

**Pemaksimalan Branding Usaha Melalui Pemahaman Pentingnya Identitas Usaha Bagi Pelaku UMKM di Jorong Uba, Kecamatan Tiltang Kamang**  
*Maximizing Business Branding Through Understanding the Importance of Business Identity for MSMEs in Jorong Uba, Tiltang Kamang District*

**Yani Maila Santi<sup>1</sup>**  
UPN Veteran Jawa Timur  
[ym36767@gmail.com](mailto:ym36767@gmail.com)

**Indah Respati Kusumasari<sup>2</sup>**  
UPN Veteran Jawa Timur  
[indah\\_respati.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:indah_respati.adbis@upnjatim.ac.id)

Korespondensi penulis : [ym36767@gmail.com](mailto:ym36767@gmail.com)

**Abstract :** *Business identity is an important component for business progress. Many micro MSME actors underestimate the existence of a business identity. The existence of a business identity, indirectly the customer's business has a characteristic or differentiator with similar competitors' business products. In addition, having a business identity can indirectly promote and introduce products widely more quickly. During this assistance, micro, small and medium businesses are given knowledge about the importance of business identity and how to have a good and attractive business identity. This mentoring activity lasts for about 4 months and aims to develop micro businesses so that they can progress and develop. This activity was carried out in Jorong Uba, Tiltang Kamang District, the participants consisted of 2 people and 1 mentor who was experienced in their field. This series of mentoring activities will close with practice and creation of business identities for micro, small and medium businesses in Jorong Uba, Tiltang Kamang District.*

**Keywords:** *MSME, Business Identity, Business Players, Branding*

**Abstrak :** Identitas usaha merupakan salah satu komponen penting untuk kemajuan usaha. Banyak dari pelaku UMKM mikro yang menyepelekan adanya identitas usaha. Adanya identitas usaha, secara tidak langsung usaha nasabah memiliki ciri khas atau pembeda dengan produk usaha pesaing yang sejenis. Selain itu, dengan adanya identitas usaha secara tidak langsung dapat mempromosikan dan memperkenalkan produk secara luas dengan lebih cepat. Selama pendampingan ini, para pelaku umkm mikro diberikan pengetahuan mengenai pentingnya identitas usaha dan bagaimana identitas usaha yang baik dan menarik. Kegiatan pendampingan ini berlangsung selama sekitar 4 bulan dan bertujuan untuk mengembangkan usaha mikro agar semakin maju dan berkembang. Kegiatan ini dilakukan di Jorong Uba, Kecamatan Tiltang Kamang yang pesertanya terdiri dari 2 orang dan 1 mentor yang sudah berpengalaman dibidangnya. Rangkaian kegiatan pendampingan ini akan ditutup dengan praktik serta pembuatan identitas usaha bagi pelaku umkm mikro di Jorong Uba, Kecamatan Tiltang Kamang.

**Kata Kunci :** *UMKM, Identitas Usaha, Pelaku Usaha, Branding*

## PENDAHULUAN

Keberadaan UMKM merupakan salah satu pembangkit ekonomi dan sumber pencaharian bagi kesejahteraan ekonomi masyarakat. Kekayaan sumber daya alam bangsa Indonesia yang mendukung, membuat potensi kehadiran umkm sangat tinggi. Dalam peraturan perundang-undangan (UU Nomor 20 Tahun 2008) dijelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif. Kelompok usaha kecil dan menengah merupakan kelompok usaha yang tergabung dalam UMKM dan cukup berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia karena jumlahnya yang besar. Pelaku usaha merupakan orang atau badan yang menjalankan dan mengelola suatu usaha.

Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM sudah mencapai 64,19 juta dengan kontribusi PDB sebesar 61,97% atau senilai dengan 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Nandita et al., 2019). Sehingga perlu adanya perhatian khusus pada pelaku umkm. Pada pelaksanaannya umkm tidak luput dari adanya permasalahan dalam proses perkembangannya. Permasalahan tersebut diantaranya adalah : 1) Kurangnya wawasan pelaku usaha mengenai pentingnya memiliki identitas usaha, 2) Kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam membuat identitas usaha, dan 3) Tidak maksimalnya usaha branding umkm karena belum memiliki identitas usaha.

Identitas usaha merupakan salah satu komponen penting dalam peningkatan dan perkembangan usaha. Identitas usaha dapat berupa logo, label, brosur ataupun spanduk yang berisi atau mencerminkan produk atau jenis usaha. Selain itu, identitas usaha juga merupakan salah satu bentuk branding dari umkm agar produk dari usahanya dapat dikenal oleh masyarakat. Branding merupakan upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperluas dan memperkenalkan produknya secara luas. Dengan begitu secara tidak langsung identitas usaha dapat menjadi alternatif dalam melakukan branding dan menjadi pembeda dengan produk usaha pesaing.

Berdasarkan pengamatan tersebut tujuan dari adanya kegiatan ini adalah untuk membantu memberikan pendampingan kepada para pelaku umkm yang belum memiliki identitas usaha. Kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi kepada pelaku umkm akan pentingnya identitas usaha supaya bisa berkembang. Harapannya setelah diadakan pendampingan ini para pelaku umkm akan mengetahui dan paham mengenai pentingnya memiliki identitas usaha agar semakin berkembang. Output dari pendampingan ini nantinya

para pelaku umkm akan dibuatkan identitas usaha baik berupa logo, label, spanduk ataupun brosur yang disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku umkm.

## **METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama 4 bulan. Fokus dari kegiatan ini adalah untuk mengembangkan serta meningkatkan branding dari umkm di Jorong Uba, Tilatang Kamang. Sasaran dari kegiatan ini adalah pelaku umkm yang masih dalam proses perkembangan di Jorong Uba, Tilatang Kamang. Kegiatan yang dilakukan berupa pendampingan kepada pelaku umkm dengan memberikan video mengenai identitas usaha dan praktik yang outputnya pelaku umkm akan memiliki identitas usaha sebagai salah satu cara untuk meningkatkan branding usaha.

Metode pelaksanaan dari kegiatan ini adalah dengan menggunakan metode PALS (*Participatory Action Learning System*), dimana pelibatan pelaku usaha dalam proses pembelajaran aktif berpartisipasi dalam upaya meningkatkan branding melalui pemahaman mengenai pentingnya identitas usaha. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini dilakukan dalam tiga tahapan. Tahap pertama dilakukan survey dan observasi untuk menentukan atau memetakan kebutuhan umkm. Tahap kedua dilakukan pendampingan dengan memberikan materi dan pemahaman mengenai pentingnya identitas usaha. Tahap ketiga atau terakhir adalah praktik atau penerapan dengan membuat identitas usaha pada umkm di Jorong Uba, Kecamatan Tilatang Kamang.

## **HASIL**

Dari hasil survey dan observasi yang dilakukan, permasalahan yang seringkali ada pada pelaku umkm di Jorong Uba, Kecamatan Tilatang Kamang ini adalah kurangnya branding karena belum adanya identitas usaha. Dengan begitu, solusi yang diberikan adalah dengan memberikan pendampingan kepada pelaku umkm mengenai pentingnya identitas usaha yang outputnya para pelaku umkm akan memiliki identitas usaha agar branding produk mereka menjadi meningkat.

Pelaku UMKM seringkali kurang memahami pentingnya identitas usaha sebagai salah satu upaya branding usaha mereka. Dengan begitu dilakukan kegiatan pendampingan untuk membantu para pelaku umkm membuat identitas usaha. Hasil dari kegiatan pendampingan ini adalah umkm yang ada di Jorong Uba ini memiliki identitas usaha. Untuk mencapai hasil tersebut dilakukan beberapa rangkaian kegiatan, diantaranya :

a. Pelatihan dan pemberian materi kepada pelaku umkm

Pelatihan merupakan kegiatan pemberian materi dan pemberian pemahaman akan pentingnya identitas usaha. Hal tersebut bertujuan untuk mengembangkan keterampilan para pelaku umkm. Pada kegiatan ini pelaku umkm dilatih untuk bisa membuat identitas usaha yang menarik agar dapat membantu memaksimalkan branding usaha.

Identitas usaha adalah tanda pengenal dari produk usaha yang menjadi ciri khas atau pembeda dan pengenal bagi konsumen. Identitas usaha berisi tentang detail produk usaha, seperti komposisi, alamat usaha, nomor hp pelaku usaha, izin usaha (jika ada). Bentuk dari identitas usaha bisa berupa label usaha, spanduk ataupun brosur. Manfaat dari adanya identitas usaha sendiri adalah agar usaha dapat dikenal oleh banyak orang, agar usaha mudah di ingat oleh konsumen dan usaha nasabah memiliki tanda pengenal dan ciri khas yang menjadi pembeda produk usaha dengan produk usaha yang sejenis.

Identitas usaha juga menjadi salah satu upaya memaksimalkan branding usaha. Branding merupakan upaya perusahaan dengan memberikan desain atau simbol yang dapat menggambarkan dan mengiklankan produk dari usahanya. Branding bertujuan untuk membentuk persepsi masyarakat dan membangun rasa percaya masyarakat terhadap produk usaha. Dengan adanya branding akan membantu memperluas cakupan pasar dan secara tidak langsung menaikkan penjualan produk.

b. Pendampingan kepada pelaku umkm

Pendampingan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pendamping untuk membantu dan mengawasi seseorang atau sekelompok orang yang telah melakukan pelatihan. Kegiatan ini bertujuan untuk memantau hasil dari pelatihan yang telah diberikan. Dari penjelasan kegiatan diatas dilakukanlah pelatihan mengenai pentingnya identitas usaha sebagai upaya branding kepada beberapa pelaku umkm di Jorong Uba, Kecamatan Tilatang Kamang. Pendampingan dilakukan pada Bu Gusniati sebagai pelaku usaha jualan sambal, Bu Ermida sebagai pelaku usaha kerupuk ubi dan Bu Suwarti sebagai pelaku usaha warung. Kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah :

1) Melakukan pembuatan nama usaha

Sebelumnya ketiga umkm tersebut belum memiliki nama usaha, sehingga para konsumen hanya mengetahui jenis produk yang dijual dan

produk tidak memiliki ciri khas atau pembeda dengan produk pesaing. Pada UMKM sambal Bu Gusniati diberi nama “Sambal Uni Gus”, UMKM kerupuk ubi bu Ermida diberi nama “Usaha Kerupuk Anjaya” dan pada UMKM warung Bu Nurlela diberi nama “Warung Bu Nur”.

2) Pengimplementasian identitas usaha

Setelah dilakukan pembuatan nama usaha, UMKM tersebut akan mengimplementasikan nama usaha menjadi identitas usaha. Pengimplementasian tersebut dapat berupa spanduk ataupun label. Pada UMKM Bu Gusniati dan bu Nurlela pengimplementasiannya berupa spanduk, sedangkan pada UMKM Bu Ermida pengimplpementasiannya berupa stiker atau label.

3) Pemaksimalan branding usaha

Kegiatan ini dilakukan selain dengan membuat spanduk dan label usaha sebagai bentuk identitas usaha, dilakukan pula promosi atau pemasaran produk di *marketplace facebook*. Produk tersebut di promosikan melalui akun *facebook* pribadi pelaku usaha yang di posting di *marketplace* yang tersedia di *facebook*. Harapannya dengan adanya branding usaha dan promosi di *marketplace* permintaan dari produk umkm akan meningkat dan secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan ekonomi para pelaku UMKM.



**Gambar 1. Pelatihan dan Pendampingan Kepada Pelaku UMKM**



**Gambar 2. Implementasi Identitas Usaha Pelaku UMKM**

Kegiatan ini dilakukan secara individu dan langsung berkunjung ke rumah atau lokasi pelaku umkm. Tujuannya agar pelaku umkm bisa lebih fokus dan paham terhadap materi yang disampaikan secara privat. Kegiatan pendampingan ini dilakukan sebanyak 4 kali pertemuan hingga mendapatkan hasil atau output berupa implementasi identitas usaha.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan dari kegiatan diatas dapat disimpulkan bahwa para pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah pelaku umkm yang masih belum memiliki identitas usaha dan belum memahami akan pentingnya identitas usaha. Para pelaku umkm ini adalah pelaku usaha yang terpilih dari sekian banyaknya pelaku umkm yang ada di Jorong Uba, Kecamatan Tilatang Kamang melalui observasi yang dilakukan diawal. Pelaku umkm yang mengikuti kegiatan ini dinilai memiliki potensi untuk berkembang menjadi lebih luas setelah adanya pelatihan dan pendampingan mengenai pentingnya identitas usaha ini.

Identitas usaha merupakan tanda pengenal dari produk usaha yang menjadi ciri khas atau pembeda dan pengenal bagi konsumen. Bentuk dari identitas usaha bisa berupa label usaha, spanduk ataupun brosur. Dengan adanya identitas usaha pelaku UMKM dapat memaksimalkan branding produknya dan secara tidak langsung dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan pelaku UMKM. Branding sendiri merupakan upaya perusahaan dengan memberikan desain atau simbol yang dapat menggambarkan dan mengiklankan produk dari usahanya. Branding bertujuan untuk membentuk persepsi masyarakat dan membangun rasa percaya masyarakat terhadap produk usaha.

Setelah dilaksanakannya kegiatan pendampingan dan pelatihan mengenai pentingnya identitas usaha sebagai upaya pemaksimalan branding ini, dapat dilihat bahwa para pelaku UMKM tersebut sudah paham dan mengerti bagaimana pentingnya identitas usaha dalam menjalankan UMKM. Selain itu, para pelaku UMKM tersebut sudah bisa mengimplementasikan identitas usaha pada UMKM nya baik berupa spanduk ataupun label. Oleh karena itu, kegiatan ini dapat memberikan dampak positif serta kemajuan bagi pelaku UMKM yang ada di Jorong Uba, Kecamatan Tiltang Kamang yang secara tidak langsung akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmalia, A., & Azzahra, C. A. (2022). Daya Saing UMKM Emping Melinjo Melalui Pelatihan Pencatatan Keuangan dan Pembuatan Papan Identitas Usaha. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1701–1710.  
<http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/btj/article/view/6339>
- Damhudi, Dedi, dkk. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Sebagai Kemampuan Dasar Melakukan Usaha Bagi UMKM Tangerang. *Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 148-147.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan branding dan packaging UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1), 32–36
- Lucky, M. (2020). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–93. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1021/807>
- Moestopo, U. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan Muhammad Saifulloh. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28–33.  
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Putra, R. O. P. (2022). Pentingnya Branding Dan Inovasi Produk Untuk Pengembangan Bisnis Olahan Tempe Pada Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 1.  
<https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31412>
- Srijani, K. N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), 191. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>

- Suhartini, D. (2022). KOTA SERANG MEMBUAT LOGO DALAM RANGKA MEMBANGUN IDENTITAS dokumenter . Logo yang telah dirancang telah diaplikasikan oleh mitra . Pembuatan logo ini disambut baik oleh mitra karena dengan adanya logo ini diharapkan produk mereka akan lebih dikenal masyara. *Jurnal Pengabdian Vokasi, 1(1)*, 11–16.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *UndangUndang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1.*
- Purwasasmita, M. (2019). Strategi pendampingan dalam peningkatan belajar masyarakat. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699