

Branding UMKM dan Pembuatan Media Promosi Usaha Kuliner

Apriliya Kurnianti¹, Laila Ma'rifatul Azizah, Inayah Mufidah

Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

Email: apriliah@ft.umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.44.604

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki berbagai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Akan tetapi, dengan adanya pandemi COVID-19 yang diikuti dengan kebijakan PSBB, kondisi sebagian besar UMKM menjadi terganggu, mengalami penurunan, dan bahkan sampai gulung tikar. Salah satu UMKM yang mengalami penurunan dalam hal penjualan yaitu usaha Mie Ayam dan Bakso 522 yang berlokasi Jalan Jogja-Wonosari Km.17. pandemi COVID-19 yang telah berlangsung hampir setahun lamanya memberikan dampak menurunnya pendapatan harian, menurunnya jumlah dan kegiatan produksi. Tujuan kegiatan yang dilakukan melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) LP3M UMY ini adalah: 1). membantu mitra UMKM Mie Ayam dan Bakso 522 untuk meningkatkan penjualannya dengan cara melakukan branding; 2). Melakukan promosi melalui media sosial Instagram untuk memperkenalkan produk Mie Ayam dan Bakso 522 sehingga dapat dikenal tidak hanya oleh masyarakat Gunung Kidul. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah observasi dan wawancara yang kemudian dilanjutkan dengan: 1). Merancang desain logo, kemasan, spanduk, 2) memperluas penjualan dan promosi melalui media sosial instagram. Hasil dari pengabdian berupa logo, bentuk packaging baru dan media sosial Instagram Mie Ayam 522 untuk meningkatkan brand awareness dan meningkatkan penjualan Mie Ayam 522.

Kata Kunci: Branding; Desain; Media sosial; UMKM.

Pendahuluan

Saat ini, sebagian besar konsumen mencari informasi *online* sebelum membeli produk atau menggunakan layanan, sehingga semua bisnis harus memiliki kehadiran *online* sebagai bagian dari pemasaran (Winanta, 2019). Begitu pun di Indonesia, sebagian masyarakat biasanya akan mencari informasi lewat media sosial instagram tentang sebuah tempat makan yang enak dan melihat *review* yang diberikan oleh orang-orang sebelum memutuskan untuk mengunjunginya dan makan di tempat. Namun kondisi saat ini tidak memungkinkan untuk masyarakat dapat berwisata kuliner sepuasnya. Indonesia masih terus berupaya untuk melawan dan mencegah penyebaran pandemi COVID-19. Untuk menekan laju penyebaran virus tersebut, sejumlah kebijakan telah dikeluarkan oleh pemerintah, seperti pembatasan sosial (*social distancing*) di mana masyarakat diminta untuk menjaga jarak. Termasuk penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah di Indonesia, masyarakat juga diminta untuk melaksanakan pekerjaan dari rumah (*work from home*) serta penggunaan masker ketika sedang berada di luar rumah. Seruan pemberlakuan *social distancing* mempunyai dampak yang tidak hanya sekadar menjauhkan hubungan fisik antarmanusia saja, melainkan kebijakan tersebut tentunya telah mengganggu perilaku ekonomi masyarakat, wabah COVID-19 bukan hanya sekadar penyakit yang dapat memengaruhi kesehatan manusia tetapi juga berdampak secara ekonomi (Semaun, 2020). Salah satu yang mengalami dampak secara ekonomi yaitu UMKM. UMKM merupakan usaha kecil ekonomi produktif yang berdiri sendiri atau suatu badan usaha yang bukan anak usaha ataupun cabang (Sarfiah, 2019). Salah satu UMKM yang mengalami penurunan penjualan akibat pandemi COVID-19 adalah usaha Mie Ayam dan Bakso 522 yang berlokasi di Jl. Raya Jogja-Wonosari Km.17, Pathuk, Gunung Kidul. UMKM ini menjual

hidangan mi Ayam, bakso, dan mi Ayam bakso mulai dari jam 10.00 WIB sampai jam 17.00 WIB. Semenjak wabah COVID-19 merebak, beberapa sumber pemasukan seperti pesanan acara rapat, hajatan ataupun catering banyak yang dibatalkan. Beberapa pelanggan yang biasanya setia mengunjungi usaha Mie Ayam dan Bakso 522 pun terpaksa harus menahan diri sebab kebijakan isolasi yang diterapkan guna menekan penyebaran virus COVID-19. Selain itu, kurangnya promosi yang meluas pada usaha Mie Ayam dan Bakso 522 juga menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh Pak Sagiran. Selama ini, usaha yang dilakukan oleh pemilik hanya mengandalkan pemasaran secara konvensional seperti *word of mouth* dan rekomendasi oleh para pelanggan setia Mie Ayam dan Bakso 522 yang merupakan penduduk sekitar lokasi. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan cara membangun branding dan packaging (pengemasan) (Rimiyati, 2020). Melalui pengabdian KKN-PPM ini, pengabdian ingin membantu meningkatkan penjualan di UMKM Mie Ayam dan Bakso 522 dengan cara melakukan *branding* dan juga membantu melakukan promosi melalui media sosial sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap usaha Mie Ayam dan Bakso 522.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

- Survei dan wawancara: survei dilakukan di rumah mitra pemilik usaha yang beralamatkan di Desa Jatikuning, Ngoro-oro, Wonosari. Pada tahap ini, beberapa pertanyaan diajukan kepada pemilik usaha terkait informasi usaha. Pertanyaan yang diajukan adalah seputar produk apa saja yang dijual, waktu operasional usaha, dan keadaan terkini usaha.
- Observasi: setelah tahap wawancara, selanjutnya dilanjutkan dengan observasi terhadap lokasi usaha Mie Ayam dan Bakso 522. Setelah mendapatkan gambaran kasar tentang permasalahan mitra selanjutnya mulai dirancang solusi terkait permasalahan tersebut.
- Data atau informasi sekunder: selanjutnya kembali dikumpulkan data melalui teknik sekunder melalui riset data pada sumber data yang tercatat seperti media massa, artikel internet, atau dokumen laporan yang dapat digunakan sebagai acuan sumber data tambahan.
- Proses *branding*: Selanjutnya proses *branding* yang dilakukan dalam beberapa tahapan seperti merancang desain logo, merancang stiker kemasan produk, merancang desain spanduk dan merancang daftar menu.
- Proses promosi: pada proses promosi dilakukan dengan cara membuat akun media sosial Instagram dan melakukan foto produk yang dijual semenarik mungkin untuk menarik minat masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap permasalahan mitra, diketahui bahwa logo Mie Ayam dan Bakso 522 belum ada. Logo yang ada pada media yang digunakan juga berbeda-beda sehingga tidak mencerminkan *brand identity* yang kuat dan terkonsep. Media yang akan dirancang dalam pengabdian ini meliputi media-media yang mendukung dalam *visual branding* berupa brosur, boks makanan, pembaharuan logo serta media yang mendukung dalam usaha Mie Ayam dan Bakso 522. Konsep pesan yang ingin disampaikan adalah “Mie Ayam dan Bakso 522 enak, sehat dan berkualitas”. Logo yang dibuat seperti terlihat pada gambar 1.



Gambar 1 Logo Baru

Konsep logo Mie Ayam dan Bakso 522 memiliki makna:

- Bentuk dasar

Untuk logogram adalah bentukan dari mangkuk dengan gambar bunga dan ayam jago yang berisi mi ayam bakso yang masih panas yang siap dihidangkan menggunakan sumpit. Mangkuk dengan gambar bunga dan ayam jago merupakan wadah yang melambangkan bahwa Mie Ayam dan Bakso 522 merupakan UMKM yang menyediakan makanan khas Indonesia yaitu mi ayam dan bakso. Selain itu, asap merupakan lambang bahwa mi ayam bakso akan terasa lebih nikmat jika dimakan dalam kondisi panas. Sumpit merupakan lambang peralatan makan yang biasanya digunakan untuk mengonsumsi mi.

- Warna

Warna yang akan diambil adalah putih yang berasal dari warna khas mangkuk, orange yang merupakan warna khas sambal yang di-blender, hijau yang merupakan warna khas sayuran pada mi seperti sawi dan daun bawang, coklat yang merupakan warna dari bakso dan kuning yang berasal dari warna mie sendiri.

- Logotype

Untuk logotype yang digunakan pada tulisan Mie Ayam dan Bakso 522 adalah *intro rust* untuk tulisan "Mie Ayam dan Bakso" dan *articulat bold* untuk tulisan "522".

Aplikasi logo pada pembuatan spanduk

Setelah membuat dan menetapkan logo, selanjutnya adalah pengaplikasian logo papan media-media promosi yang akan dibuat. Pembuatan media promosi yang pertama yaitu merancang desain spanduk seperti terlihat pada gambar 2 dan mencetak spanduk seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 2 Desain Spanduk



Gambar 3 Spanduk Jadi

Setelah pembuatan spanduk selesai, dilanjutkan dengan pembuatan desain daftar menu untuk Mie Ayam dan Bakso 522 seperti pada gambar 4 dan gambar 5 kemudian mencetaknya. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah pembeli mendapatkan informasi tentang menu yang dijual dan harga dari masing-masing makanan dan minuman yang tersedia. Untuk harga sengaja dibuat kosong untuk mempermudah mitra melakukan perubahan harga sewaktu-waktu jika dibutuhkan.



Gambar 4 Desain daftar Menu



Gambar 5 Daftar menu jadi

Tahap selanjutnya adalah pemberian *brand* untuk produk Mie Ayam dan Bakso 522. *Brand* di sini digunakan untuk iklan dan promosi. Konsumen biasanya melihat merek sebagai sebuah tolok ukur dan menambah nilai sebuah produk. *Brand* juga membuat konsumen lebih percaya karena bisa mengusut asal usul produk tersebut. Produk juga lebih dikenal jika memiliki *brand* tertentu. Gambar 6 memperlihatkan desain awal pengemasan mi ayam goreng. Kemasan yang digunakan adalah kotak makan berbahan plastik. Kotak makan berbahan plastik secara harga memang lebih murah dan memudahkan dalam proses penyimpanan makanan. Namun, penggunaan bahan makanan plastik dapat membahayakan bagi kesehatan. Beberapa kotak makanan plastik diketahui mengandung bishphenol A atau BPA. BPA merupakan bahan kimia yang digunakan untuk membuat plastik menjadi keras dan dapat dibentuk. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BPA pada wadah makanan dan minuman memungkinkan bahan ini ikut tertelan. Selain itu, memasukkan makanan dalam kondisi panas juga memungkinkan zat BPA berpindah ke makanan. Perpindahan BPA ke makanan juga dapat meningkat ketika plastik menyentuh makanan

yang asam, asin, dan berlemak. Gambar 7 adalah desain *brand* yang telah dibuat dengan menggunakan *food pail box*. *Food pail box* terbuat dari material *food grade* yang sesuai dengan standar keamanan pangan. Gambar 8 adalah contoh pengemasannya. Contoh yang diambil adalah mi ayam goreng yang merupakan menu spesial dan hanya dibuat jika ada pesanan.



Gambar 6 Desain awal packaging mie Ayam goreng

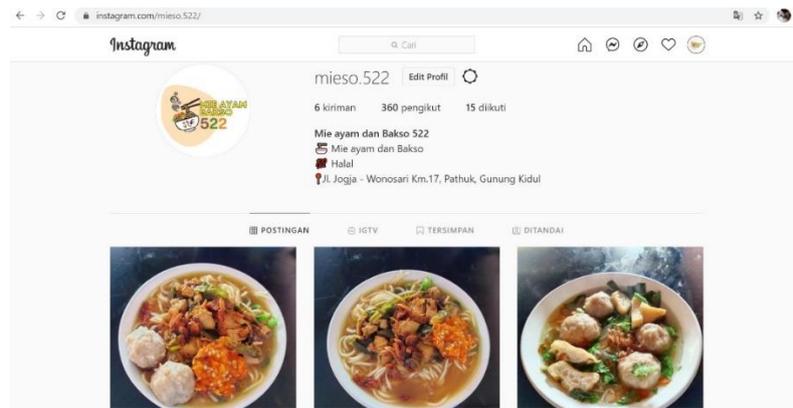


Gambar 7 Desain label dan packaging baru



Gambar 8 Bentuk pengemasan mie Ayam goreng

Selanjutnya, pengabdian dilanjutkan dengan pembuatan akun media sosial Instagram. Media sosial memiliki peran penting terutama pada era digital saat ini. Banyak pebisnis yang mulai mencoba peluang melalui pemasaran dan penjualan melalui jejaring media sosial. Terlebih saat pandemi, penggunaan media sosial sebagai sarana jual beli menjadi lebih berkembang pesat. Instagram dapat dengan mudah membantu penjual dalam mempromosikan usahanya kepada masyarakat luas. Dengan menggunakan aplikasi ini pada usaha Mie Ayam dan Bakso 522, maka akan membuka peluang usaha dan dapat menjangkau pelanggan melalui konten-konten hidangan yang dibuat semenarik mungkin. Gambar 9 memperlihatkan hasil pembuatan media sosial mitra.



Gambar 9 Media sosial Instagram mitra

Simpulan

Adapun hasil yang diterima setelah menerapkan implementasi hasil rancangan, mitra Mie Ayam dan Bakso 522 merasa terbantu dengan promosi yang dilakukan. Mie ayam juga semakin dikenal yang dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah *follower* di Instagram.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pimpinan UMY dan LP3M UMY yang telah memberikan dukungan finansial berupa dana hibah pengabdian pada masyarakat melalui program PKM. Terima kasih juga kepada Bapak Sagiran selaku pemilik usaha yang telah bersedia bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Rimiyati, H. (2020). Branding Dan Inovasi Packaging Pengrajin Minuman Jamu .
Prosiding.umy.ac.id, 758.
- Sarfiah, S. N. (2019). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 137.
- Semaun, D. S. (2020, April 12). *Dampak Pandemi Covid-19 ; Stimulus di Tengah Krisis Ekonomi Global*. Retrieved from [www.iainpare.ac.id: http://www.iainpare.ac.id/dampak-pandemi-covid-19-stimulus-di-tengah-krisis-ekonomi-global/](http://www.iainpare.ac.id/dampak-pandemi-covid-19-stimulus-di-tengah-krisis-ekonomi-global/).
- Winanta, A. (2019). Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta.
Prosiding.umy.ac.id, 666.