

Rebranding UMKM Catering Melalui Desain Packaging dan Promosi Media Sosial

Oleh:

Azamul Hidayat

Dosen Pembimbing :

Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

MEI, 2024

Pendahuluan

Desain logo dan juga label dalam kemasan packaging yang sangat rinci membuat konsumen mudah dalam mencari informasi terkait produk tersebut. Salah satu media digital marketing yang seringkali dipakai ialah media sosial, salah satunya ialah Aplikasi Instagram. Instagram memiliki sebuah fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Aplikasi Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Adapun UMKM dalam pelaksanaan pengabdian ini ialah Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering. Catering tersebut ialah sebuah usaha di bidang penyediaan makanan cepat saji yang di gemari oleh Masyarakat yang biasanya ada acara seperti nikahan atau istilahnya do'a bersama dan berbagai jenis lainnya, tidak jauh mereka pasti memesan sebuah catering makanan yang berbagai ragam aneka makanan seperti nasi kuning, nasi tumpeng, dan lain-lainnya. Mbok Ndut Catering sendiri sudah berdiri sejak tahun 2019, yang di kelola oleh Ibu Wiwik Gati yang berlokasi di perumahan TNI AL Blok B 12 No. 5 Desa Kedungkendo, Kecamatan Candi, Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan untuk usaha dari Bu Sri Catering sendiri sudah berdiri sejak tahun 2003 yang dikelola oleh ibu Sri Hartatik. Berlokasi di Dusun Bohar Selatan RT 5 RW 3, Desa Bohar, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Problem masalah di kedua pelaku usaha catering tersebut ialah tidak adanya label dikemasan dan tidak memiliki media sebagai promosi, maka memerlukan rebranding desain packaging berupa label dan promosi usahanya di media sosial. Dari hasil riset permasalahan di UMKM Mbok Ndut Catering yaitu memerlukan rebranding promosi usahanya di media sosial. Pertama belum memiliki logo dan akun Instagram resmi, kedua belum mencantumkan alamat usahanya di Aplikasi Google Maps, dan sudah memiliki label. Namun label tersebut belum bersertifikasi halal, karena pemilik Mbok Ndut Catering masih dalam proses mengajukan sertifikat halal. Sedangkan UMKM Bu Sri Catering yaitu memerlukan rebranding desain packaging berupa label dan promosi usahanya di media sosial. Pertama belum memiliki logo dan akun Instagram resmi, kedua belum mencantumkan alamat usahanya di Aplikasi Google Maps, dan yang ketiga belum memiliki label dipackagingnya.

Tujuan Penelitian

Tujuan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini ialah untuk mengetahui permasalahan dari kedua pelaku usaha catering tersebut dan memberikan solusi dalam permasalahan tersebut supaya usahanya di kenal oleh masyarakat luas.

Metode

Metode yang akan dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, yakni sebagai berikut:

1. Membuatkan desain logo pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri catering.
2. Membuatkan akun Instagram resmi pada UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri catering.
3. Membuatkan desain konten untuk postingan Instagram.
4. Membuatkan desain label untuk dipasangkan dipackagingnya pada UMKM Bu Sri catering.
5. Menambahkan lokasi alamat usaha Catering melalui Aplikasi Google Maps
6. Melatih atau mengajari kedua pelaku UMKM mengelola Instagram dengan cara memposting menu yang disediakan dengan konten yang menarik, serta cara mengoperasikan Google Maps.

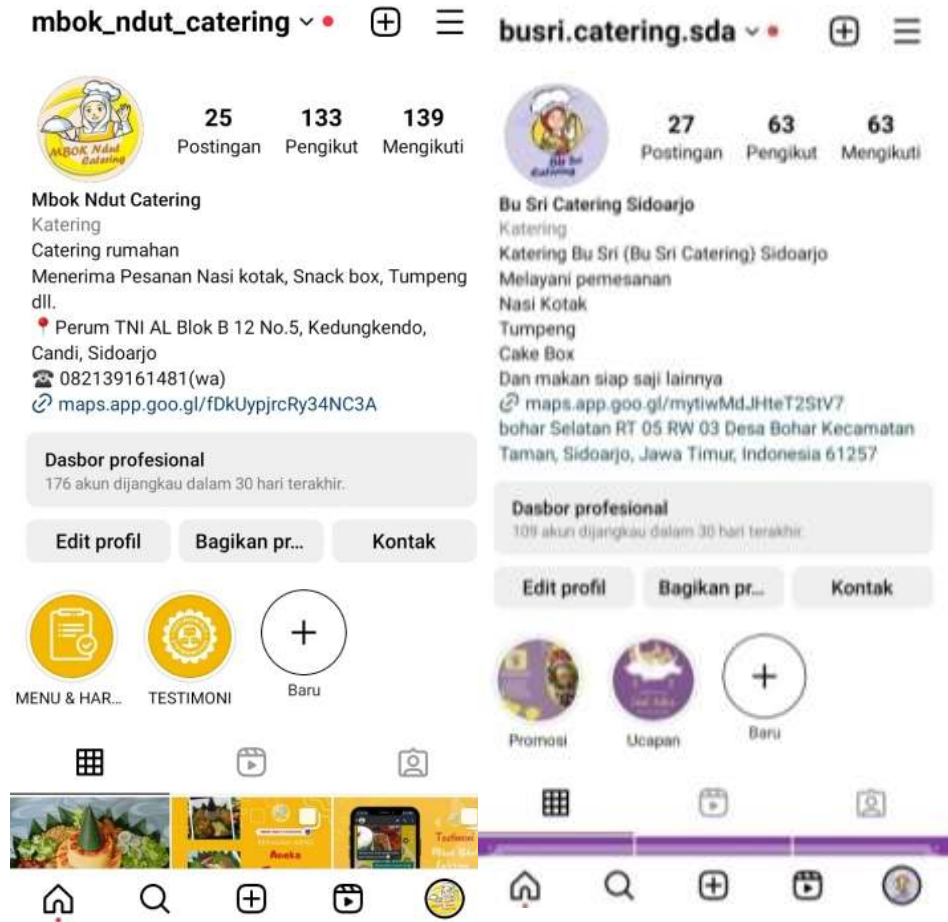
Dengan tahapan metode diatas, maka kegiatan ini akan berjalan sesuai dengan tujuan.

Hasil dan Pembahasan

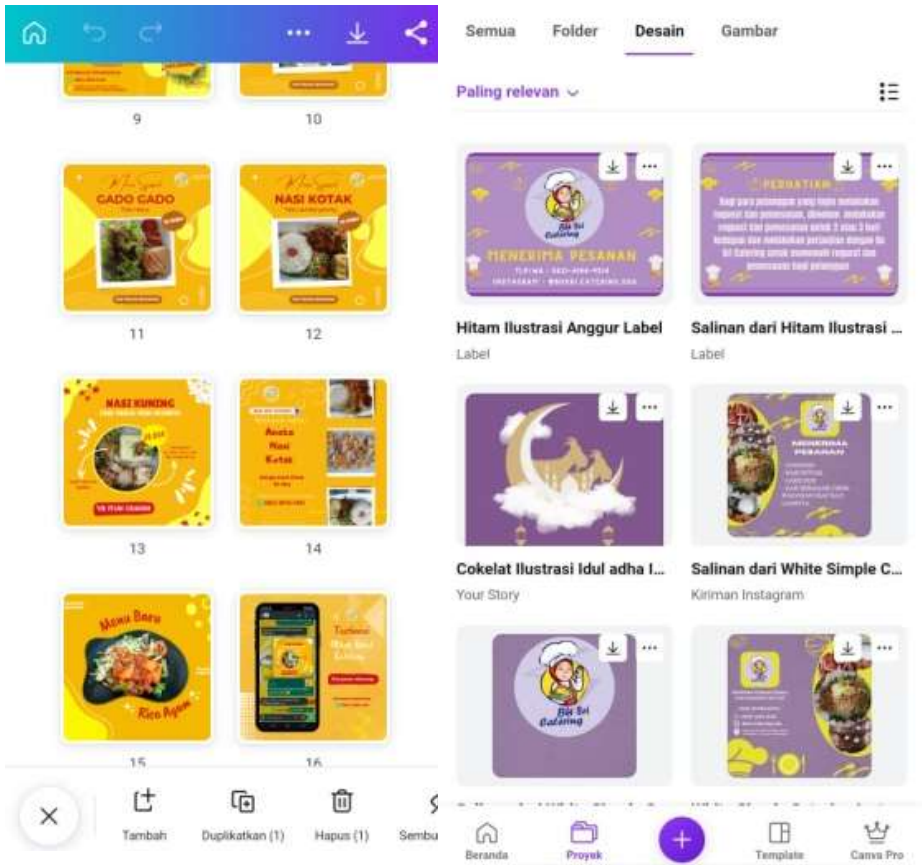


Desain logo yang bertuliskan Mbok Ndut Catering dengan mengambil warna merah muda dan kuning muda yang artinya memberikan kegembiraan, keceriaan, dan semangat dalam berusaha. Sedangkan logo Bu Sri Catering dengan mengambil tema berwarna ungu taro yang maknanya ialah sebuah energi yang romantis dalam mengembangkan usaha. Desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi CorelDraw x7, dengan demikian tujuan pembuatan logo tersebut untuk di pakai buat profil Instagram dan di pasangkan di label kemasan serta menjadi identitas bagi bisnis agar lebih mudah di kenal oleh konsumen.





dapat dijelaskan bahwa Tim Pengabdian Masyarakat membuatkan akun Instagram di UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu sri Catering. Tim Pengabdian Masyarakat menargetkan followers dengan target 100 lebih followers, agar Instagram tersebut bisa di lihat oleh orang banyak. Pengguna bisa saling berinteraksi dengan mudah dalam suatu informasi, menciptakan gambar berupa konten atau isi informasi yang akan disampaikan kepada orang lain, memberikan balasan komentar pada masukan yang disampaikan pengguna lain serta komunikasi lainnya yang ada dalam fasilitas media sosial.

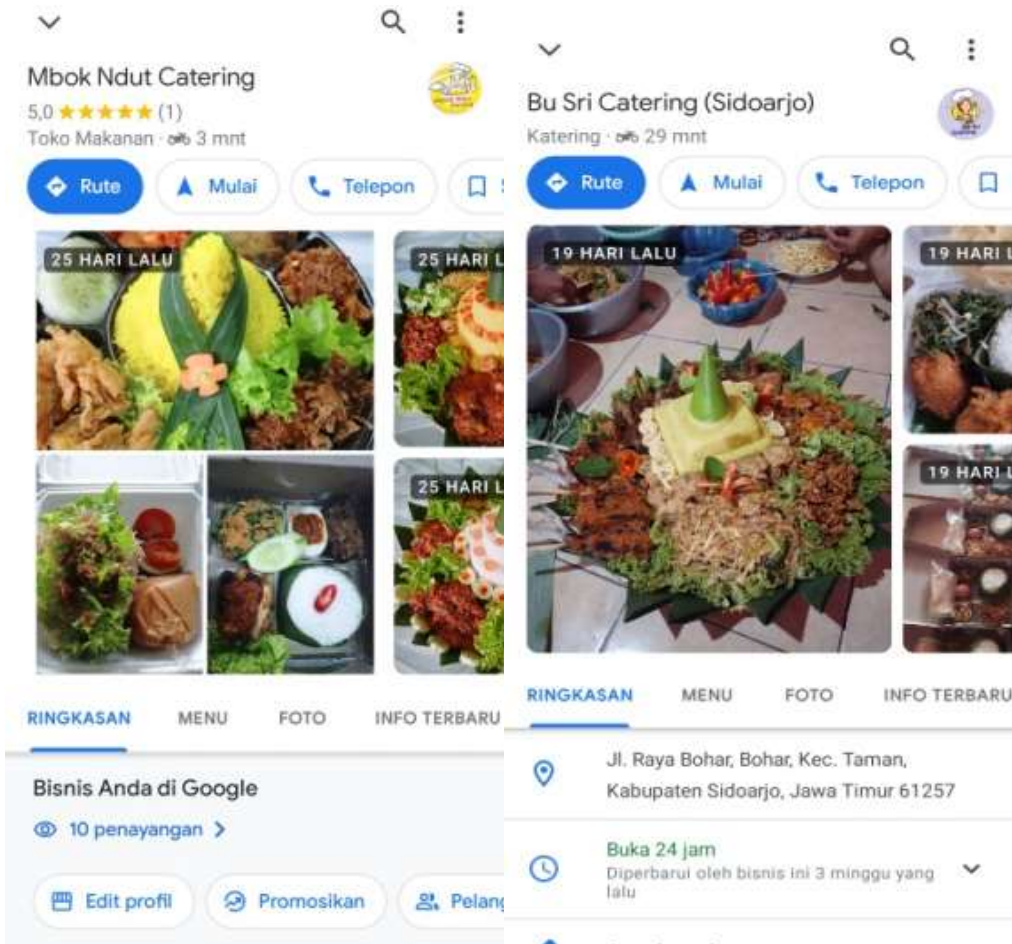


desain konten di UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering untuk diposting di Instagram. Desain tersebut menganut produk menu makanan yang sudah disediakan oleh Mbok Ndut Catering, desain UMKM Mbok Ndut mengambil tema berwarna kuning tua yang artinya kebahagiaan, kegembiraan, dan membangkitkan selera makan. Sedangkan UMKM Bu Sri mengambil tema berwarna ungu taro yang bermakna sebuah keistimewaan, dan kemewahan dalam mengembangkan usaha. Kemudian desain konten tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva.



Untuk desain label hanya ditujukan kepada UMKM Bu Sri Catering untuk ditempelkan di packaging dengan bentuk desain stiker, fungsinya bisa sebagai label atau sovenir ketika melakukan pembelian di UMKM Bu Sri Catering. Desain tersebut menganut logo, nomor Whatsapp, dan nama Instagram Bu Sri Catering. kemudian desain tersebut dibuat menggunakan aplikasi Canva.





menambahkan lokasi alamat usaha Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering melalui Aplikasi Google Maps, dan di taruh di bio Instagram. Misalnya ada pembeli yang tidak tahu alamat usaha Mbok Ndut Catering, maka pembeli bisa langsung menekan link Google Maps yang sudah di taruh di bio Instagram. Dengan cara itu maka masyarakat luas bisa menjangkau melalui aplikasi Google Maps tersebut.



Tim Pengabdian Masyarakat memberikan pelatihan kepada pemilik UMKM Mbok Ndut Catering dan Bu Sri Catering, dengan cara melatih atau mengajari pemilik UMKM tersebut mengelola Instagram yang sudah kami buat serta cara mengenalkan konten produk makanannya melalui Instagram tersebut, dan cara mengoperasikan aplikasi Google Maps yang sudah kami buat.



Manfaat Penelitian

- 1) Menjadikan Kedua Pelaku UMKM tidak tahu memasarkan usaha lewat media sosial menjadi tahu dan paham.
- 2) Menjadikan Kedua Pelaku UMKM awalnya tidak tahu cara mengelola instagram dan mengoprasikan google maps. Sekarang menjadi paham.
- 3) Menjadikan kedua pelaku UMKM awalnya tidak paham tentang desain menjadi paham desain.

Kesimpulan

dengan melalui rebranding desain packaging berupa logo, label, dan promosi media sosial Instagram. Itu semua supaya produk makanan dan minuman dari usaha kedua pelaku usaha catering tersebut bisa dikenal oleh Masyarakat luas, yang dulunya konsumennya hanya tetangga terdekat saja. kini menjadi seluruh pengguna media sosial dari berbagai daerah. Maka dari itu Tim Pengabdian Masyarakat memberikan wadah baru tersebut agar konsumennya bisa mencapai target yang leluasa.

Referensi

- Agustin, T.P., & Poppy Febriana. (2023). Traveloka Digital Marketing Strategy Analysis Through Instagram. *Indonesian Journal Of Innovation Studies* , 10-21070.
- Ardipraditiya. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. Inteligencia Media*. (Intrans Publishing Group).
- Ascharisa. (2018). Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi. *Jurkom, Riset Komunikasi* , 147-157.
- Biswan, A. T., Putra, M. R., Sulastri, H., & Purwana, A. S. . (2023). Pendampingan Three in One pada UMKM Dafiz untuk Pembukuan Praktis, Aspek Perpajakan, dan Peluang Ekspor . *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 14(2) , 411-418.
- Iman, M. (2020). *Penggunaan Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial* .
- Imandiar, Y. (2020). *Transaksi Shopee di Q2-2020 Naik Hingga 130%*.
- Manurung, R., Prihatmajaya, P. S., & Paath, D. K. (2023). PEMBERDAYAAN KELOMPOK USAHA SAUNG BATIK BASWET MELALUI INOVASI VARIASI MODEL DESAIN DAN TEKNOLOGI DIGITAL. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 64-70.
- Mukti, R. P. K., & Ainur Rochmaniah. (2023). Instagram Analysis@ Cashaofficial As Bean Bag Promotion Media. *Indonesian Journal Of Innovation Studies* , 10-21070.
- Prahartiwi, L. I., Dari, W., Pujiastuti, E., & Yuningsih, Y. (2023). PELATIHAN DESIGN UI/UX DALAM MEMBANGUN WEBSITE PADA RW. 013 CIPINANG MELAYU JAKARTA TIMUR. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 5(2), 57-63.

- Purbohastuti. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. In T. Ekonomika.
- Purwana. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) . *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* , 1-17.
- Puspitarini, DS, & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Umum* , 3 (1), 71-80.
- Rachmawati. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah*. Surabaya.
- Sarfiah, SN, Atmaja, HE, & Verawati, DM (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)* , 4 (2), 137-146.
- (2020). In D. Sasongko, *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit* (pp. 2,8-11).
- (2018). In Wardana, *Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia* (pp. 4-1).

