



Pendampingan UMKM “Bebek Mesra Surabaya” Melalui Strategi *Rebranding* dan *Digital Marketing*

MSME Assistance "Bebek Mesra Surabaya" Through Rebranding and Digital Marketing Strategies

Dhea Nanda Astimeyra^{1*}; Djuliandhika Rachmaningtyas²;
Yuniningsih Yuniningsih³

¹⁻³ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail: 20012010044@student.upnjatim.ac.id¹; 20012010045@student.upnjatim.ac.id²;
yuniningsih@upnjatim.ac.id³

Article History:

Received: 10 Mei 2023

Revised: 12 Juni 2023

Accepted: 13 Juli 2023

Keywords: UMKM;

Rebranding; Digital Marketing

Abstract: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in growth country's economy and employment. Keputih Village has quite a lot MSMEs are active and varied. The survey results found several obstacles experienced by MSMEs in the Keputih Village area, one of which is product introduction and intense competition to do marketing in the digital era. Prioritized activity solutions for MSMEs has the potential that is "Surabaya Mesra Bebek" is accompanied by strategy rebranding and digital marketing. The assistance provided includes: a. Photo creation product and video content; b. Updating banner designs; c. Menu creation with Quick Response Code for the UMKM digital menu "Mesra Bebek". Results obtained after mentoring is UKM "Bebek Mesra Surabaya has more content and knows how to make interesting content for doing digital marketing, new banner designs that have been listed MUI halal logo, and a new menu list accompanied by Quick Responses.*

Abstrak : Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian negara dan penyerapan tenaga kerja. Kelurahan Keputih memiliki cukup banyak UMKM yang aktif dan variatif. Hasil survei menemukan beberapa kendala yang dialami oleh UMKM di wilayah Kelurahan Keputih, salah satunya ada pengenalan produk dan ketatnya persaingan untuk melakukan pemasaran di era digital. Solusi kegiatan diprioritaskan untuk UMKM yang memiliki potensi yaitu “Bebek Mesra Surabaya” dilakukan pendampingan dengan strategi rebranding dan digital marketing. Pendampingan yang dilakukan diantaranya: a. Pembuatan foto produk dan video konten; b. Pembaruan design banner; c. Pembuatan menu dengan Quick Response (QR) Code untuk menu digital UMKM “Bebek Mesra”. Hasil yang diperoleh setelah pendampingan adalah UMKM “Bebek Mesra Surabaya memiliki lebih banyak konten dan mengetahui cara membuat konten yang menarik untuk melakukan pemasaran digital, design banner baru yang sudah tercantum logo halal MUI, dan daftar menu baru disertai Quick Responses (QR).

Kata Kunci: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; Mengubah Citra; Pemasaran Digital

* Dhea Nanda Astimeyra, 20012010044@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang sering disingkat UMKM adalah usaha mikro ekonomi kreatif dan produktif milik perorangan maupun badan usaha. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran penting dalam laju perekonomian negara terutama dalam pemeratakan perekonomian, mengurangi kemiskinan, dan memberikan devisa bagi negara (Sandi, 2020). Penggunaan teknologi menjadi solusi yang paling tepat untuk membantu roda perekonomian UMKM tetap berjalan. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah melakukan pemasaran melalui media social (Reswari, 2020) Melalui media sosial dan internet UMKM dapat melakukan banyak hal dengan lebih efektif dan efisien. Namun setelah dilakukan survei UMKM masih banyak mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan media digital dan internet untuk melakukan pengembangan usahanya.

Pemasaran digital telah berevolusi dari yang semula hanya mencakup kegiatan pemasaran produk dan jasa menggunakan saluran berbasis digital menjadi pengertian yang lebih luas mencakup keseluruhan proses mulai dari memperoleh konsumen, membangun minat konsumen, mempromosikan produk, menjaga hubungan konsumen hingga meningkatkan penjualan. Tujuan digital marketing untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Seperti yang kita tahu, penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan (Pangestika, 2020). Sosial media sudah sangat efisien untuk media melakukan pemasaran, dunia seakan tidak memiliki batas di dalam sosial media sehingga upaya pemasaran produk dapat berjalan dengan cepat dengan jangkauan yang lebih luas. Untuk bisa terjun ke dalam dunia digital, UMKM perlu memiliki citra brand yang kuat, sedangkan masih banyak UMKM yang belum memiliki citra pasti atas brand yang dimiliki.

Brand adalah janji perusahaan kepada konsumen untuk menyampaikan benefit tidak saja secara fungsional, namun juga emosional, sebagai sarana ekspresi diri, dan benefit sosial (Ardhiani, 2018). Rebranding mengindikasikan adanya tujuan penghapusan pernyataan atas sesuatu yang sebelumnya, misalnya penghapusan citra atau reputasi yang terbentuk sebelumnya.

Dalam pelaksanaan KKN-Tematik di Kelurahan Keputih kemudian melakukan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dengan memberikan edukasi dan pendampingan untuk UMKM “Bebek Mesra Surabaya” dengan strategi rebranding digital marketing. Karena UMKM tersebut memiliki peluang besar untuk berkembang. Dengan produknya yang sangat *familiar* untuk masyarakat, namun lokasi UMKM yang berada di dalam perumahan menjadi salah satu kendala untuk melakukan penjualan secara *offline*. Sehingga pemasaran digital menjadi hal yang sangat tetap untuk dilakukan oleh Bebek Mesra Surabaya.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) ini terbagi dalam tiga kegiatan yang ditawarkan guna meningkatkan UMKM “Bebek Mesra” menjadi lebih baik yaitu dengan dilakukannya Penyuluhan, Pelatihan, dan Pendampingan. Kegiatan tersebut diikuti oleh Pelaku UMKM di Kelurahan Keputih Kota Surabaya, salah satunya UMKM “Bebek Mesra” yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage*.

Tahapan-tahapan metode yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

1. Penyuluhan

KKN-T MBKM Tim Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan penyuluhan yang dilakukan secara *offline* pada minggu kedua bulan Mei tahun 2023 tepatnya pada tanggal 11 Mei 2023 dengan mengusung materi Pemanfaatan *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. Penyuluhan ini diberikan untuk memberikan pemahaman mengenai *digital marketing* agar dapat meningkatkan *awareness* pelaku UMKM terhadap digitalisasi *marketing and sales*.

2. Pelatihan

Pada tahapan kedua, diberikannya pelatihan secara *offline* pada tanggal 20 Mei 2023 kepada pelaku UMKM. Pelatihan tersebut berupa pelatihan pengembangan konten dan manajemen sosial media Instagram untuk memberikan

keterampilan kepada para pelaku UMKM agar dapat memanajemen penggunaan sosial media dan membuat konten menarik seperti foto, video dan *caption* sebagai alat promosi digital produk usahanya.

3. Pendampingan

Tahapan ketiga sebagai tahapan terakhir dalam kegiatan ini yaitu dilakukannya pendampingan pada UMKM “Bebek Mesra”. Pendampingan ini dilakukan secara langsung dan *door to door* selama satu minggu dari tanggal 7 Juni hingga 14 Juni 2023. Kegiatan pendampingan tersebut berupa: a. Pendampingan foto produk dan video konten; b. Pembaruan desain banner; dan c. Pembuatan menu dengan *Quick Response (QR) Code* untuk menu digital UMKM “Bebek Mesra”. Dilakukannya pendampingan ini agar dapat membantu mengembangkan branding dan digitalisasi UMKM “Bebek Mesra” secara langsung.

HASIL

Survei dan Wawancara

Pada tahap ini, KKN-T MBKM Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Surabaya melakukan tahapan awal sebagai persiapan yaitu survei dan wawancara dengan pihak kelurahan untuk mendapatkan data menyeluruh mengenai UMKM yang ada di Kelurahan Keputih kemudian, untuk mendapatkan data yang akurat KKN-T Tim PKM melanjutkan survei dan wawancara secara *door to door* ke tempat UMKM yang ada di Kelurahan Keputih Kota Surabaya salah satunya UMKM “Bebek Mesra”. UMKM “Bebek Mesra” merupakan salah satu UMKM yang menjadi tujuan anjungsana untuk mengenal, memahami dan mendapatkan gambaran secara mendalam dan terperinci mengenai potensi dan permasalahan yang dihadapi, agar nantinya dapat mengidentifikasi dan dilakukan pemetaan masalah untuk menetapkan solusi yang akurat dalam menemukan pemecahan masalah tersebut.

Dari hasil survei dan wawancara yang dilakukan, UMKM “Bebek Mesra” merupakan UMKM yang cukup besar dan dikenal. UMKM “Bebek Mesra” juga telah mencoba menjalankan *digital marketing*. Namun, dalam implementasinya masih mengalami kendala dalam memasarkan produk-produknya secara digital.

Focus Group Discussion (FGD)

Focus Group Discussion merupakan tahap lanjutan dari adanya survei dan wawancara. *Focus Group Discussion* ini dilakukan di pendopo Kelurahan Keputih secara *offline* bersama dengan perangkat kelurahan, pihak UMKM setempat, dan mahasiswa KKN-T MBKM Tim PKM Surabaya. Tahap ini dilakukan untuk memaparkan program kerja yang telah dirancang. Selain itu, adanya kegiatan FGD ini dilakukan untuk berdiskusi dalam mencari solusi yang terbaik dari masukan dan saran yang ada serta merancang kegiatan program kerja yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan yang terjadi di lapangan dengan kesepakatan bersama.

Penyuluhan

Tahap selanjutnya yaitu penyuluhan, pelaksanaan penyuluhan ini dilaksanakan secara *offline* bertempat di Pasar Wisata Harmoni Keputih Surabaya yang membahas mengenai pemanfaatan *digital marketing* dalam meningkatkan pemasaran UMKM. Penyuluhan ini mengundang tiga dosen dari program studi Kewirausahaan dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai pemateri untuk memberikan pengetahuan dan pengalamannya yang relevan. Dari adanya penyuluhan ini, harapannya dapat membangkitkan semangat para pelaku UMKM dalam mengembakan kembali usahanya melalui pemanfaatan *digital marketing* dan mampu memberikan *insight* baru yang dapat memberikan pemahaman pentingnya melakukan pemasaran digital untuk dapat mengembangkan usahanya.

Pelatihan

Setelah menyelesaikan kegiatan penyuluhan, Tim PKM melaksanakan kegiatan lanjutan yaitu pelatihan dengan tujuan agar pelaku UMKM dapat mengembangkan keterampilan dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital marketing yang dapat diterapkan secara praktis dalam kegiatan usaha mereka. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran digital mereka, sehingga mampu mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan potensi pertumbuhan usaha mereka. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2023 di Pasar Wisata Harmoni Keputih (PWHK).

Pendampingan

Selanjutnya setelah rangkaian kegiatan Survei dan Wawancara, FGD, Penyuluhan, dan Pelatihan UMKM Bebek Mesra Surabaya menjadi salah satu UMKM yang hadir di seluruh rangkaian kegiatan dan memiliki potensi untuk diberikan pendampingan. Tim PKM memberikan pendampingan berupa :

- a. Pembuatan foto produk dan video konten:

UMKM Bebek Mesra Surabaya sudah memiliki beberapa foto produk, kemudian Tim PKM membantu untuk melengkapi foto produk. UMKM Bebek Mesra Surabaya sudah sangat sadar akan pentingnya digital marketing dan sudah memiliki sosial media berupa whatsapp dan instagram, kemudian Tim PKM membantu untuk membuat video konten yang menarik untuk membantu kegiatan pemasaran melalui sosial media yang dimiliki.

- b. Pembaruan design banner:

Banner yang dimiliki UMKM Bebek Mesra Surabaya sudah cukup baik, namun untuk logo halal yang tertera masih logo halal dari ITS, dan untuk saat ini UMKM Bebek Mesra Surabaya sudah tersertifikasi halal dari MUI sehingga UMKM Bebek Mesra Surabaya meminta untuk diubah logo halal sertifikasi dari ITS menjadi logo halal sertifikasi MUI.

- c. Pembuatan menu dengan *Quick Response (QR) Code* untuk menu digital UMKM “Bebek Mesra”:

UMKM Bebek Mesra Surabaya memiliki varian menu yang cukup banyak dan beragam, namun daftar menu yang dimiliki belum tersusun dengan baik, sehingga Tim PKM membantu untuk membuat daftar menu yang lebih tertata beserta *Quick Response (QR) Code* untuk digitalisasi UMKM Bebek Mesra Surabaya



DISKUSI

Salah satu hambatan yang dialami UMKM Keputih adalah kurangnya semangat untuk berkembang pelaku UMKM itu sendiri dan cenderung lebih suka sesuatu yang *instan*. Hal tersebut juga berpengaruh terhadap perkembangan kondisi ekonomi, baik pada pelaku UMKM sendiri maupun Kelurahan keputih. Kemudian solusi masalah tersebut adalah dengan memberikan penyuluhan, pelatihan hingga pendampingan sehingga UMKM tidak hanya mengetahui tapi juga mengerti apa yang sedang dilakukan dan dipelajari.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari pelaksanaan kegiatan *rebranding* dan *digital marketing* pada pengabdian masyarakat dalam program KKN-T MBKM UMKM “Bebek Mesra” sebagai upaya untuk membantu meningkatkan kualitas produk di bagian pemasaran dengan memiliki beberapa perubahan yang cukup signifikan baik dalam lingkup produksi maupun pemasaran. Maka, dapat disimpulkan bahwa kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan memiliki hasil yang positif bagi UMKM “Bebek Mesra”. Melalui proses *rebranding* dari pendampingan foto produk dan video konten juga pembaruan desain banner kini tampilan konten UMKM “Bebek Mesra” menjadi lebih *fresh, eye*

catching dan menarik sehingga dapat meningkatkan *engagement* di media sosial Instagram untuk meningkatkan pemasaran yang lebih luas. Sedangkan, melalui strategi *digital marketing* pembuatan menu dengan *Quick Response (QR) Code* untuk menu digital UMKM “Bebek Mesra yang lebih *modern* dan *simple* yang mampu membantu memudahkan pelanggannya dalam pemilihan menu.

Adapun saran yang diberikan adalah kegiatan pendampingan yang dilakukan terhadap mitra dapat dilakukan dengan waktu lebih lama agar strategi yang telah dirancang dapat dilakukan secara intensif sehingga mampu memberikan hasil yang lebih maksimal secara signifikan dan berkelanjutan meskipun kegiatan pengabdian masyarakat dalam program KKN-T MBKM telah berakhir.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Prof. Dr. Yuniningsih, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Prodi Manajemen dan Roziana Febrianita. S.Sos., M.A. serta Muhammad Soleh selaku Dosen Pembimbing Lapangan dan *Person in Charge* KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur. Terima kasih juga disampaikan kepada Lurah Keputih yaitu A.F. Fajar Febriansyah, S.H, M.H beserta jajarannya, rekan-rekan Kelompok 74 KKNT MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur, dan seluruh mitra UMKM Kelurahan Keputih.

DAFTAR REFERENSI

- Ardhiani, T. (2018). Analisis proses rebranding. Universitas Sanata Dharma.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Pangestika, W. (2020, Januari 01). Pengertian, Kelebihan, Jenis dan Strategi Digital Marketing. Retrieved Juni 12, 2023, from jurnal entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Reswari, D. M. (2020, April 21). Bagaimana Cara UKM Menjaga Produktivitas di Tengah Imbauan PSBB? Retrieved Juni 12, 2023, from jurnal entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-ukmmenjaga-produktivitas-di-tengah-imbauan-psbb/>
- Sandi, F. B. (2020, Juni 24). Peran UMKM di Indonesia yang Perlu Anda Ketahui. Retrieved Juni 13, 2023, from pajak: <https://www.onlinepajak.com/seputar-pph-final/peran-umkm>