

**PERANCANGAN INOVASI DESAIN USAHA DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MEMBANGUN IDENTITAS BRAND PADA UMKM MIE AYAM BAKSO MAMAH AMI “SATU RASA” KAMPUNG BUHER KARANGPAWITAN**

Fiska Anggraini<sup>1</sup>, AMELIA NUR FARIZA<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[mn20.fiskaanggraini@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn20.fiskaanggraini@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>

[amelia.nur@ubpkarawang.ac.id](mailto:amelia.nur@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>

### **Ringkasan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian suatu negara. Dalam industri makanan, UMKM sangat berkembang pesat dengan adanya berbagai inovasi kuliner dan juga tidak dapat disangkal bahwa kegiatan ekonomi semakin maju dan mengarah kepada pemasaran elektronik khususnya melalui media sosial. Dalam hal ini, Internet menjadi sangat penting dalam pemasaran produk untuk menghubungkan dialog antar produsen dan konsumen. Penulis yang melakukan pengabdian masyarakat di Kampung Buher, Kelurahan Karangpawitan, Kecamatan Karawang Barat, Kabupaten Karawang membantu salah satu UMKM yaitu Mie Ayam Bakso Mamah Ami “Satu Rasa” dengan melakukan perancangan inovasi usaha berupa pembuatan desain logo sebagai identitas dan lambang kepemilikan UMKM Mie Ayam dan Bakso Mamah Ami, Banner Usaha, Daftar Menu Usaha, dan Pembuatan Akun Media Sosial untuk meningkatkan perluasan distribusi pemasaran. Dengan metode kualitatif studi kasus, dimana pengumpulan datanya yaitu berupa observasi secara langsung serta wawancara di UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami. Dapat dilihat dari hasil observasi bahwa UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami “Satu Rasa” masih belum mengetahui mengenai pentingnya identitas brand bagi suatu usaha terbukti dengan strategi pemasarannya yang masih sangat sederhana dan tidak menarik. Dalam pengabdian ini, branding produk tersebut diharapkan mampu meningkatkan omset penjualan, memperluas pangsa pasar, dan membangun identitas brand yang kuat, sehingga berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional.

Kata Kunci : UMKM, Inovasi Usaha, Digital Marketing, Identitas Brand

### **Pendahuluan**

Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang) sebagai lembaga pendidikan  
2258 | *Abdimajurnal* | Pengabdian Mahasiswa

tinggi di Indonesia, telah mengemban tanggung jawab Tri-Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat. Salah satu bentuk pengabdian ini terwujud dalam program KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang menjadi wadah mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam lingkungan masyarakat. Kegiatan ini memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa agar dapat menjadi manusia yang mampu berintegrasi dengan lingkungan sekitar, mengabdikan kepada masyarakat secara langsung, mengidentifikasi, serta belajar menangani masalah-masalah pembangunan yang sedang dihadapi. Sejalan dengan semangat global, pemerintah Indonesia juga berkomitmen pada Sustainable Development Goals (SDGs) yang bertujuan untuk menciptakan kehidupan yang berkelanjutan, termasuk melalui program SDGs Desa yang memiliki 18 poin fokus untuk mengentaskan kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi merata, peduli terhadap kesehatan, lingkungan, pendidikan, serta aspek budaya. UBP Karawang terus berperan dalam upaya ini, dengan KKN Tematik tahun 2023 yang mengusung tema Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya, sejalan dengan visi tercapainya SDGs Desa. (Lembaga Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat, 2020)

KKN UBP pada tahun 2023 ini memiliki cakupan yang luas, melibatkan 100 desa dan kelurahan yang tersebar di wilayah Kabupaten Karawang dan Kabupaten Purwakarta. Dari jumlah tersebut, terdiri dari 83 desa dan 7 kelurahan di Kabupaten Karawang, serta 10 desa di Kabupaten Purwakarta. Salah satu dari 100 desa yang menjadi titik implementasi adalah Desa Karangpawitan, yang terletak di Kecamatan Karawang Barat. Kelurahan Karangpawitan memiliki luas wilayah 664,250 ha, luas tanah sawah 477,262 ha dan luas tanah permukiman 176,98 ha. Dengan potensi luas sawah tersebut maka kelurahan karangpawitan mempunyai kontribusi besar sebagai lumbung padi di kota Karawang. Jumlah penduduk di Kelurahan Karangpawitan adalah 26.078 jiwa. Kelurahan Karangpawitan dengan total KK sebanyak 8.841 KK. Terdapat 13.297 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 12.781 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan. (Prodeskel, 2023).

UMKM memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu bangsa, termasuk Indonesia. Salah satu kekuatan ekonomi yang menopang perekonomian Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah dengan hadirnya pelaku UMKM. Maka dari itu perlu adanya pengembangan UMKM yang berkelanjutan untuk membantu kemajuan perekonomian bangsa. Namun dalam kegiatannya di lapangan pelaku UMKM seringkali menemui beberapa hambatan dalam usahanya, dan biasanya permasalahan yang umum dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah pada proses

pemasaran produk karena persaingan bisnis yang begitu ketat di era digital saat ini, permasalahan yang umum dihadapi diantaranya yaitu pada terbatasnya inovasi pemasaran dan kurangnya optimalisasi pemanfaatan digital marketing serta pengemasan produk yang kurang menarik. Padahal pemasaran produk merupakan hal terpenting dalam kegiatan usaha karena menjadi ujung tombak kemajuan suatu usaha kedepannya.

Pesatnya perkembangan teknologi atau dunia digital pasti akan berdampak pada dunia ekonomi. Tren pemasaran berubah dari offline menjadi online, sehingga para pelaku usaha harus bersiap dan dituntut untuk mengikuti tren tersebut dengan menerapkan strategi pemasaran yang berbasis digital marketing. Menurut (Jamiat & Sumarni, 2019) Digital Marketing merupakan proses dalam melakukan pemasaran suatu produk dan jasa dengan melalui media internet. Dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui digital marketing diperlukan strategi yang baik agar menciptakan personal branding yang dapat dikenal masyarakat dengan memberikan informasi produk yang lengkap dan kemasan produk yang menarik serta dengan memanfaatkan media internet sebagai perantaranya. Selain itu, inovasi pemasaran produk juga diperlukan agar menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami merupakan salah satu UMKM di Desa Karangpawitan, Kecamatan Karawang Barat yang bergerak dibidang kuliner. Pemilik UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami yaitu bernama Mami Marlina. Dimana UMKM ini menjual Mie Ayam serta Bakso dengan ciri khasnya yaitu ceker pedas. UMKM ini sudah berdiri kurang lebih 15 tahun lamanya. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM, salah satu topik permasalahan umum yang dihadapi yaitu mengenai pemasaran produk, diantaranya yaitu kurangnya inovasi pemasaran produk dan tidak mengoptimalkan penggunaan digital marketing. Berikut merupakan uraian permasalahan UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami dalam bidang pemasarannya :

1. Tidak memiliki logo usaha
2. Spanduk atau banner yang kurang menarik
3. Jaringan pemasaran yang kurang luas
4. Pelaku UMKM belum menguasai digital marketing

Berdasarkan permasalahan tersebut, upaya dalam meningkatkan omset penjualan dengan pemahaman mengenai strategi pemasaran dan inovasi usaha sebagai media promosi untuk membangun identitas brand pada UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami “Satu Rasa” Desa

Karangpawitan. Salah satu solusi yang dapat diimplementasikan adalah dengan media sosial instagram, Pemasaran melalui media sosial menjadi semakin penting untuk mendapatkan pangsa pasar yang luas dan meningkatkan penjualan produk, serta selalu membuat pelanggan mengkonsumsi produk yang kita miliki. Dalam strategi pemasaran media sosial, Mie Ayam Bakso Mamah Ami dapat mempresentasikan produknya ke masyarakat luas dengan konten-konten yang menarik, tentunya dengan melalui komunikasi yang cepat serta tepat sasaran. Oleh karena itu, informasi yang diberikan tentang produk Mie Ayam Bakso Mamah Ami yang dijual adalah jelas, akurat, dan dapat dipahami oleh calon konsumen. Dan juga Mie Ayam Bakso Mamah Ami memberikan penyajian produk yang menarik, disertai dengan pesan-pesan yang informatif bagi calon konsumen atau pembeli tentang produk tersebut, sehingga calon konsumen juga dapat tertarik untuk membeli produk Mie Ayam Bakso Mamah Ami.

Permasalahan dan latar belakang yang telah diuraikan di atas, pelaksanaan ini bertujuan memberikan solusi yang konkret dan berkelanjutan terkait inovasi usaha untuk membangun identitas brand. Tujuan utama dari pelaksanaan ini adalah untuk mengimplementasikan solusi yang efektif, dengan memfokuskan pada penerapan konsep "digital marketing" sebagai alat bantu praktis dalam menyebarluaskan distribusi pemasaran. Selain itu juga untuk meningkatkan omset penjualan dan menarik para calon konsumen.

## **Metode**

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian dengan mengumpulkan data dengan teknik wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 14-15 Juli 2023 yang berlokasi di Kampung Buher, Kelurahan Karangpawitan, Kecamatan Karawang Barat, Kabupaten Karawang. Sasaran pada penelitian ini adalah salah satu pelaku UMKM olahan makanan yaitu UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami "Satu Rasa" dengan mewawancarai terlebih dahulu tentang usaha yang dimiliki dan tingkat pengetahuan pelaku UMKM tentang pentingnya digital marketing untuk identitas brand bagi usaha pada UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami "Satu Rasa". Setelah diketahui pelaku UMKM kurang mengerti mengenai pemasaran usaha dan digital marketing, selanjutnya penulis berencana untuk membuat akun sosial media instagram sebagai digital marketing bagi UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami serta penulis akan membuat banner dan logo usaha untuk UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami "Satu Rasa".

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Menanggapi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami, maka penulis selaku mahasiswa yang sedang melakukan pengabdian masyarakat Desa Karangpawitan, menindak lanjutinya dengan program kerja yang telah dirancang untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami mengenai inovasi pemasaran produk dan optimalisasi digital marketing. Program kerja tersebut diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan tersebut. Berikut merupakan hasil program kerja dan output yang dihasilkan oleh penulis :

### 1. Pembuatan Desain Logo Usaha

Logo usaha merupakan bagian terpenting dalam suatu produk karena menjadi identitas brand atau ciri khas tersendiri yang membedakan produk kita dengan produk lainnya. Disini penulis membuat desain logo dengan output yang dihasilkan yaitu sebagai berikut :



Gambar 1. Logo Usaha

Nama usaha Mamah Ami "Satu Rasa" adalah nama pemilik dari usaha tersebut yaitu Mami Marlina, dengan "Satu Rasa" yang memiliki makna yaitu selalu menjaga konsistensi rasa dari setiap makanan. Penggunaan warna kuning dalam desain logo produk bukan tanpa alasan. Warna kuning menjadi warna alasan karena cukup mencolok sehingga keberadaannya cukup eye catching bagi siapa saja yang melihatnya serta terlihat lebih menarik dan friendly. Logo dengan bentuk lingkaran diartikan sebagai sebuah harapan agar lebih baik dengan focus mengedepankan kualitas dari produk itu sendiri, dan gambar semangkuk mie ayam di tengah sebagai simbol produk utama yang dipasarkan yaitu Mie Ayam Bakso.

### 2. Pembuatan Banner Usaha

Terdapat juga kebutuhan yang diperlukan oleh UMKM untuk memberdayakan atau memajukan usahanya yaitu dengan pembuatan banner. Tujuan adanya pembuatan banner ini adalah sebagai media informasi agar masyarakat sekitar tahu akan tempat tersebut yang memproduksi makanan kuliner dan dapat menarik perhatian dari konsumen.



Gambar 2. Desain Baner Usaha

Ibu Mami Marlina selaku pemilik merasa senang dan terbantu dengan output dari pembuatan banner produk ini.

### 3. Pembuatan Menu Usaha

UMKM Mamah Ami masih belum memiliki daftar harga menu di setiap penjualannya, penulis selaku mahasiswa pengabdian masyarakat membuat program kerja berupa pembuatan daftar harga menu untuk mempermudah para konsumen nantinya yang akan membeli Mie Ayam Bakso serta daftar makanan lengkap dengan harga untuk tiap hidangannya yang dibuat untuk menarik pelanggan. Harapannya adalah jika pelanggan tertarik maka mereka akan tak ragu untuk membeli hidangan yang ditawarkan.



Gambar 3. Desain Daftar Harga Menu Usaha

#### 4. Pembuatan Social Media Akun Instagram dan Melengkapinya dengan Feed Menarik

Salah satu cara untuk memperluas jaringan pemasaran saat ini yaitu melalui sosial media, salah satunya melalui Instagram. Namun sayangnya UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami ini belum memiliki akun Instagram dan memanfaatkannya dalam proses pemasaran. Maka dari itu, penulis menyusun program kerja untuk memberikan pelatihan pembuatan akun Instagram kepada pemilik UMKM. Dengan Output yang dihasilkan berupa akun Instagram disertai dengan feed yang menarik didalamnya. Selain itu diadakan juga pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan sosial media sebagai sarana pemasaran dengan harapan pelaku UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami dapat mengoperasikan sosial media dalam kegiatan pemasaran produknya.



Gambar 4 . Pembuatan Akun Sosial Media Instagram

Potensi Inovasi Desain Usaha Sebagai Identitas Brand Pada UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami “Satu Rasa” Melalui Media Sosial Media sosial menjadi wadah untuk menyebar informasi melalui konten menarik yang memiliki jangkauan luas. Media sosial dapat digunakan untuk personal branding, campaign, marketing, dan brand images. Selain itu, media sosial juga bisa kita gunakan untuk menghasilkan uang, membantu mendapat perhatian dari khalayak, dan kita menjadi memiliki kemampuan untuk mempromosikan secara mandiri. Oleh karena itu, penulis memilih rancangan inovasi desain usaha sebagai

media promosi melalui media social terutama Instagram, karena media sosial memiliki pangsa pasar yang luas dalam meningkatkan pengenalan dan rasa ingin tahu konsumen,serta dapat meningkatkan hubungan baik dengan konsumen, meningkatkan jumlah konsumen, meningkatkan kemampuan untuk menjangkau konsumen dalam skala global dan menambah jalur promosi bagi bisnis lokal untuk membangun branding produk. Sehingga UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami memiliki peluang yang lebih besar untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas dan menjadi produsen mie ayam bakso yang memiliki brand identity dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik para konsumen.

## **Kesimpulan dan Rekomendasi**

### **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah suatu bentuk pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat dan merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma perguruan tinggi. Pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, penulis selaku mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang ini dilaksanakan pada tanggal 01 Juli –31 Juli 2023. Objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu pada UMKM Mie Ayam Bakso Mamah Ami “Satu Rasa”. Metode pelaksanaannya dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Permasalahannya sendiri meliputi minimnya strategi inovasi pemasaran produk dan kurangnya optimalisasi pemanfaatan digital marketing dalam kegiatan usahanya. Berdasarkan fenomena permasalahan tersebut penulis memberikan solusi dengan menyusun program kerja yang terdapat pada hasil dan pembahasan seperti diantaranya, pembuatan desain logo, banner dan menu harga, serta pemanfaatan sosial media Instagram yang dapat membantu meningkatkan pengenalan merek, daya tarik konsumen, dan hubungan dengan pelanggan. Selain itu, penekanan pada inovasi desain produk melalui media sosial memberikan peluang bagi UMKM tersebut untuk dikenal lebih luas dan membangun branding yang kuat sehingga berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional.

### **Rekomendasi**

Berikut beberapa saran atau rekomendasi untuk memaksimalkan manfaat dari pentingnya media promosi guna meningkatkan penjualan Mie Ayam Bakso Mamah Ami “Satu Rasa” :

1. Terus kembangkan inovasi pemasaran dan digital marketing.



2. Perluas kehadiran digital dengan platform lainnya.
3. Libatkan pelanggan dan jalin kerjasama lokal.
4. Evaluasi, pertahankan kualitas, dan ukur kinerja dengan baik.

#### **Daftar Pustaka**

Jamiat, N., & Sumarni, T. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing pada pengerajin Tahu Bungkeng. <http://www.marketing.co.id>,

Lembaga Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat. (2020). Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata.

Prodeskel. (2023). Kependudukan dan KK. Prodeskel.Binapemdes.Kemendagri.Go.Id.