

Pengembangan UMKM Adekfat dengan Pendampingan Desain dan Promosi Produk

Mirza Putri Andita^{1*}, Azalia Mawarindani Indra², Malika Adilla³

¹²³Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech

¹mirza.putri@palcomtech.ac.id ²azalia.mawarindani@palcomtech.ac.id

³malika.adilla30@gmail.com

*Corresponding author

E-mail: mirza.putri@palcomtech.ac.id (Mirza Putri Andita)

Article History:

Received: 27 Mei 2024

Revised: 12 Juni 2024

Accepted: 13 Juni 2024

Abstract: *Besarnya kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia membuat UMKM memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian lokal. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan dalam bersaing secara kompetitif, terutama dalam meningkatkan nilai jual produk mereka melalui pembuatan material promosi yang menarik seperti desain logo, kemasan, dan media promosi lainnya. Program ini bertujuan untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Adekfat melalui pendampingan dalam pembuatan material promosi yang menarik. Kami menyediakan bimbingan dalam desain logo, kemasan, banner, dan media promosi lainnya, serta strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, UMKM Adekfat diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan serta keberlanjutan usaha Adekfat.*

Keywords:

Desain Logo, Desain Packaging, UMKM, Strategi Promosi Produk

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi signifikan terhadap PDB nasional, yaitu sebesar 61,07% atau Rp8.573,89 triliun (Dinas Koperasi & UMKM Kota Palembang, 2023). Data dari Dinas Koperasi & UMKM Kota Palembang ini mengindikasikan bahwa UMKM menjadi tulang punggung perekonomian lokal dalam menyediakan lapangan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah di Indonesia.

Ada banyak UMKM yang beroperasi di Kota Palembang. Menurut informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, jumlah UMKM di wilayah ini mencapai sekitar 163.291 pada tahun 2019 (Hardiyanti et al., 2023). Informasi ini mengindikasikan bahwa Kota Palembang memegang peranan penting sebagai pusat kegiatan UMKM yang berarti di wilayah Provinsi Sumatera Selatan. Keberadaan UMKM dalam jumlah yang besar ini mencerminkan dinamika ekonomi lokal yang kuat di Provinsi Sumatera Selatan serta potensi pertumbuhan



yang besar dalam sektor UMKM.

Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya persaingan global di pasar Indonesia, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan dalam mengembangkan usahanya (Ari Sulistiogo, 2019). Tantangan - tantangan ini tidak hanya mempengaruhi kemampuan UMKM untuk bertahan, tetapi juga untuk bersaing secara kompetitif. Meningkatnya persaingan global memberi tekanan tambahan pada UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan inovasi (Yusuf & Farid, 2023).

Keterbatasan dalam meningkatkan nilai jual produk merupakan salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM. Banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam menciptakan material promosi yang menarik seperti desain logo, kemasan, dan media promosi lainnya (Hardiyanti et al., 2023). Hal ini mengakibatkan produk UMKM cenderung masih sangat tradisional sehingga kurang diminati oleh konsumen. Adekfat merupakan salah satu UMKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan yang kesulitan dalam menciptakan desain untuk promosi produknya. Material promosi yang menarik membantu memperkuat citra merek UMKM, menarik perhatian konsumen, dan memicu peningkatan penjualan. Produk dengan dikemas dengan baik dapat menambah nilai jual produk. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dalam pembuatan material promosi yang menarik sehingga strategi pemasaran yang diterapkan efektif.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan fokus pada pengembangan UMKM Adekfat melalui pendampingan dalam pembuatan material promosi yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan menyediakan bimbingan khusus dalam desain logo, kemasan, banner, dan media promosi lainnya, program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM Adekfat di pasar kompetitif. Melalui program ini, UMKM Adekfat diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan pendapatan, dan memastikan keberlanjutan usahanya di masa depan.

Metode

Pelaksanaan pendampingan pembuatan desain material promosi ini dilakukan pada bulan November 2023 sampai Februari 2024. Kegiatan pendampingan pembuatan desain material promosi bertempat di Institut Teknologi dan Bisnis PalComTechi. Alur kegiatan pengabdian ini digambarkan dengan diagram alir pada gambar 1 berikut ini.

Gambar 1. Alur Kegiatan Pendampingan Pembuatan Desain Promosi



Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dimulai dengan pertemuan bersama Ibu Fatimah, pemilik UMKM Adekfat, salah satu binaan Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan di Kota Palembang. Pertemuan ini bertujuan mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM Adekfat melalui pemaparan keadaan bisnis oleh Ibu Fatimah. Berdasarkan masalah yang teridentifikasi, tim pengabdian membantu dalam pembuatan desain logo, kemasan, banner, dan menu yang menarik untuk menunjang promosi. Hal ini diharapkan memudahkan masyarakat dalam mengingat produk UMKM Adekfat serta meningkatkan *branding* yang dapat menaikkan nilai jual produk UMKM ini. Sebagai akhir dari kegiatan ini, tim pengabdian akan dilakukan evaluasi terhadap pendampingan desain material promosi serta menghasilkan sebuah karya ilmiah dari kegiatan ini yang akan dipublikasikan di Jurnal Pengabdian Masyarakat.

Hasil

Di era digital yang kompetitif ini, UMKM Adekfat memerlukan strategi branding yang kuat untuk meningkatkan daya saingnya. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech melaksanakan kegiatan pengabdian di UMKM Adekfat selama periode November 2023 hingga Februari 2024. Kegiatan ini menghasilkan berbagai *Brand Identity*, seperti logo, banner, menu, dan packaging, yang diharapkan dapat membantu Adekfat dalam meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan.

Diskusi

1. Persiapan

Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Adekfat, tim kami melakukan serangkaian persiapan untuk memastikan kelancaran dan efektivitas program. Berikut adalah beberapa poin penting dalam persiapan tersebut:

a. Audiensi dan Wawancara:

Pada tanggal 15 November 2023, tim kami melakukan audiensi dan wawancara dengan pemilik UMKM Adekfat, Ibu Fatimah, di Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech. Tujuan audiensi ini adalah untuk memahami secara mendalam kebutuhan branding AdekFat, termasuk filosofi, visi misi, dan target pasarnya. Melalui

wawancara dan audiensi ini, tim kami menggali informasi terkait identitas brand Adekfat saat ini, seperti logo, packaging, dan media promosi lainnya. Informasi ini kemudian dianalisis untuk merumuskan strategi branding yang tepat dan sesuai dengan karakteristik Adekfat.

Gambar 2. Pemaparan kebutuhan Branding UMKM Adekfat



b. Identifikasi Kebutuhan Branding:

Berdasarkan hasil audiensi dan wawancara, tim kami mengidentifikasi beberapa kebutuhan branding utama Adekfat, yaitu:

1. **Rebranding Logo:** Logo Adekfat saat ini dinilai kurang sesuai dengan filosofi dan visi misi brand, serta tidak mencerminkan identitas brand dengan baik.
2. **Desain Packaging:** Adekfat membutuhkan desain packaging yang menarik dan informatif untuk produk donatnya, agar dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk.
3. **X-Banner dan Book menu:** Adekfat membutuhkan media promosi visual seperti x-banner dan book menu untuk memperkenalkan brand dan produknya kepada calon pelanggan.

c. Penyusunan Strategi Branding:

1. Berdasarkan kebutuhan branding yang telah diidentifikasi, tim kami menyusun strategi branding yang komprehensif dan terarah.
2. Strategi ini mencakup konsep desain logo baru, desain packaging yang sesuai dengan identitas brand, dan desain x-banner dan book menu yang menarik dan informatif.
3. Tim kami juga merumuskan panduan branding yang berisi aturan dan ketentuan penggunaan logo, packaging, dan media promosi lainnya, agar konsistensi brand terjaga.

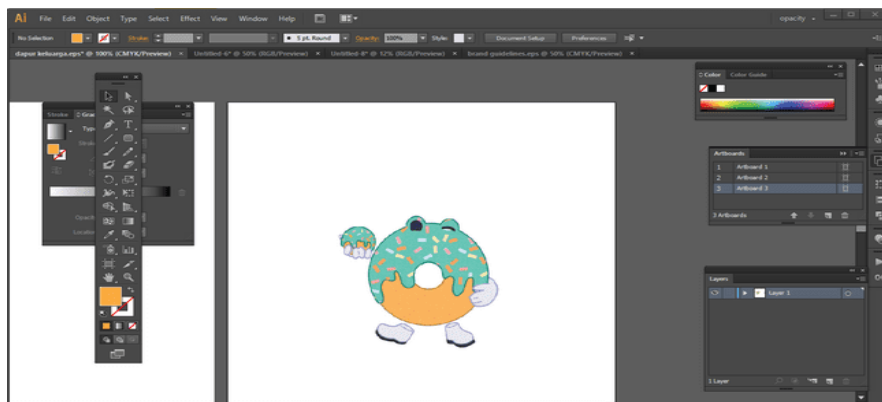
d. Koordinasi dan Persiapan Implementasi:

- Tim kami berkoordinasi dengan Ibu Fatimah dan timnya di Adekfat untuk memastikan kesesuaian strategi branding dengan ekspektasi mereka.
- Tim kami juga menyiapkan materi presentasi dan pelatihan untuk membantu staf Adekfat memahami dan menerapkan strategi branding yang telah disusun.
- Persiapan ini dilakukan secara matang untuk memastikan kelancaran implementasi program dan kesuksesan branding Adekfat.
-

2. Proses Perancangan

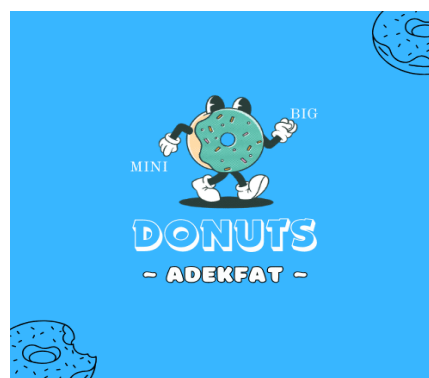
Proses perancangan dimulai pada tanggal 25 November hingga 31 Desember 2023. Perancangan karya branding menggunakan aplikasi Adobe Illustrator dan Canva sebagai pendamping aplikasi desain lainnya. Selama proses perancangan terdapat beberapa kali fase revisi kepada owner Adekfat untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan Adekfat dan target market Adekfat.

Gambar 3. Proses Perancangan menggunakan Adobe Illustrator



Hasil perancangan logo berikut diexport dalam bentuk JPG, dan dihasilkan hasil karya logo berikut ini:

Gambar 4. Logo Adekfat



3. Hasil Rancangan

Dihasilkan karya Brand Identity, diantaranya adalah logo, X-Banner, menu, dan packaging. Untuk hasil karya Rancangan adlah sebagai berikut.

a. Logo

Gambar 5. Logo AdekFat



Logo tersebut menggambarkan donat dengan ilustrasi manusia yang berjalan diilustrasikan sebagai mascot yang lucu, ditujukan untuk memvisualisasikan karakter donat yang ramah lucu dan dekat dengan anak-anak. Warna biru menunjukkan warna karakter Adekfat dengan makna warna biru adalah warna yang menyenangkan, dingin dan kuning untuk melengkapi kontras warna biru tersebut.

b. Packaging

Karya Packaging yang dirancang adalah kotak dengan bahan baku duplex dan print satu sisi bagian agar lebih terjangkau.

Gambar 6. Packaging AdekFat



c. Xbanner

Xbanner yang dihasilkan dari pengabdian ini berukuran 60x160 cm dengan materi bahan spanduk dan ritrama indoor. Xbanner ditujukan untuk media promosi toko donat adekfat agar lebih menarik.

Gambar 7. X-Banner AdekFat



d. Menu

Donat Adekfat memerlukan menu 1 lembar, agar memudahkan customer memilih paket. Selama ini belum tersedia menu yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan. Ukuran Menu adalah A4 Plus dengankertas Artpaper 260 gr (Konstruks) laminasi doff.

Gambar 8. Menu AdekFat



Kesimpulan



Pengabdian ini bertujuan untuk membantu UMKM Adekfat dalam meningkatkan daya saingnya melalui pengembangan strategi branding yang efektif. Strategi branding ini meliputi desain logo baru, desain packaging, desain x-banner dan book menu, serta panduan branding. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendampingan langsung kepada UMKM Adekfat. Tim peneliti melakukan audiensi dan wawancara dengan pemilik UMKM untuk memahami kebutuhan branding mereka, kemudian merumuskan strategi branding yang sesuai, dan membantu dalam pembuatan material promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi branding yang diterapkan telah berhasil meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk UMKM Adekfat. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan beberapa konsumen yang menjelaskan bahwa x-banner UMKM Adekfat membantu mereka menemukan gerai bisnis ini dari jarak jauh. Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan UMKM di Indonesia. Strategi branding yang efektif dapat membantu UMKM dalam meningkatkan daya saingnya di pasar yang kompetitif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah terlaksana dengan sukses dan lancar. Berdasarkan tanggapan dari pemilik UMKM Adekfat, pendampingan ini dinilai sangat menarik dan memberikan wawasan terbaru mengenai *branding* serta peningkatan nilai jual produk. Pemilik UMKM Adekfat mengharapkan kegiatan serupa di masa mendatang dapat melibatkan lebih banyak UMKM binaan Dinas Koperasi Provinsi Sumatera Selatan dan mengadakan pendampingan dengan topik lainnya seperti pemasaran digital.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kami sampaikan kepada Rektor Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, Ketua LPPM Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech, dan Kepala Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi dan Bisnis PalComTech yang telah memberikan dukungan dan fasilitas terbaiknya untuk mengadakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Tim Pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan rekan sesama dosen yang telah memberi dukungan serta masukan berharga agar kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar.

Daftar Referensi

- Ari Sulistiogo. (2019). Kinerja UMKM: Dampak kualitas SDM dan akses informasi terhadap akses permodalan. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–11.
- Dinas Koperasi & UMKM Kota Palembang. (2023). *KADIN Prioritaskan Penguatan UMKM untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Tahun 2023*.
- Hardiyanti, D. Y., Putra, P., Jambak, M. I., Seprina, I., Gumay, N. K. P., & Firnando, R. (2023). Workshop Penguatan Digital Branding Untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil



Menengah (UMKM) Di Kota Palembang. *Bulletin of Community Service in Information System (BECERIS)*, 2(1), 25–32.

Yusuf, Y., & Farid, F. (2023). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia (Msdm) Melalui Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Penguatan Ekonomi. *Business Management*, 2(1), 425–430. <https://doi.org/10.58258/bisnis.v1i2.5053>