat membawa pembaharuan dan penyesuaian di berbagai sektor produk (Arifudin et al., 2021). Penting bagi perusahaan

untuk mengembangkan mereknya, karena ini merupakan aset bisnis. Industri akan terus mengalami perubahan, tetapi citra merek akan terus bertahan, baik ataupun buruk. Meningkatkan nilai merek merupakan bagian penting dalam membangun identitas suatu UMKM, termasuk di dalamnya identitas produk, seperti logo, kemasan, signage, media sosial, dan lainnya. (Ainun, et all, 2023)

Desa Buncitan, sebagai salah satu desa di Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo, memiliki banyak usaha kecil mikro menengah yang dapat dikembangkan. Organisasi sosial kemasyarakatan generasi muda di Desa Buncitan, yang sering dikenal sebagai Karang Taruna tersebar di berbagai Rukun Tetangga (RT) di desa tersebut, dianggap dapat memberikan kontribusi pada peningkatan nilai dari UMKM yang beroperasi di sana. Karang Taruna merupakan salah satu organisasi sosial kemasyarakatan yang diakui keberadaannya dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial (Indirani, 2022). Karang Taruna sebagai wadah dan sarana pengembangan setiap anggota masyarakat yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat terutama generasi muda di wilayah desa atau kelurahan terutama bergerak di bidang usaha kesejahteraan sosial.

Permasalahannya adalah penjualan hasil UMKM selama ini berskala lokal. Hal ini berakibat hasil penjualan belum dapat meningkat karena belum dikenal oleh masyarakat luas. UMKM sendiri selama ini hanya berfokus kepada produksi sehingga pemilik UMKM tidak terlalu memikirkan branding dan promosi dari produk UMKM. Oleh sebab itu dibutuhkan bantuan dari organisasi yang ada di Desa Buncitan untuk mendukung promosi hasil produk UMK, salah satunya karang taruna. Oleh sebab itu solusi yang ditawarkan oleh pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) Universitas

Dinamika yaitu memberikan pelatihan Branding dan Komunikasi Pemasaran pada Karang Taruna Desa Buncitan untuk meningkatkan citra produksi UMKM setempat.

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan pelatihan branding dan komunikasi pemasaran ini adalah:

1. Manfaat bagi pelaksana kegiatan yakni memperoleh pengalaman dalam pengembangan ilmu dalam pelaksanaan tridarma perguruan tinggi yakni pengabdian kepada masyarakat.
2. Manfaat bagi peserta yakni:
 - Memperoleh pengetahuan mengenai proses branding dan pembuatan logo yang kemudian dapat disampaikan kepada UMKM setempat
 - Memperoleh pengetahuan mengenai peningkatan citra produk UMKM melalui promosi melalui media sosial

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan menggunakan metode *direct instruction*. Model pembelajaran ini dirancang khusus untuk menunjang proses pembelajaran terkait dengan pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural yang terstruktur dengan baik (Suriyani, 2020). Lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian berada di Balai Desa Buncitan, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Tahapan pelatihan ini dapat dilihat dalam diagram berikut.



Gambar 1. Tahap pelaksanaan kegiatan

Tahapan pelaksanaan pelatihan dalam bagan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan PkM

- Observasi dan Wawancara

Melakukan observasi lapangan ke Desa Buncitan untuk mengetahui kondisi tingkat pendidikan dan tingkat sosial ekonomi mitra yaitu karang taruna Desa Buncitan serta melakukan wawancara dengan pembina karang taruna Desa Buncitan.

- Koordinasi dengan Mitra

Berkoordinasi dengan Bapak Lurah Desa Buncitan dan Ketua karang taruna untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan pelatihan.

- Studi Literatur

Mempelajari teori-teori yang terkait dengan penyelesaian masalah dalam pelaksanaan PkM.

2. Pelaksanaan PkM

- Penyusunan Materi dan Modul Pelatihan
 Materi disesuaikan berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara sehingga materi yang diberikan kepada mitra adalah:

- 1) Pengenalan branding dan pembuatan logo
- 2) Pembuatan media promosi di dalam media sosial

- Pelaksanaan pelatihan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan membutuhkan sekali pertemuan dengan estimasi waktu 3 jam pertemuan, dengan rincian sebagai berikut:

1. Memberikan materi mengenai Branding dan pembuatan logo
2. Memberikan materi mengenai media promosi melalui media sosial
3. Memberikan pendampingan dalam praktik pembuatan logo dan media sosial pada karang taruna Desa Buncitan
4. Mengevaluasi hasil materi Branding, pembuatan logo dan media sosial yang sudah dibuat dan melakukan revisi

apabila terdapat beberapa ada yang kurang dipahami.

3. Evaluasi PkM

- Memberikan kuesioner untuk diisi seluruh peserta kemudian diolah sebagai bahan untuk mengetahui tingkat ketercapaian materi.
- Mengolah hasil kuesioner sebagai *feedback* bagi tim PkM, sebagai perbaikan di kemudian hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Proses Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 7 Juni 2024, dengan jumlah peserta 23 anggota karang taruna Desa Buncitan, dilaksanakan di Balai Desa Buncitan, kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Sesi pertama dibuka dengan sambutan dari ketua tim pengabdian lalu dilanjutkan dengan materi pelatihan yang pertama yakni mengenai Branding dan pembuatan logo.



Gambar 2. Sambutan oleh ketua tim PkM



Gambar 3. Pemaparan materi pelatihan sesi Branding dan pembuatan logo

Kemudian pada sesi kedua, dilanjutkan dengan pemberian materi pelatihan mengenai media promosi melalui media sosial. Setelah pemaparan materi usai, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktekkan membuat desain logo terkait UMKM masing-masing, yang kemudian logonya diaplikasikan dalam pembuatan media promosi untuk konten media sosial Instagramnya. Peserta dipandu dengan video tutorial dan juga didampingi oleh tim PkM selama proses praktek, agar luaran yang dihasilkan sesuai dengan target dari UMKM tersebut.



Gambar 4. Proses pelatihan pemaparan materi pelatihan sesi media promosi melalui media sosial



Gambar 5. Proses pemaparan tutorial untuk praktek membuat desain logo dan media promosi



Gambar 6. Proses pendampingan praktek membuat desain logo dan media promosi

Setelah menyelesaikan sesi praktek membuat desain logo dan media promosi, peserta diminta untuk unggah hasil karyanya melalui *email* dan mendeskripsikan konsep dari logo yang telah dibuat untuk selanjutnya diberikan *feedback* dan *review* oleh pemateri untuk perbaikan ke depannya. Setelah itu, kegiatan pelatihan ditutup dengan ramah tamah dan sesi dokumentasi foto bersama.



Gambar 7. Peserta Pelatihan dan penyuluh

Hasil karya logo yang dibuat oleh beberapa anggota karang taruna antara lain:



Gambar 8. Hasil karya peserta berupa desain logo UMKM

Kendala dan Keberhasilan Pelaksanaan Pelatihan

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, adalah kemampuan dari peserta yang berbeda-beda tiap individunya, dan juga waktu kedatangan peserta yang berbeda sehingga adanya peserta yang tidak mendapatkan materi secara penuh dari awal pelatihan. Hal tersebut mengakibatkan perlu adanya pendampingan yang lebih agar peserta dapat memahami materi dengan baik dan menyeluruh.

Sedangkan keberhasilan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terlihat dari hasil karya desain logo yang telah dikirim melalui email pemateri, bahwa karya yang dihasilkan sudah cukup baik dan dapat merepresentasikan produk UMKM yang akan dibuatkan logonya. Hal ini menggambarkan bahwa materi dapat diserap dan diterima dengan baik oleh peserta pelatihan. Tentu saja ini sangat terkait dengan harapan perangkat desa untuk dapat meningkatkan omset UMKM Desa Buncitan melalui pemberdayaan karang taruna dimana pada akhirnya UMKM dapat terbantu untuk meningkatkan *branding* produk yang dimiliki.

Hasil kuesioner peserta berdasar Service Quality

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, indikator ketercapaian yang diharapkan dari kegiatan ini adalah [1] dapat menambah wawasan baru dan menguatkan pemahaman bagi anggota Karang Taruna [2] memotivasi anggota dalam memanfaatkan aplikasi desain sebagai media perancangan logo, dan [3] meningkatkan kreativitas peserta pelatihan. Kuesioner didasarkan atas prinsip *service quality* Parasuraman yang terdiri dari lima aspek, yaitu aspek tampilan fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Jumlah peserta pelatihan total 23 orang.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar ke peserta pelatihan, didapatkan hasil seperti yang terlihat pada Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Kesimpulan Kuesioner

Aspek Tampilan Fisik
Mayoritas peserta pelatihan sangat setuju dengan tampilan pemateri dan kondisi ruangan yang rapi dan bersih
Aspek Kehandalan
Mayoritas peserta pelatihan sangat setuju dengan kualitas materi yang dibutuhkan peserta dan penyampaian materi narasumber
Aspek Daya Tanggap
Mayoritas peserta pelatihan sangat setuju dengan tanggapan cepat dari narasumber dalam menangani pertanyaan peserta
Aspek Jaminan
Mayoritas peserta pelatihan sangat setuju dengan manfaat dari pelatihan ini dan sangat memahami materi karena narasumber ramah dan memberi pelayanan yang baik
Aspek Empati
Mayoritas peserta pelatihan sangat setuju dengan empati yang ditunjukkan narasumber yang membimbing dengan sabar dan santun

Sumber : Penulis

Dari hasil kuesioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang dibutuhkan oleh peserta. Selain itu dalam prosesnya, pemateri dan peserta juga menunjukkan sinergi yang baik dalam proses pelatihan dan bimbingan ilmu *branding* UMKM, yaitu merancang logo dan implementasinya di media sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil yang diharapkan dari kegiatan PKM ini adalah dapat membantu Karang Taruna Desa Buncitan pada khususnya, untuk dapat memahami *branding*, pembuatan logo dan pembuatan media promosi dalam media sosial menggunakan media desain daring, Canva guna mendukung *branding* UMKM di Desa Buncitan. Adapun hal penting yang dapat disimpulkan dari pelaksanaan pelatihan ini antara lain:

1. Pelatihan telah berhasil dilakukan pada tanggal 7 Juni 2024 di Balai Desa Buncitan, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo.
2. Para peserta telah dapat mengakses video tutorial kapanpun, dengan link youtube
3. Kegiatan pelatihan mendapatkan respon yang positif dan baik dari anggota karang taruna.
4. Pelatihan ini dapat membantu organisasi karang taruna hingga nanti dapat disampaikan ke UMKM terkait, agar memiliki *branding* yang kuat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dinamika atas pendanaan hibah internal PKM Tahun Anggaran 2024 dan pembina, serta anggota Karang Taruna Desa Buncitan, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Wahida, A., Maming, R. (2023) *Pentingnya Peran logo dalam membangun branding pada UMKM*. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 6 No 1, Januari 2023, 674-681
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). *Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk*

Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. JMM (Jurnal Masyarakat ..., 5(5), 3–9.

Catalin Mihail BARBU & Radu Florin OGARCA & Mihai Razvan Constantin BARBU, 2010. "Branding In Small Business," Management and Marketing Journal, University of Craiova, Faculty of Economics and Business Administration, vol. 0(S1), pages 31-38, June.

Indirani, S. (2022). *Peranan Karang Taruna Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Sosial Di Desa Matajang Kecamatan Kahu Kabupaten Bone*. Fakultas Ilmu Pendidikan, 1– 9.

Suriyani, N. K. (2020). *Penggunaan Model Pembelajaran Direct Instruction sebagai Upaya Meningkatkan Prestasi Belajar IPS*. 4(3), 330–337.

Suyadi, Syahdanur & S. Susie 2017, 'Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kabupaten Bengkalis Riau', Jurnal Ekonomi KIAT, vol. 29, no. 1, hal. 1-10.