

---

**PENERAPAN BRANDING PRODUK UNTUK MENINGKATKAN  
PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA NGAMPEL KHUSUSNYA PELAKU  
UMKM**

<sup>1</sup>Andi Rahmad Rahim, <sup>2</sup>Ernawati, <sup>3</sup>Sukaris, <sup>4</sup>Noor Amirrudin, <sup>5</sup>Pujianto Nur Romadlon,  
<sup>6</sup>Muhammad Faris Kamaaluddin

<sup>1</sup>Dosen Program Studi Budidaya Perikanan, Universitas Muhammadiyah Gresik

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Ilmu Keperawatan, Universitas Muhammadiyah Gresik<sup>1</sup>

<sup>3</sup>Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik

<sup>4</sup>Dosen Program Pendidikan Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Gresik

<sup>5,6</sup>Mahasiswa, Universitas Muhammadiyah Gresik.

Email [amir@umg.ac.id](mailto:amir@umg.ac.id) , [pujiantonurromadhon13@gmail.com](mailto:pujiantonurromadhon13@gmail.com)

**ABSTRAK**

Desa Ngampel terletak di wilayah Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik. Desa Ngampel terdiri atas 8 rukun tetangga dan 3 rukun warga. Di desa Ngampel terdapat satu dusun yakni Dusun Mulyorejo. Banyak masyarakat Desa Ngampel yang mempunyai Usaha Mikro Kecil Menengah terutama pada bidang makanan. Namun, Usaha Mikro Kecil Menengah itu masih belum banyak diketahui oleh masyarakat luar Desa Ngampel. Hal itu membuat pelaku UMKM sedikit kesulitan dalam mengembangkan usahanya lebih luas lagi. Oleh karena itu penulis mengadakan sosialisasi branding produk. Metode yang digunakan adalah observasi dan *survey*. Hasil dari kegiatan ini adalah adanya antusias warga ketika mengikuti sosialisasi branding yang bisa dilihat dari semangat mereka ketika bertanya perihal bagaimana cara agar promosi yang dilakukan itu berhasil. Kesimpulannya adalah masyarakat memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya dari Desa Ngampel sendiri. Namun mereka belum tau harus memulai dari mana sehingga ketika membuat sebuah usaha hanya sekedar mendirikan tanpa didukung oleh adanya sebuah merk.

**Kata kunci :** *Usaha Mikro Kecil Menengah, Branding*

## **1. PENDAHULUAN**

Ngampel adalah desa yang berada di kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik, Jawa Timur, Indonesia dengan luas wilayah 1.191,25 km<sup>2</sup>. Sebagaimana desa-desa yang berada di bantaran Bengawan Solo, Ngampel rawan banjir. Ngampel terdiri atas 8 rukun tetangga dan 3 rukun warga. Di desa Ngampel terdapat satu dusun yakni Dusun Mulyorejo, disana terdapat dua Rt yakni RT 7 dan 8. Di Desa Ngampel terdapat +-2500 jiwa dan 300 rumah warga. Desa Ngampel pada bagian utara berbatasan kecamatan Bungah, bagian timur berbatasan dengan Desa Sembayat, bagian selatan berbatasan dengan Desa Gumeno, dan bagian barat berbatasan

dengan Desa Gumeno dan Pejanggaran. Mata pencaharian masyarakat desa Ngampel rata-rata adalah dengan membuka sebuah Usaha Mikro Kecil Menengah.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu badan usaha milik warga negara Indonesia, baik perseorangan maupun berbadan hukum yang memiliki kekayaan bersih. Menurut Departemen Industri dan Perdagangan, usaha kecil merupakan bagian dari industri dan dagang kecil yang merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun satu badan, bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak rp. 200 juta dan mempunyai nilai penjualan rp. 1 milyar atau kurang pertahunnya. Banyak masyarakat Desa Ngampel yang mempunyai Usaha Mikro Kecil Menengah terutama pada bidang makanan. Namun, Usaha Mikro Kecil Menengah itu masih belum banyak diketahui oleh masyarakat luar Desa Ngampel. Dalam artian, sasaran usaha yang didirikan adalah masyarakat Desa Ngampel sendiri. Hal itu membuat pelaku UMKM sedikit kesulitan dalam mengembangkan usahanya lebih luas lagi.

Mengembangkan sebuah usaha diperlukan adanya sebuah keterampilan, baik keterampilan dalam hal promosi maupun keterampilan dalam membuat sebuah inovasi baru. Banyaknya pelaku UMKM Desa Ngampel tidak diimbangi dengan adanya sebuah *brand* atau merk yang menjadi identitas sebuah usaha agar lebih diingat oleh para konsumen. Padahal dengan adanya merk dapat membuat produk tersebut menarik. Apalagi nama merk yang dibuat mengandung unsur yang menarik untuk dibeli. Melihat kondisi pelaku UMKM Desa Ngampel tersebut, penulis ingin mengarahkan dan memberikan ilmu serta wawasan baru mengenai pentingnya *brand* atau merk dalam sebuah produk.

Branding adalah sebuah pencitraan dimana suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen. Tujuan utama dari suatu branding adalah untuk mengenalkan brand perusahaan. Selain itu, branding juga bertujuan untuk membangun citra positif dan reputasi perusahaan agar selalu bagus di mata konsumen. Pencitraan yang dilakukan perusahaan ini dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Bisa dikatakan bahwa branding cenderung untuk selalu menarik konsumen agar kembali lagi ke suatu produk yang dipasarkan perusahaan. Umumnya, branding dilakukan oleh perusahaan baru yang namanya belum terlalu dikenal masyarakat.

Tujuan diadakan Branding Produk didesa Ngampel adalah sebagai sarana pemberian edukasi serta ilmu mengenai pentingnya sebuah merk ketika menjual suatu produk. Serta mengenalkan media apa saja yang digunakan untuk promosi produk tersebut agar pemasarannya lebih luas. Karena hanya sedikit saja UMKM Desa Ngampel yang menerapkan hal itu.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan sosialisasi mengenai branding produk agar masyarakat lebih menyadari dan percaya diri akan adanya peluang yang begitu besar dari Branding Produk tersebut, sehingga usaha yang di rintis oleh masyarakat dapat berkembang seperti yang di harapkan. Penulis mengambil judul “Penerapan Branding Produk Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Ngampel Khususnya Pelaku Umkm”.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

### **1. Persiapan.**

Pada tahap persiapan, penulis melakukan observasi secara langsung di lingkungan masyarakat dengan mencari data-data masyarakat desa Ngampel yang mempunyai Usaha Mikro Kecil Menengah baik berupa usaha produk maupun jasa tetapi belum mempunyai *brand* atau merk yang menunjang usahanya. Karena sebuah *brand* atau merk sangatlah dibutuhkan dalam sebuah usaha terutama Usaha Mikro Kecil Menengah agar produknya lebih diingat oleh para konsumen sehingga bisa menyebar luas selain di Desa Ngampel Sendiri.

### **2. Survey Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah**

Langkah selanjutnya setelah melakukan observasi dan mencari data-data pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Ngampel adalah mengunjungi atau *survey* langsung serta melakukan wawancara mengenai jenis usaha serta sudah berapa lama membuka usaha tersebut. Selain bertanya mengenai jenis usaha yang didirikan, penulis juga bertanya apakah selama membuka usaha itu sudah ada *brand* atau merk tersendiri. Penulis juga melakukan dokumentasi produk atau jasa yang dimiliki masyarakat Desa Ngampel.

### 3. Perencanaan Kegiatan

Perencanaan kegiatan yang penulis lakukan untuk menunjang keberhasilan kegiatan ini, antara lain:

- a) Mencari data-data serta melakukan *survey* kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Ngampel.
- b) Berdiskusi untuk menentukan serta membuat *brand* bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Desa Ngampel yang masih belum memiliki nama merk.
- c) Menentukan cara untuk membantu mempromosikan usaha pelaku UMKM. Cara yang dilakukan penulis yakni dengan membuat instagram dan grup *Whatsapp*.
- d) Membuat instagram yang berisikan semua usaha-usaha yang ada di Desa Ngampel.
- e) Membuat pamflet yang berisi nama usaha serta dokumentasi produk pelaku UMKM yang kemudian pamflet tersebut diunggah di instagram.
- f) Menyiapkan perlengkapan dan peralatan yang digunakan untuk kegiatan sosialisasi branding produk.
- g) Melakukan sosialisasi mengenai branding produk kepada pelaku UMKM Desa Ngampel.

### 4. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

No.	Tanggal Pelaksanaan	Kegiatan	Tempat Kegiatan
1.	5 Maret 2022	Mencari data masyarakat Desa Ngampel yang mempunyai UMKM.	Rumah sekretaris desa Ngampel.
2.	6 Maret 2022	Melakukan <i>survey</i> serta dokumentasi UMKM.	Masing-masing rumah pelaku UMKM Desa Ngampel
3.	6 Maret 2022	Membuatkan merk bagi setiap pelaku UMKM yang belum mempunyai merk	Basecamp KKN
4.	18 Maret 2022	Membuat instagram yang bernama "Cucu Dhemank" dan grup <i>Whatsapp</i> yang berisikan pelaku UMKM	Basecamp KKN

5.	18 - 19Maret 2022	Membuat pamflet UMKM dan diunggah ke instagram.	Basecamp KKN
6.	20 Maret 2022	Pembuatan powerpoint yang digunakan untuk sosialisasi branding produk	Basecamp KKN
7.	26 Maret 2022	Pelaksanaan sosialisasi branding produk	Balai Desa Ngampel

### **5. Teknik Pelaksanaan**

Pengimplementasian kegiatan pada tahap ini adalah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat yang memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah mengenai definisi dan pentingnya branding produk serta bagaimana cara pembuatan sosial media berupa instagram yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk. Dalam kegiatan sosialisasi juga dipraktekkan secara langsung pembuatan instagram sehingga masyarakat juga bisa mempraktekkannya dirumah sehingga bisa digunakan sebagai media promosi.

#### **Cara membuat akun instagram pribadi menggunakan nomer HP:**

- Download aplikasi Instagram.
- Buka aplikasi Instagram.
- Pilih Buat Akun.
- Masukkan nama pengguna atau username.
- Klik Selanjutnya.
- Pilih Buat Akun dengan Email atau Nomor Telepon.
- Pilih Nomor Telepon.
- Masukkan nomor telepon aktif.
- Klik Selengkapnya.
- Masukkan nama pengguna. Masukkan Kata Sandi atau password
- Selesaikan langkah selanjutnya.
- Akun Instagram berhasil dibuat.

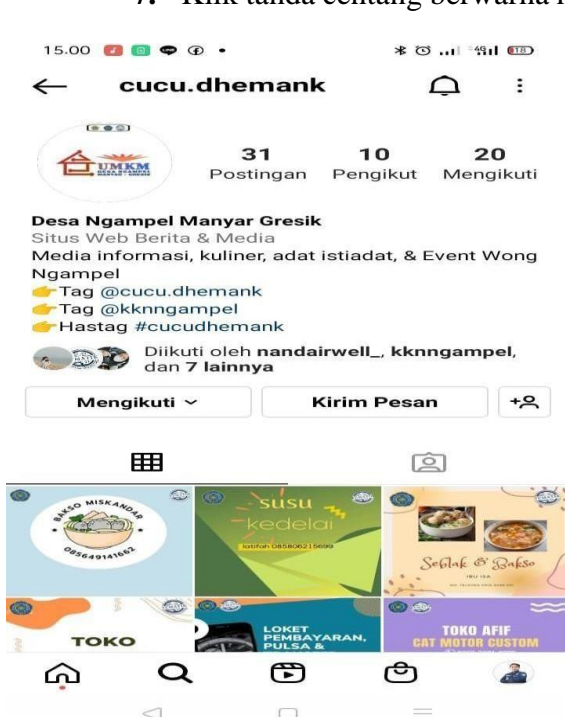
#### **Cara membuat akun instagram bisnis di HP:**

- Ikuti petunjuk pembuatan Instagram Pribadi.
- Buka menu Profil.
- Klik Menu di sudut kanan atas.
- Klik Pengaturan.

- Klik Beralih ke Akun Profesional.
- Klik Akun. Pilih Beralih ke Akun Profesional.
- Klik Lanjutkan.
- Pilih Kategori untuk bisnis.
- Klik OK untuk mengonfirmasi.
- Pilih Bisnis.
- Klik Berikutnya.
- Masukkan detail Kontak.
- Instagram Bisnis berhasil dibuat.

#### Cara membuat grup *whatsapp* :

1. Buka aplikasi WhatsApp
2. Klik pada **Icon Menu** titik tiga
3. Klik **Grup baru**
4. Cari atau pilih kontak yang ingin ditambahkan ke grup
5. Klik tanda **panah hijau**
6. Masukkan nama grup. Ini akan menjadi nama grup yang akan dilihat oleh semua anggota
7. Klik tanda centang berwarna hijau setelah selesai



Gambar 1. Pembuatan Instagram “Cucu Dhemank”



Gambar 2. Pembuatan grup Whatsapp

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan pada tanggal 26 Maret 2022 dengan peserta dari pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah serta ibu-ibu PKK berjalan dengan lancar meskipun ada sedikit kemoloran waktu tetapi tidak membuat peserta sosialisasi jenuh untuk menunggu. Peserta sosialisasi malah terlihat sangat antusias atas adanya kegiatan ini karena mereka dapat ilmu baru mengenai branding produk. Hal ini bisa dilihat dari semangat mereka ketika bertanya perihal bagaimana cara agar promosi yang dilakukan itu berhasil. Pertanyaan-pertanyaan yang dilontarkan pun dijawab tuntas oleh pemateri. Terciptanya sosial media sebagai wadah untuk mempromosikan usahanya juga berjalan dengan lancar. Hal ini terlihat dengan ter-unggahnya pamflet yang berisi usaha-usaha warga Desa Ngampel ke instagram.



**Gambar 3.** Foto Bersama Pelaku UMKM Desa Ngampel



**Gambar 4.** Penyampaian Materi mengenai Branding Produk

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari seluruh rangkaian kegiatan yang sudah berjalan, dapat di simpulkan bahwasanya masyarakat memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya agar bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya dari Desa Ngampel sendiri. Namun mereka belum tau harus memulai dari mana sehingga ketika membuat sebuah usaha hanya sekedar mendirikan tanpa didukung oleh adanya sebuah merk. Oleh karena itu, peran dari mahasiswa sebagai pembawa perubahan perekonomian di masyarakat tentunya tepat sasaran dan sesuai target, dimana dari kegiatan sosialisasi tersebut masyarakat yang awalnya kurang memahami bagaimana mengembangkan sebuah produk agar dapat di kenal luas oleh konsumen, sekarang menjadi paham tahapan dan juga apa saja yang di harapkan oleh konsumen terhadap sebuah produk tersebut.

Dari hasil program kegiatan yang sudah berjalan, kami menyarankan kepada pemerintah desa untuk selalu mendukung semua keinginan masyarakat dalam berusaha mengubah tingkat perekonomian desa, agar desa Ngampel menjadi desa yang kuat dalam bidang ekonomi. Dan untuk mendukung hal tersebut, alangkah baiknya jika masyarakat di bekali dengan pendidikan yang lebih mengenai teknis yang berkembang dalam bidang ekonomi masyarakat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Nayoan, Aldwin. 2018. Apa itu Branding dan Strategi Branding. <https://www.google.com/amp/s/www.niagahoster.co.id/apa-itu-branding-dan-strategi-branding/>. Diakses pada tanggal 25 April 2022
- Gie. 2020. Apa itu Branding?. <https://accurate.id/marketing-manajemen/apa-itu-branding/>. Diakses pada tanggal 25 April 2022
- OCBC, Redaksi. 2021. Pengertian UMKM, Kriteria, dan Perannya dalam Ekonomi RI. <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/04/07/pengertian-umkm>. Diakses pada tanggal 25 April 2022