

PENGUATAN BRANDING BERBASIS DIGITAL PADA UMKM MAYESTY CAKE & COOKIES DI KABUPATEN BANDUNG BARAT

Yanti Purwanti/yanti.purwanti@unpas.ac.id
Andry Muhamad ramdan/andrymoch@unpas.ac.id

ABSTRAK

Majesty Cake & Cookies sebagai objek kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, saat ini menghadapi permasalahan tentang manajemen usaha. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan kepada Ibu Puteri, Pemilik UMKM Majesty Cake and Cookies, permasalahan yang dihadapinya adalah, minimnya modal, keterbatasan peralatan, area produksi yang terbatas, keterbatasan mitra dalam hal penguasaan teknologi dan pemasaran yang hanya mengandalkan papan nama/plang, aplikasi Whatsapp dan instgram, dan belum terkelola secara maksimal

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk terbukanya sharing ilmu dan pendampingan kepada pelaku usaha mikro Majesty Cake & Cookies mengenai manajemen bisnis berbasis digital. Melalui kegiatan PKM ini, kami mencoba memberikan alternatif solusi yang dapat memecahkan permasalahan mitra, yakni branding yang terkait dengan penguasaan teknologi. Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan mitra dalam hal penguasaan teknologi dapat memecahkan permasalahan penguasaan teknologi dalam memperbaiki teknik pemasarannya. Keterbatasan sumberdaya manusia dalam hal ini mitra tidak menguasai teknologi digital dalam mengelola usahanya menjadi titik poin perhatian kami. Pada aspek pemasaran, kami menawarkan solusi kepada mitra untuk melakukan pemasaran berbasis digital, sehingga informasi dapat lebih luas lagi menjangkau para calon konsumen. Solusi lainnya terkait fasilitasi peralatan produksi. Namun sebelumnya, mitra harus memiliki pengetahuan tentang branding , sehingga Branding menjadi syarat untuk melakukan perluasan pasar berbasis digital.

Luaran dari kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat ini antara lain 1). terpenuhinya kebutuhan kemasan dan bahan baku yang diperlukan pelaku usaha, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar terutama menjelang idul fitri 1445 H, 2). Penguatan branding melalui kemasan dan logo pada kemasan dan media promosi yang digunakan, 3). Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang digital marketing bagi pelaku usaha, 4). Peningkatan penjualan melalui pemasaran digital khususnya bulan Maret s.d Juli 2024.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Branding

ABSTRACT

Majesty Cake & Cookies, as an object of Community Service activities, is currently facing problems regarding business management. Based on an interview we conducted with Mrs. Puteri, Owner of Majesty Cake and Cookies UMKM, the problems it faces are, lack of capital, limited equipment, limited production area, limited partners in terms of mastery of technology and marketing which only relies on signboards, Whatsapp and Instagram applications, and has not been managed optimally.

This community service activity aims to open knowledge sharing and assistance to Majesty Cake & Cookies micro business actors regarding digital-based business management. Through this PKM activity, we try to provide alternative solutions that can solve partner problems, namely branding related to mastery of technology. Increasing partners' knowledge and skills in terms of mastering technology can solve the problem of mastering technology in improving marketing techniques. Limited human resources, in this case partners not mastering digital technology in managing their business, is our point of concern. In the marketing aspect, we offer solutions to partners to carry out digital-based marketing, so that information can reach potential consumers more widely. Another solution is related to facilitating production equipment. However, beforehand, partners must have knowledge about branding, so that branding becomes a requirement for expanding digital markets.

The outputs of this community service activity include 1). meeting the needs for packaging and raw materials needed by business actors, so that they are able to meet market demand, especially ahead of Eid al-Fitr 1445 H, 2). Strengthening branding through packaging and logos on packaging and promotional media used, 3). Increased knowledge and understanding of digital marketing for business actors, 4). Increase sales through digital marketing, especially from March to July 2024

Keywords: Digital Marketing, Branding

I. PENDAHULUAN

UMKM Majesty Cake and Cookies, sudah beroperasi selama kurang lebih 10 tahun, yaitu berdiri pada tahun 2015, beralamat di Jalan Cihanjuang Rahayu Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. Pemilik bernama Ibu Puteri yang merupakan lulusan SMK Aktripa Bandung jurusan Tata Boga. . UMKM Majesty Cake and Cookies merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dengan menyediakan aneka kue kering seperti nastar, keju, kacang, almond, puteri salju, dan lain lain serta menerima pesanan kue ulang tahun, pernikahan, dan acara lainnya. Saat ini UMKM berjalan sesuai pesanan dari konsumen atau pelanggan, baik di sekitar temat usaha maupun daerah lain. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah minimnya modal, keterbatasan peralatan, area produksi yang terbatas, keterbatasan mitra dalam hal penguasaan teknologi dan pemasaran juga belum terkelola dengan maksimal, meskipun telah memasang plang, menggunakan Instagram dan Whatsapp.

Pada awal melakukan produksi, UMKM Majesty Cake and Cookies pernah menerima pesanan dan memproduksi 200 toples kue kering dan berbagai pesanan cake ulang tahun dan pernikahan. Menurut Ibu Puteri (Owner), masing-masing pesanan saat itu dilakukan secara offline maupun online. Proses produksi UMKM Majesty Cake and Cookies tidak berbeda jauh dengan usaha kuliner lainnya dimana untuk memproduksi dilakukan pembelian bahan baku untuk

diolah dari proses pembuatan awal, proses penyelesaian atau finishing kue dan packing hingga sampai ke tangan konsumen. Waktu pelayanan hanya dilakukan setiap enam hari dalam seminggu mulai dari jam 07.00 s/d 18.00.

Berikut media instagram dan hasil produksi dari UMKM Mayesty Cake & Cookies pada gambar 1.1. sebagai berikut :



Gambar 1.1. Media Instagram dan hasil Produksi Mayesty Cake & Cookies

Setiap pemesanan online diberlakukan sistem Pre-Order dimana pesanan akan dibuat sesuai waktu pesanan , dan rata rata dilakukan H-5. Sistem pesan online menggunakan aplikasi Whtasapp. Terkait manajemen usaha, struktur organisasi UMKM Faujih Cake and Cookies belum memilikinya karena usaha ini merupakan usaha rumahan Dimana pegawai adalah dari keluarga yang di minta bantuan pada saat ada pesanan., sebanyak 6 orang pegawai.

Permasalahan Mitra

1. Modal yang masih minim, dimana mitra masih mengandalkan pemasaran dengan metode pre-order.
2. Keterbatasan peralatan, terutama kemasan. dan label produk, sebagai identitas dan branding usaha yang belum jelas.
3. Area produksi yang terbatas, yaitu hanya mengandalkan dapur yang menyatu dengan kegiatan masak sehari-hari dan menggunakan lahan runga kelyarga dalam kegiatan produksinya.
4. Keterbatasan mitra dalam hal penguasaan teknologi pemasaran yaitu digital marketing, yaitu belum ada sumber daya manusia yang secara khusus mennagani/operator dalam pemasaran digitalnya.
5. Pemasaran baru melalui aplikasi sosial media yakni Whatsapp dan Instagram yang belum terkelola baik, yaitu hanya dilakukan oleh pemilik langsung dan belum konsisten pengyunaannya.

Solusi

Permasalahan mitra yang menjadi prioritas dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ditentukan berdasarkan kesepakatan dengan mitra, yang paling urgent atau mendesak serta memiliki kontribusi yang besar dalam meningkatkan daya saing usaha mitra. Karenanya, kami kemudian sepakat untuk menetapkan prioritas kegiatan kami pada:

1. Solusi terkait kebutuhan kemasan produk, seperti kemasan dus, toples juga stiker.

2. Solusi terkait keterbatasan penguasaan teknologi, yang memudahkan kegiatan pemasaran. Dengan melakukan branding yang pada dasarnya menjadi hal paling pokok dapat ditangani sebelum mitra melakukan ekspansi pemasaran berbasis digital. Karenanya branding sebaiknya diselesaikan lebih dahulu, baru kemudian langkah-langkah untuk melakukan teknik pemasaran berbasis digital.
3. Solusi terkait peningkatan kegiatan pemasaran melalui media sosial, agar dapat dikelola dengan efektif.

II. METODE

2.1. Tahapan kegiatan

Persiapan Program Kemitraan Masyarakat, meliputi :

- a. Menyusun rencana operasional kegiatan secara matang
- b. Melakukan rapat koordinasi tim pelaksana
- c. Menyiapkan instruktur atau pendamping
- d. Menyiapkan kelompok usaha (mitra)
- e. Menyusun jadwal kegiatan program kemitraan masyarakat

2.2. Metode Pelaksanaan PKM

Dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini, Tim menetapkan beberapa metode.

Adapun metode yang dilaksanakan akan melalui beberapa metode diantaranya: Pelatihan (Ceramah, Diskusi, Demonstrasi, Praktek langsung dan Observasi). Bimbingan Teknis (Bimteks) dan Pendampingan usaha, serta fasilitasi.

Berikut penjelasan dari masing – masing metode ipteks yang akan diterapkan:

a. Pelatihan

1. Pelatihan berupa pengelolaan kegiatan pemasaran digital melalui media social Instagram dan Whaatup.
2. Pelatihan tentang pentingnya branding dalam kaitannya dengan pemasaran berbasis digital.

b. Fasilitasi

Dalam hal ini memberikan fasilitasi atas kebutuhan mitra yaitu bahan baku, kemasan dan label.

c. Bimbingan Teknis (Bimteks)

Bimbingan teknis (Bimtek) merupakan kegiatan yang dilaksanakan setelah kegiatan pelatihan (*training*) dilaksanakan. Kegiatan bimbingan teknis ini diberikan kepada mitra . Tujuan dari bimbingan teknis ini mitra dapat menerapkan hasil dari pelatihan dengan bimbingan dan arahan secara teknis dari *trainer* (pembimbing).

d. Pendampingan

Metode pendampingan usaha di laksanakan setelah pelaksanaan bimbingan teknis. Pendampingan usaha ini ditujukan agar mitra dapat menerapkan atau mengimplementasikan berbagai aspek dengan di dampingi oleh trainer, sehingga tujuan dari peneraman manajemen bisnis berbasis digital.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. HASIL KEGIATAN

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat program kepakar internal ini, tim melakukan wawancara dengan mitra, untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra dan sasaran yang ingin mitra capai dalam pengembangan usaha makanan cake dan cookies pada UMKM Mayesty di Kabupaten Bandung Barat.

UMKM Mayesty cake and Cookies saat ini menjalankan usaha dengan sistem Pre Order, yang dilakukan pemesanan H-5 baik untuk pesanan cake maupun cookies. Pemesanan Cookies tidak hanya pada saat menjelang hari raya, melainkan pesanan di luar hari Raya Idul Fitri, juga pesanan cake khususnya untuk acara ulang tahun, pernikahan,

Berdasarkan permasalahan prioritas dan juga Solusi yang telah disepakati Tim pelaksana dengan mitra yaitu UMKM Mayesty Cake and Cookies, pada Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat, telah dilaksanakan beberapa Langkah Solusi melalui uraian kegiatan kegiatan berikut ini.

1. Pelaksanaan Kegiatan produksi

Sesuai permasalahan yang dihadapi mitra saat ini yaitu UMKM Mayesty Cake and Cookies di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat, adanya keterbatasan mitra dalam hal modal terutama untuk memenuhi belanja bahan baku dan kemasan. Permasalahan bahan baku tersebut, mitra belum mampu menstok kebutuhan bahan baku seperti terigu, mentega, untuk memenuhi pesanan. Hal ini berdampak pada bahwa pesanan hanya bisa dilakukan dalam jangka waktu H-5.

Untuk itu salah satu upami yang dilakukan dalam pengabdian kepada Masyarakat ini di lakukan a. fasilitasi atau bantuan bahan baku dan kemasan/toples.

Fasilitasi ini dapat mengantisipasi sehingga jangka waktu pemesanan dapat dilakukan pada H-2 atau H-3, serta ketersediaan kemasan/toples tersedia secara memadai pada saat pesanan di terima.



Gambar 1. Pemberian Fasilitas/bantuan bahan baku (24 Pebruari 2024)



Gambar 2. Pemberian bantuan kemasan /toples (25 Maret 2024)



Gambar 3. Ruang Produksi dan bahan



Gambar 4. Hasil Produksi

2. Pelaksanaan Digital marketing

Berdasarkan permasalahan mitra yang lainnya adalah terkait pelaksanaan pemasaran digital. Saat ini UMKM Mayesty Cake and Cookies, telah melaksanakan pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram dan WhaatUp. Disamping itu UMKM Mayesty Cake and Cookies telah memiliki atau memasang plang sebagai identitas dan Lokasi untuk memeudahkan informasi bagi konsumen.

Dalam hal ini Tim telah memberikan pelatihan dan pendampingan dalam mengelola pemasaran digital, khususnya melalui media sosial Instagram dan Whaatup, sehingga dapat terkelola secara konsisten, yang meliputi :

- a. Pelatihan Strategi Branding melalui Digitl Marketing Bagi Mitra (UMKM Mayesty Cake and Cookies) dan Pelaku Usaha di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat pada

pada hari sabtu Tanggal 18 Mei 2024, yang bertempat di kantor desas Karya wangi kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat.

Dalam pelatihan ini tidak hanya pengetahuan, konsep atau teori, tim memberikan praktek atau simulasi bagaimana melakukan pemasaran berbasis media sosial.



Gambar Kegiatan Pelatihan yang dihadiri Mitra dengan narasumber Anggota Tim Bapak Andry Muhamad Ramdan ., S.Ikom., MBA

b. Pendampingan Pengelolaan Digital Marketing melalui media sosial Instagram dan Whaatup

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pelatihan Strategi Branding melalui Digital Marketing Bagi Mitra dan sesuai permasalahan dan Solusi yang telah disepakati, tim melakukan pendampingan kepada mitra yaitu kepada salah satu karyawan yang akan ditugaskan owner sebagai admin atau operator pemasaran via media sosial yaitu Instagram mayesty cake and Cookies di Kabupaten Bandung Barat



Gambar. Tim Bersama Perwakilan Mitra/Pegawai yang ditugaskan mengelola Media sosial Instagram Mayesty cake and Cookies

5.2. LUARAN YANG DICAPAI

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan Tim pada UKM Mitra Mayesty Cake and Cookies di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat, adapun luaran yang telah di capai meliputi :

1. Terpenuhinya kebutuhan kemasan dan bahan baku yang diperlukan pelaku usaha, sehingga mampu memenuhi permintaan pasar terutama menjelang idul fitri 1445 H,
2. Penguatan branding melalui kemasan dan logo pada kemasan dan media promosi yang digunakan,
3. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang digital marketing bagi pelaku usaha,
4. Peningkatan penjualan melalui pemasaran digital khususnya bulan Maret s.d Juli 2024.

Adapun luaran lainnya yaitu :

1. Luaran wajib dalam kegiatan ini adalah membuat Video kegiatan
2. Publikasi Ilmiah/ artikel jurnal
3. Publikasi di media massa .

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat, tim dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Kegiatan pengabdian Masyarakat merupakan salah satu bentuk pemberdayaan Masyarakat yaitu pelaku usaha dalam meningkatkan usaha dan pendapatannya.
2. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mampu memberikan Solusi atas permasalahan yang dihadapi UMKM, khususnya UKMK Mayesty cake and Cookies menjadi Usaha yang maju dan berkelanjutan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Ibu Puteri sebagai Owner Mayesty Cake and Cookies di Kecamatan Parongpong kabupaten Bandung Barat.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS: National Conference of Islamic Natural Science*, 1(1), 77–88.
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., & Winarsi, E. (2020). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi_Strategi Digital Marketing Bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16(1), 32–41.
- Vriyanti, S. (2021). Strategi Bertahan Bisnis di Tengah Pandemi Covid-19 dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi pada UKM yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabalong).
- Sagita, G. & Wijaya, Z.R. 2022. Penerapan Sistem Bisnis Berbasis Digital Marketing dengan Pendekatan Quality Function Development dalam Mendukung UMKM Kota Batam.
- Saifuddin, M. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando.

<https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/PengabdianUMRI/article/view/3535>
<https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/PengabdianUMRI/article/view/3535>