

PENDAMPINGAN UMKM DAN PENINGKATAN BRAND AWARENESS PADA USAHA AYAM BAKAR LAYAH MAS BRO

Rizal Ula Ananta Fauzi¹, Dian Citaningtyas Ari Kadi², Rosidatul Amma Unzia³, Tri Rahma Hidayanti⁴

^{1,2,3,4}Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun

Corresponding author: dian.citaningtyas@unipma.ac.id

ABSTRAK

Usaha Ayam Bakar Layah, yang merupakan salah satu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di tengah-tengah masyarakat. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan memberikan bimbingan dan dukungan kepada pemilik usaha untuk meningkatkan kualitas dan daya saing Ayam Bakar Layah, sekaligus memperluas cakupan pemasaran melalui strategis peningkatan brand awareness. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ekosistem bisnis di tingkat lokal. Hasilnya mencakup peningkatan dalam aspek-aspek tersebut, memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis. Meskipun dihadapi dengan beberapa kendala selama proses, kelompok berhasil mengatasi tantangan tersebut dan menyusun rekomendasi untuk mendukung keberlanjutan UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro di masa depan.

Kata Kunci: Ayam bakar, ayam layah, ayam mas bro, strategi pemasaran

LATAR BELAKANG

UMKM adalah jenis usaha berskala kecil yang dapat dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. UMKM dapat dikatakan berperan penting karena mampu menjadi penyedia sarana pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil dan memiliki potensi untuk meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan, UMKM berdampak besar pada perekonomian negara terutama Indonesia. Dengan adanya UMKM juga berperan dalam memperluas kesempatan kerja.

Dewasa ini persaingan bisnis semakin maju beriringan dengan perkembangan era globalisasi mengakibatkan para pelaku usaha untuk semakin pandai dalam melakukan inovasi dalam mengembangkan produknya. Dalam menghadapi dinamika pasar yang luas, tak jarang para pelaku UMKM harus beradaptasi dan bersaing dalam era digital untuk meningkatkan brand awareness mereka, dengan tujuan untuk meningkatkan daya jangkauan pemasaran produknya. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah *digital marketing*.

Peralihan dari pemasaran konvensional menjadi *digital marketing* terjadi karena perubahan perilaku konsumen Indonesia yang cenderung berbelanja online pasca terjadinya pandemi COVID-19. Hal ini mendorong para pelaku UMKM untuk mampu membuat promosi melalui media sosial. Digital marketing memiliki banyak manfaat bagi para pelaku UMKM, diantaranya adalah menghemat biaya promosi dan jangkauan pasar lebih luas sehingga

mampu meningkatkan penjualan.

Selain itu, perkembangan UMKM juga tak lepas dari dukungan dan bantuan dari pemerintah, salah satunya adalah bantuan dana. Madiun adalah salah satu kota di Jawa Timur yang pemerintahnya mendukung perkembangan UMKM. Namun dalam pelaksanaannya, masih banyak UMKM di kota Madiun yang mengalami permasalahan. Salah satunya adalah permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro, dimana mereka mengalami permasalahan dalam *branding* atau label produk dan juga kurangnya *brand awareness* masyarakat terhadap produknya. Permasalahan branding yang terjadi adalah adanya kesamaan label usaha dengan pelaku UMKM lain yang lebih awal memulai usahanya. Hal ini menimbulkan perdebatan diantara kedua pelaku usaha ini. Selain itu karena,

RUMUSAN MASALAH KEGIATAN

Jelaskan rumusan masalah yang dihadapi oleh mitra

1. Masih adanya persamaan label produk dengan UMKM lain yang berdampak pada identitas produk.
2. Penulisan pesanan yang masih manual menghambat efisiensi dan akurasi proses bisnis UMKM.
3. Potensi perbaikan dalam kegiatan promosi agar menjadi lebih inovatif, menjangkau target pasar dengan lebih efektif.
4. Meningkatkan tingkat *brand awareness* UMKM di kota Madiun untuk mencapai lebih banyak konsumen potensial?

TUJUAN KEGIATAN

Jelaskan tujuan kegiatan yang kalian lakukan

1. Membantu pelaku UMKM untuk *re-branding* produk mereka supaya tidak terjadi perdebatan dengan pelaku usaha lain.
2. Membantu untuk mendesain catatan pesanan dan nota supaya lebih efektif.
3. Membantu membuat konten pemasaran agar lebih inovatif dan menarik minat beli masyarakat.
4. Membantu meningkatkan *brand awareness* dengan melakukan program *give away*, meningkatkan *engagement* akun instagram, dan membuat desain label baru.

MANFAAT KEGIATAN

Jelaskan manfaat kegiatan Bagi Mitra Kerjasama

Kegiatan Abdimas melalui program pendampingan UMKM dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi mitra kerjasama, antara lain:

- a) Peningkatan kualitas bisnis, UMKM dapat memperoleh bantuan dari mahasiswa dalam meningkatkan kualitas bisnis mereka, seperti manajemen, pemasaran, dan keuangan, sehingga dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.
- b) Peningkatan *brand awareness*, melalui kegiatan Abdimas, UMKM dapat memperoleh bantuan dari mahasiswa dalam meningkatkan *brand awareness* mereka, seperti dengan memberikan saran dan strategi branding yang tepat.

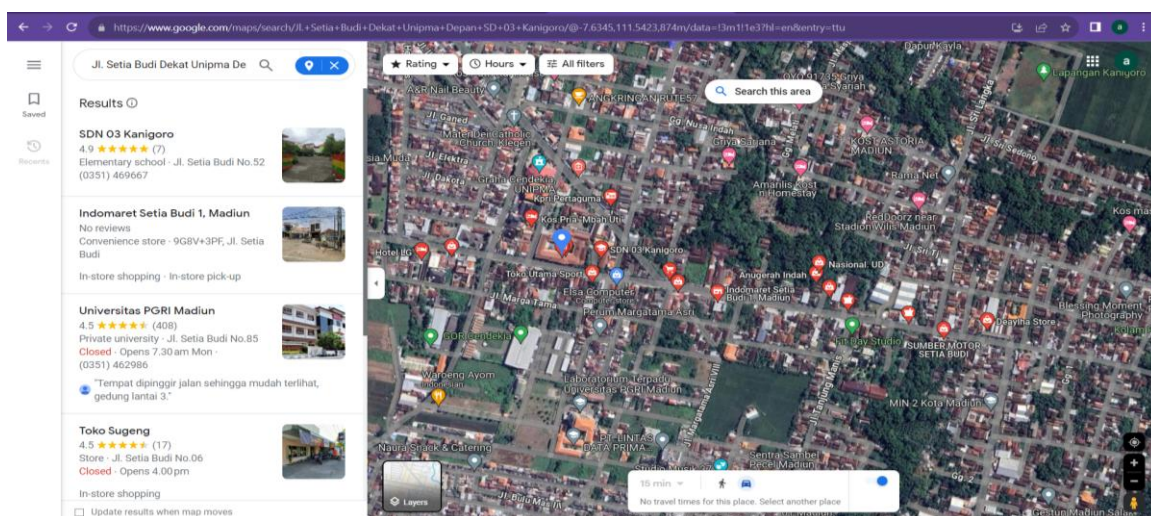
- c) Peningkatan keterampilan, UMKM dapat memanfaatkan kegiatan Abdimas sebagai kesempatan untuk meningkatkan keterampilan mereka, seperti dalam manajemen keuangan, *digital marketing*, dan pengembangan produk.
- d) Peningkatan jaringan, melalui kegiatan Abdimas, UMKM dapat memperluas jaringan mereka dengan mahasiswa, dosen, dan lembaga pendidikan, sehingga dapat membuka peluang kerjasama dan pengembangan bisnis.
- e) Peningkatan kontribusi pada pengembangan ekonomi, melalui kegiatan Abdimas, UMKM dapat memperoleh bantuan dari mahasiswa dalam meningkatkan kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional, serta bagaimana UMKM dapat menjadi motor penggerak ekonomi di tingkat lokal.

GAMBARAN UMUM MITRA KERJASAMA

Usaha Ayam Bakar Layah Mas Bro dimiliki oleh Ferdian Rahmatullah, seorang pengusaha berumur 21 tahun. Usaha ini didirikan pada 17 Juli 2023. Berawal dari idenya yang ingin memiliki usaha sendiri sehingga ia memutuskan untuk membuka usaha dalam bidang kuliner. Bisnisnya dimulai dari makanan khas Korea yang saat ini sedang tranding di masyarakat Indonesia. Namun dalam minggu pertama pembukaan, usahanya tidak berjalan lancar. Karena tidak berjalan dengan baik, ia beralih pada makanan khas Indonesia yaitu ayam bakar layah. Untuk menu-menu yang dijualnya sangatlah bervariasi mulai dari ayam bakar layah, ayam goreng cobek, nila sambal siram, lele goreng atau bakar, dan paket usus atau hati. Ada juga menu tambahan sebagai teman makan seperti, kepala ayam, usus, hati, dan telur. Kemudian untuk minuman Ayam Bakar Layah Mas Bro ini menyediakan es teh, es jeruk, dan lemon tea. Dengan harga yang sangat terjangkau, menu yang tersedia dimulai dari harga Rp 10.000, sehingga dengan harga yang sangat murah ini dapat menjangkau semua kalangan konsumen.

LOKASI MITRA KERJASAMA

Lokasi usaha Ayam Bakar Layah Mas Bro sangat strategis karena berada di kota dan di sekitar lokasi perguruan tinggi Universitas PGRI Madiun. Lokasi Ayam Bakar Layah Mas Bro berada di Jl. Setia Budi, Kanigoro, Kartoharjo, Kota Madiun di dekat SDN Kanigoro.



TARGET CAPAIAN

Target kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Ayam Bakar layah Mas Bro di Madiun ini meliputi beberapa aspek yaitu pembuatan nota, rebranding logo produk, pembuatan daftar menu, pembuatan stiker untuk kemasan, dan promosi digital marketing lewat media social. Adapun kegiatan yang dilakukan meliputi :

1. Pelatihan desain logo agar desain yang dihasilkan lebih identic dan di kenal konsumen.
2. Pendampingan dalam menggunakan nota yang baru untuk memudahkan perhitungan laporan kas nantinya.
3. Pelatihan pemanfaatan pemasaran lewat media online dan desain kemasan produk agar lebih dikenali oleh konsumen.
4. Pendampingan dalam penyelenggaraan give away yang berguna untuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan citra merek, dan mendorong penjualan.

GAMBARAN PRODUK

Produk yang di jual adalah produk makanan, di sini Ayam Bakar Layah Menyediakan berbagai menu makanan yang di sajikan :

Kategori	Makanan	Gambar
Official Selection	- Kepala Ayam - Usus - Ati - Telur - Nasi	
Best-Sellers	- Ayam Bakar Cobek - Ayam Goreng Cobek - Nila Sambal Siram - Lele Goreng/ Bakar - Usus-Nasi-Lalapan - Ati-Nasi-Lalapan	 

ink	- Es Teh - Es Jeruk - <i>Lemon Tea</i>	
-----	--	--

HASIL DAN LUARAN YANG TERCAPAI

Dalam pendampingan yang telah dilakukan dalam pemberian pemahaman dan keterampilan dalam membuat media promosi. Pendampingan Masyarakat ditujukan untuk membuat sistem promosi melalui sosial media yang diharapkan nanti dapat diteruskan oleh pemilik UMKM. Sehingga dalam pembuatan media promosi dipilih media yang paling sederhana dan dikuasai oleh pemilik UMKM. Adapun dalam pendampingan UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro mengenai Branding terlebih dahulu, sebab UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro masih minim pengetahuan tentang ini. Merek dagang sudah ada, namun nama logo UMKM masih sama dengan usaha lain. Dalam pendampingan ini dilakukan beberapa kegiatan yaitu:

Tabel 1. Kegiatan yang dilakukan selama pendampingan

No.	Permasalahan Produk	Kegiatan yang dilakukan
1.	Digital Marketing	- Membuat akun Instagram dan Tiktok - Membuat iklan promosi di media sosial Tiktok
2.	Re-Branding Logo	- Memperbaiki tampilan logo yang lebih unik dan mudah dikenal - Mencetaknya dalam bentuk stiker untuk pembelian <i>take away</i>
3.	Give Away	- Mengadakan Give Away meliputi pembuatan pamflet, upload pengumuman GA di media social, dan pembuatan copy writing yang menarik - Pemenang Give Away terdapat 5 orang
4.	Pendampingan Mendesain	- Mendesain ulang daftar menu dan nota pemesanan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan.

Sumber: Hasil informasi wawancara dan diskusi, 4 oktober 2023

Berdasarkan data diatas kegiatan yang dilakukan selama pengabdian yaitu:

Pengiklanan sosial media dengan menggunakan Instagram dan Tiktok didampingi oleh pemilik UMKM. Pengiklanan media yang pertama dimulai dengan membuat akun Instagram dan tiktok, membuat pamflet Give away, dan membuat konten promosi kemudian di upload di

5

sosial media. Kemudian pengenalan mengenai bauran Promosi yang akan digunakan dalam promosi melalui media sosial dilakukan kepada pemilik UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro:

1. *Adversiting*, dengan dilakukan pembuatan akun sosial media Instagram dan Tiktok, pelatihan penggunaan Instagram dan Tiktok, dan pelatihan pembuatan pamflet untuk promosi. Instagram dan Tiktok dipilih sebagai media promosi karena pemilik UMKM sudah mengenal media sosial ini yang dimana pemilik UMKM tidak kesulitan dalam melakukan promosi. Pemilik UMKM diberikan pemahaman tentang cara membuat pamflet promosi dan give away menggunakan aplikasi canva. Aplikasi canva digunakan dalam pelatihan ini dikarenakan penggunaannya yang mudah dipahami dan tidak berbayar sehingga pemilik Ayam Bakar Layah Mas Bro dapat melanjutkan pembuatan pamflet untuk iklan ini. Kemudian pembuatan iklan promosi menggunakan aplikasi cupcute dan di editing sebaik mungkin kemudian di upload di akun sosial media Tiktok. Mengiklankan produk Ayam Bakar Layah Mas Bro di Instagram dan Tiktok bertujuan untuk memperkenalkan produk sehingga mendapat respon atau aksi yang cepat dari konsumen. Adanya *Digital Marketing* menghemat anggaran iklan yang harus dikeluarkan pemilik usaha dalam menghasilkan pelanggan.
2. *Personal Selling*, dengan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM bagaimana cara berkomunikasi dengan pelanggan khususnya melalui sosial media. Adanya sosial media mempermudah pelanggan dan penjual dalam berinteraksi secara langsung dan berkomunikasi dua arah. Sehingga UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro dapat mendengarkan secara langsung tanggapan atau respon pelanggan. Dalam promosi yang dilakukan dalam kolom komentar pada Instagram dan Tiktok.
3. *Public Relation*, Instagram dan Tiktok digunakan sebagai upaya untuk membangun reputasi merek. Pemilik UMKM diberikan pemahaman tentang cara membangun reputasi melalui media sosial.
4. *Sales Promotion*, dalam hal ini diberikan saran kepada pemilik UMKM untuk melakukan promosi dan pemilik UMKM menyetujui. Melalui akun Instagram dan Tiktok yang telah dibuat dilakukan promosi Give Away dan diambil pemenang sebanyak 5 orang makan secara gratis di Ayam Bakar Layah Mas Bro.
5. *Direct Promotion*, kegiatan pemasaran langsung melalui sosial media memudahkan untuk berkomunikasi secara timbal balik. Pemilik UMKM diberi keterampilan tentang pembuatan caption dalam postingan Instagram dan Tiktok sebagai promosi dalam pemasaran secara langsung. Penggunaan caption yang menarik akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk.

Pengenalan mengenai Branding dalam hal ini memperbaiki tampilan logo UMKM, didampingi oleh pemilik UMKM. Perbaikan tampilan logo dilakukan pemilihan warna, bentuk, gambar, tulisan, dan ukuran logo didiskusikan bersama. Logo merupakan hal yang penting, dimana logo dapat menjadi identitas sebuah produk.

Pendampingan mengenai pembuatan nota pembelian dengan menggunakan Microsoft Word dan logo di samping kiri atas. Kemudian pendampingan cara pembukaun dan penyuluhan pencatatan elektronik (buku kas).

Hasil dari pendampingan yang telah dilakukan di UMKM terdapat hasil luaran yaitu logo, akun Instagram dan Tiktok, pamflet give away, daftar menu, dan nota.

1. Logo



Gambar 1. Logo Ayam Bakar Layah Mas Bro (sebelum dan sesudah diperbaiki)

Logo Ayam Bakar Layah Mas Bro dibuat agar konsumen mengenali produk dan dapat membedakannya dengan produk yang lain. Sebelum pengabdian, UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro sudah memiliki logo sebagai brandawareness namun logo tersebut masih terkesan biasa sehingga perlu adanya perbaikan terhadap tampilan logo yang bagus dan menarik. Pemilihan dan perpaduan warna, font huruf, dan objek gambar melibatkan pemilik UMKM.

2. Akun Instagram dan Tiktok





Gambar 2. Tampilan akun Instagram dan Tiktok

Akun Instagram dan tiktok Ayam Bakar Layah Mas Bro memudahkan pelanggan untuk mengetahui tentang produk yang dijual, sarana komunikasi antara pelaku usaha dengan pelanggan serta media menampung kritik dan saran dari pelanggan. Setelah dibuatkannya akun Instagram ini penjualan meningkat, mulai ada pemesanan lewat instagram. Dan dengan adanya tiktok dapat digunakan untuk mempromosikan Ayam Bakar Layah Mas Bro.

3. Pamflet Give Away



Gambar 3. Pamflet Give Away

Dalam menunjang dan meningkatkan promosi, maka dibuatkan pamflet give away untuk menarik pelanggan untuk membeli Ayam Bakar Layah Mas Bro. yang dimana pamflet tersebut diposting di instagram dengan menggunakan caption yang menarik. Tujuan adanya give away ini untuk memperluas promosi.

4. Daftar Menu



Gambar 4. Daftar Menu

Dalam memudahkan pelanggan untuk memilih dan memesan makanan, maka dibuatkan daftar menu Ayam Bakar Layah Mas Bro. Daftar menu ini bertujuan sebagai sumber informasi mengenai jenis makanan dan minuman yang akan dipesan. Bahan pertimbangan mengenai rasa dan tipe hidangan yang jadi best seller atau keunggulan di tempat makan tersebut. Sebagai gambaran mengenai makanan dan minuman yang dipesan karena dilengkapi dengan foto.

5. Nota Pembelian



AYAM BAKAR LAYAH MAS BRO
Jl. Setia Budi, Madiun
085234283910

No :
 Nama :

Tanggal :

No	Pesanan	Jumlah	Harga Satuan	Total
Jumlah				

Gambar 5. Nota Pembelian

Sebagai bukti pembayaran yang sah, maka perlu adanya sebuah nota pembelian. Tujuan pembuatan nota pembelian ini adalah sebagai bukti sah atas pembelian secara tunai yang dibuat oleh penjual untuk pembeli. Tanpa adanya nota, pembeli tidak bisa melakukan klaim apabila terjadi suatu kesalahan dalam memasukkan barang, harga, atau pengembalian.

KESIMPULAN

. Dengan pendekatan holistik, kelompok ini memberikan pelatihan, konsultasi, dan bimbingan kepada pemilik UMKM untuk meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran, dan manajemen keuangan. Hasilnya mencakup peningkatan dalam aspek-aspek tersebut, memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan bisnis. Meskipun dihadapi dengan beberapa kendala selama proses, kelompok berhasil mengatasi tantangan tersebut dan menyusun rekomendasi untuk mendukung keberlanjutan UMKM Ayam Bakar Layah Mas Bro di masa depan. Pendampingan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung pada UMKM, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi kelompok mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan teoritis mereka dalam konteks praktis bisnis riil.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.vli2.175>
- Ningtias, N. M. (2021). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Abian Tubuh. *Universitas Muhammadiyah Mataram*.
- Riyanto, S., Azis, M. N.L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM Dalam Penggunaan Digital Marketing Pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI*, 137-142.
- Seftianti, A., & Aziz, I.A. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Pesa Padamulya. *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 40-45.
- Zahra, I. P., Khoirunnisa, Minarti, A., Silfiani, E., Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Toko Kuenak di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.