

## **BRANDING USAHA JAJANAN SERTA PENCANTUMAN NAMA USAHA KE DALAM GOOGLE MAPS**

Nadya Fatma Intani<sup>1</sup>, AMELIA NUR FARIZA<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan

Karawang [Mn20.nadyaintani@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:Mn20.nadyaintani@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>, [amelia.nur@ubpkarawang.ac.id](mailto:amelia.nur@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>

### **RINGKASAN**

UMKM Kedai Sosis Bakar Mamah Risma merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang kuliner. UMKM ini masih awam terhadap pentingnya branding dengan memanfaatkan teknologi yang ada serta masalah yang dialami oleh mayoritas UMKM adalah kurang memahami branding sebagai fungsi untuk menjaga sustainability usahanya. padahal hal tersebut sangatlah penting bagi kemajuan usaha dan sebagai karakteristik usaha tersebut. Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan brand tersebut. Branding juga menjadi sebuah strategi bari perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Dengan adanya kegiatan KKN ini dapat membantu UMKM untuk membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan usahanya dengan melakukan pembuatan dan pemberian alat promosi yaitu Banner dan pencantuman nama usaha ke dalam Google Maps. Kegiatan ini dilakukan di salah satu UMKM yang terletak di Kp. Buher dan diharapkan mampu meningkatkan eksistensi UMKM ini dan meningkatkan daya jual sehingga UMKM ini semakin dikenal dan diingat oleh masyarakat.

**Kata Kunci :** UMKM, Branding, Teknologi

### **PENDAHULUAN**

KKN adalah singkatan dari "Kuliah Kerja Nyata." KKN adalah program atau kegiatan pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari kurikulum pendidikan tinggi di Indonesia. Dalam KKN, mahasiswa di perguruan tinggi akan mengalami pengalaman praktik lapangan di masyarakat selama periode tertentu, dengan tujuan memberikan manfaat positif bagi masyarakat dan mengaplikasikan pengetahuan serta keterampilan yang telah dipelajari selama masa kuliah.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan suatu bentuk program pendidikan yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi dalam upayanya meningkatkan isi dan bobot pendidikan bagi mahasiswa untuk

mendapatkan nilai tambah pendidikan tinggi. KKN dilaksanakan guna meningkatkan relevansi pendidikan tinggi dengan kebutuhan masyarakat, dengan tujuan memberi pendidikan pelengkap bagi mahasiswa sekaligus membantu masyarakat melancarkan pembangunan di lokasi KKN dilaksanakan.

Salah satu desa yang menjadi lokasi tempat mahasiswa melakukan KKN yaitu Desa Karangpawitan. Karangpawitan adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Karawang Barat, Kabupaten Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Kelurahan ini selain mempunyai luas wilayah terluas dan penduduk terbanyak di kecamatan Karawang Barat. Luas wilayah Kelurahan Karangpawitan yaitu sebesar 6,64 km<sup>2</sup>. Yang terbagi menjadi 5 Dusun 25 RW dan 84 RT. Menjadi kelurahan dengan penduduk terbanyak di area kecamatan Karawang Barat dengan berbagai macam jenis pekerjaan dan mata pencaharian juga banyaknya sektor pendidikan, pertanian dan lain sebagainya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa Kuliah Kera Nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan Karawang dapat dilakukan dengan mengusung tema “Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya Menuju Tercapainya SDGs Desa”.

SDGs Desa adalah upaya terpadu mewujudkan Desa tanpa kemiskinan dan kelaparan, Desa ekonomi tumbuh merata, Desa peduli kesehatan, Desa peduli lingkungan, Desa peduli pendidikan, Desa ramah perempuan, Desa berjejaring, dan Desa tanggap budaya untuk percepatan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.



Gambar 1. SDGs Desa

Dengan pengamatan di lapangan yaitu kurangnya usaha untuk memajukan dan melakukan promosi maka dari itu penulis melakukan program dengan judul “Branding Usaha Jajanan Dan Pencantuman Nama Usaha Ke Dalam Google Maps”. Merujuk pada 18 point SDGs Desa pada gambar di atas yang paling erat kaitannya dengan Program UMKM adalah pengentasan kemiskinan (SDG 1) dan memastikan mata pencaharian dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8).

## **METODE**

Waktu dan Pelaksanaan program ini dilakukan pada hari Kamis tanggal 13 Juli 2023 bertempat di warung sosis bakar mamah risma, Kp. Buher Kel. Karangpawitan. Dengan sasaran yaitu Ibu Danyi Sopiani Selaku Pemilik Usaha tersebut. Metode yang dilakukan dalam pelaksanaan ini menggunakan metode deskriptif yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan sesi dokumentasi.

Adapun prosedur pelaksanaan program yang dilakukan sebagai berikut :

1. Melakukan kunjungan ke tempat UMKM.
2. Perkenalan mahasiswa selaku pihak yang akan melaksanakan program.
3. Menjelaskan program yang akan dilaksanakan yaitu pembuatan Banner dan pencantuman nama usaha ke dalam Google Maps.
4. Merencanakan desain dan nama bersama pelaku usaha yang akan dicantumkan ke dalam Banner dan Google Maps.
5. Pembuatan desain Banner sesuai yang diinginkan pelaku usaha dan pencantuman nama usaha ke Google Maps.
6. Melakukan pencetakan Banner.
7. Pemasangan Banner pada tempat yang telah disediakan.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAS**

Kegiatan KKN yang dilakukan ini adalah untuk membantu menjelaskan langkah-langkah yang perlu ditindaklanjuti oleh pelaku UMKM dalam membangun strategi branding pelaku UMKM Isu mengembangkan bisnis mereka. Salah satu masalah yang dialami oleh mayoritas UMKM adalah kurang memahami branding sebagai fungsi untuk menjaga sustainability usahanya. Kebanyakan para pelaku bisnis UMKM masih berfokus pada trading dan melupakan sisi branding. Hal ini dapat

disebabkan karena ketidaktahuan, ego, atau sifat tertutup mereka atas ide baru, dan merasa cepat puas.

Branding merupakan suatu usaha komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk memberikan suatu kepribadian baru kepada brand atau produk melalui perubahan tampilan dalam atau luarnya. Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan brand tersebut. Branding juga menjadi sebuah strategi bari perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen.

Ada banyak manfaat dari branding, di antaranya adalah memberikan identitas pada produk atau jasa yang ditawarkan, menyampaikan nilai, dan yang terpenting adalah menjalin komunikasi dengan konsumen. Produk yang bagus tanpa kekuatan dari brandnya dan strategi pemasaran yang efektif, akan sia-sia. Biasanya, kalau seseorang sudah cocok dengan suatu produk, mereka tidak akan mudah berpaling dengan brand lainnya. Selain itu, brand juga sering dianggap sebagai identitas dari produk itu sendiri.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan pada UMKM Sosis Bakar Mamah Risma yang menunjukkan bahwa pelaku usaha jajanan yang berada di Kp. Buher ini belum paham tentang pentingnya promosi usaha dengan memperhatikan nama usaha (brand) dan penggunaan teknologi sebagai alat promosi. Padahal hal ini sangat penting agar usaha tersebut dapat dikenali oleh masyarakat dan masyarakat mudah mengingat nama usaha tersebut. Di buktikan dengan tidak adanya keterangan usaha seperti nama usaha baik tulisan atau alat yang menunjukkan bahwa di Kp. Buher terdapat UMKM jajanan sekolah seperti Sosis Bakar Mamah Risma ini.

Dengan adanya permasalahan di atas maka dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan usahanya dengan memberikan fasilitas berupa pembuatan banner serta pencantuman nama usaha ke dalam Google Maps.

Sikap UMKM tersebut dapat disebabkan beberapa hal, diantaranya :

1. karena belum paham dengan ilmu tentang branding
2. belum memiliki memiliki karakter entrepreneur yang positif
3. belum pernah mendapatkan pendampingan.

Berikut ini adalah beberapa strategi yang perlu diperhatikan dalam membangun brand image produk:

### 1. Buat Desain Logo Yang Sesuai Dengan Bisnis

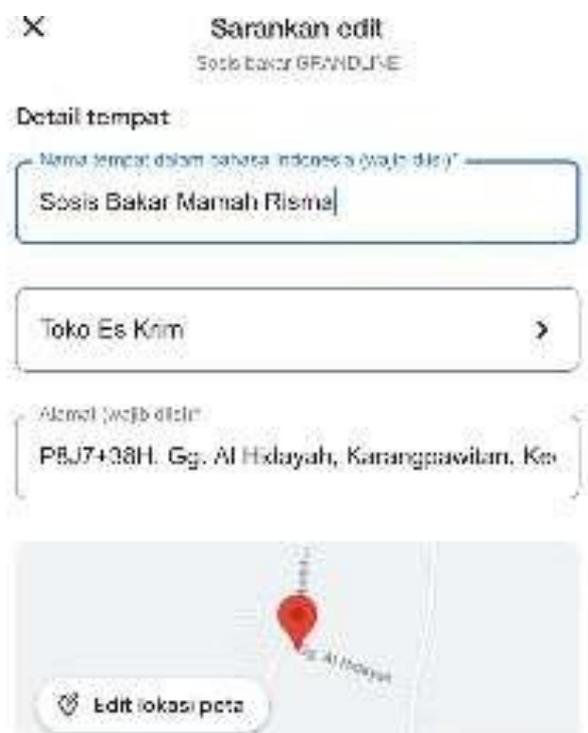
Logo ini bisa membantu brand yang diciptakan agar terkesan lebih mewah dan istimewa. Melalui logo, UMKM bisa membentuk komunikasi melalui tanda yang mudah dimengerti dan diingat oleh setiap orang. Inilah yang akan jadi identitas dari bisnis UMKM. Untuk logo dari usaha sosis bakar mamah risma ini menggunakan logo utama yaitu sosis bakar. Lalu gambar dari menu lain seperti burger, minuman, dan seblak.

### 2. Target Pasar Yang Tepat

Target pasar UMKM ini yaitu dari kalangan semua umur baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa.

### 3. Konsisten

UMKM ini harus konsisten dalam menggunakan setiap perlengkapan desain untuk bisnisnya. Selama mereka konsisten dalam menggunakan logo atau desain usaha maka masyarakat akan mudah mengenali lokasi dan ciri khas usaha tersebut serta usaha ini dapat terus eksis dan bertahan seiring berkembangnya zaman. Maka untuk menciptakan jiwa konsisten tersebut, banner yang dibuat telah dipasang ditempat yang sesuai untuk menghindari kerusakan dan kehilangan.



Gambar 2. Pencantuman Nama Usaha Ke dalam Google Maps



Gambar 3. Penyerahan dan Pemasangan Banner Usaha

## KESIMPULAN

Pada laporan ini dapat disimpulkan bahwa program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berpedoman pada SDGs Desa melakukan observasi pada salah satu UMKM yang ada di Kp. Buher Desa Karangpawitan yaitu Warung Sosis Bakar Mamah Risma.

Fakta dilapangan menunjukkan bahwa UMKM ini masih awam terhadap pentingnya branding dengan memanfaatkan teknologi yang ada sehingga dibuktikan dengan tidak adanya tulisan atau petunjuk bahwa terdapat UMKM tersebut di Kp. Buher, sehingga tidak ada kemajuan dan inovasi dalam usaha tersebut. Melalui program “Branding Usaha Jajanan Dan Pencantuman Nama Usaha Ke Dalam Google Maps” dengan melakukan pembuatan dan pemberian alat promosi yaitu Banner dan pencantuman nama usaha ke dalam Google Maps diharapkan mampu meningkatkan eksistensi UMKM ini dan meningkatkan daya jual sehingga UMKM ini semakin dikenal dan diingat oleh masyarakat.

## REKOMENDASI

1. Ketahui Identitas Merek : Tentukan nilai-nilai inti dan identitas merek. Pahami apa yang membuat bisnis tersebut unik dan berbeda dari pesaing.
2. Buat Logo dan Desain yang Menarik: Desain logo yang menarik dan profesional adalah

salah satu elemen paling penting dalam branding dan dapat mudah diingat.

3. **Konsistensi dalam Pesan dan Visual:** Pastikan konsisten di seluruh saluran pemasaran, termasuk media sosial, situs web, iklan, dan kemasan produk. Seperti dalam Google Maps
4. **Bangun Citra Profesional:** Pastikan semua aspek bisnis mencerminkan profesionalitas, dari layanan pelanggan hingga penyajian produk dan desain kemasan.
5. **Libatkan Pelanggan:** Mendorong partisipasi dan keterlibatan pelanggan dapat membantu memperkuat ikatan dengan usaha tersebut. seperti memberikan potongan harga ataupun bonus.
6. **Menggunakan Dukungan Pengaruh (Influencer):** Pertimbangkan untuk bermitra dengan influencer atau tokoh terkenal yang relevan dengan industri untuk membantu memperluas jangkauan brand usaha tersebut

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Setiawati, S. D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125-136.

Handoyo, R., Sofie, S., & Wardhani, N. (2023). IMPLEMENTASI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS), GOAL 8 PADA PELAKU USAHA MIKRO DI DESA PADAS, KECAMATAN KARANGNOM DAN DESA BONYOKAN, KECAMATAN JATINOM, KABUPATEN KLATEN. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(1), 107-116.

Arianto, Z. (2019). Upaya Pemerintahan Joko Widodo dalam Mendorong Implementasi Sustainable Development Goals di Indonesia.