



## Penerapan Digital Branding UMKM Dapur Gemilang Fitriyah Melalui Komunikasi Visual

### *Implementation Of Digital Branding Of Msme Dapur Gemilang Fitriyah Through Visual Communication*

Sufi Hamzah F<sup>1</sup>, Anjelina Sugianti<sup>2</sup>, Adella Ratna Nur Dianti<sup>3</sup>, Mei Retno Adiwaty<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

JL. Rungkut Madya No. 1, Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur

Email : [20012010130@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010130@student.upnjatim.ac.id), [20012010131@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010131@student.upnjatim.ac.id),  
[20012010141@student.upnjatim.ac.id](mailto:20012010141@student.upnjatim.ac.id), [meiadiwaty.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:meiadiwaty.mnj@upnjatim.ac.id)

#### **Article History:**

Received: 30 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 15 Juli 2023

#### **Keywords:**

MSMEs, Marketing Strategi,  
Digital Marketing

#### **Abstract:**

*In the era of the industrial revolution 4.0, technological developments underwent very rapid changes so that the information obtained was quite easy and fast to obtain. The marketing system is no exception. Digital marketing currently has a big influence on sales. The MSME Kitchen Gemilang Fitriyah is an MSME engaged in the culinary business in Penjaringsari Village, Rungkut, Surabaya. In this case, MSME actors still have problems in that their products do not have an inherent brand image, and do not have social media to expand their market. Through the use of digital branding by loading visual communication, it is hoped that it will be able to help MSME actors, as one of the promotional media to develop a business in the digital marketing era. The method used in this research is to use a qualitative method with a descriptive approach. In the data collection stage using direct interviews with MSME owners. From the results of this study resulted that by choosing social media as promotional media and making logo designs, packaging labels, and product photos to develop their MSME.*

#### **Abstrak**

Pada era revolusi industri 4.0 perkembangan teknologi mengalami perubahan yang sangat pesat sehingga informasi yang didapatkan cukup mudah dan cepat untuk didapatkan. Tidak terkecuali dengan sistem pemasaran yang semakin berkembang. Digital marketing saat ini memiliki pengaruh besar dalam dalam penjualan. UMKM Dapur Gemilang Fitriyah merupakan UMKM yang bergerak di bidang usaha kuliner di Kelurahan Penjaringsari, Rungkut, Surabaya. Dalam hal ini, pelaku UMKM masih memiliki kendala dalam produknya tidak memiliki brand

image yang melekat, dan tidak memiliki sosial media untuk memperluas pasarnya. Melalui pemanfaatan digital branding dengan memuat komunikasi visual diharapkan mampu membantu pelaku UMKM, sebagai salah satu media promosi untuk mengembangkan suatu usahanya di era digital marketing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam tahap pengambilan data menggunakan wawancara secara langsung dengan pemilik UMKM. Dari hasil penelitian ini menghasilkan bahwa dengan memilih media sosial sebagai media promosi serta membuat desain logo, label kemasan, dan foto produk untuk mengembangkan UMKM yang dimilikinya.

**Kata Kunci:** UMKM, Strategi Pemasaran, Digital Marketing

## **PENDAHULUAN**

Dalam UU No.2 Tahun 2008 Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang berdiri secara mandiri dalam bentuk kelompok maupun perorangan yang berfokus pada ekonomi produktif dengan merujuk pada kriteria yang ada dalam Undang-Undang. UMKM di Indonesia semakin banyak, di mana data yang sudah masuk sekarang untuk wilayah Surabaya berjumlah 13.441 UMKM yang terdapat di dinas sedangkan 45.566 terdapat di kecamatan dengan berbagai varian produk. Sejauh ini peran UMKM dalam upaya meningkatkan perekonomian Indonesia sangatlah penting. Karena faktanya UMKM di Indonesia dapat menyerap 97% dari jumlah angkatan kerja dan dapat menghimpun 60,4% dari jumlah investasi di Indonesia.

UMKM Dapur Gemilang Fitriyah merupakan salah satu UMKM binaan dari Mahasiswa KKN-T MBKM UPN "VETERAN" JAWA TIMUR. UMKM Dapur Gemilang Fitriyah di memulai usaha sejak tahun 2015 memproduksi aneka pesanan catering seperti nasi kotak yang beraneka ragam sesuai pesanan konsumen, nasi tumpeng, dan juga tidak hanya menerima pesanan UMKM ini juga menjual nasi bungkus yang dibuat tiap harinya dijual. Sampai saat ini UMKM Dapur Gemilang Fitriyah yang masih terbilang baru perlu adanya pemanfaatan digital marketing.

Perkembangan teknologi di era saat ini telah membuat berbagai pemanfaatan dalam dunia bisnis dengan memiliki tingkat persaingan yang sangat tinggi. Dimana hal tersebut dapat terjadi karena adanya perkembangan teknologi yang membuat masyarakat lebih sering menginginkan kehidupan yang serba instan dan mudah, melihat kondisi tersebut UMKM saat ini berupaya harus bisa memanfaatkan adanya digital marketing. Di dalam digital marketing UMKM harus bisa bersaing dengan UMKM lainnya, oleh karena itu dibutuhkan digital branding dengan melalui

komunikasi visual agar membangun brand yang baik sehingga dapat bersaing di dunia digital marketing. Komunikasi visual sendiri merupakan bentuk komunikasi dua arah yang menggunakan media perantara dari mulai gambar, grafik, animasi, dan video dalam penyampaian informasinya. Adanya komunikasi visual pada pemasaran sangat berpengaruh sekali dalam mengenalkan suatu produk atau jasa yang akan diproduksi dan nantinya akan memenuhi permintaan pasar. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan pengusaha untuk mengenalkan produk atau jasa yang diproduksi dan memenuhi permintaan pasar.

Digital marketing sendiri merupakan upaya dalam pemasaran promosi secara *online* dengan memanfaatkan ketersediaan sarana jejaring sosial. Berdasarkan literatur yang ditulis oleh Saifuddin (2020) Digital marketing atau pemasaran digital merupakan kegiatan berbisnis yang termasuk dalam penjualan, pemberian informasi, pelayanan, peningkatan pemasaran dan pembelian dengan menggunakan teknologi elektronik khusus teknologi informasi. Sedangkan menurut Mahalaxmi Ranjith (1999) yang dikutip oleh Rahmat dkk (2022) pemasaran secara digital memungkinkan terjadinya komunikasi secara langsung untuk pengiklanan kepada pelanggan potensial untuk meminimalisir dan mengatasi terjadinya kesalahpahaman dan kecacauan informasi mengenai bisnis yang dijalankan. Pemasaran dengan menggunakan digital marketing perlu melakukan visualisasi produk yang dapat menonjolkan karakteristik produk dan memberikan informasi sebanyak mungkin bagi calon pembeli. (Times New Roman, size 12, Spacing:

## **METODE**

Dalam proses kegiatan pengabdian masyarakat pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dapur Gemilang Fitriyah ini dilakukan melalui program kerja Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) yang ada di Kelurahan Penjaringansari, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk membantu UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dalam memanfaatkan digital marketing untuk membuat brand image dalam bentuk komunikasi visual yang baik dan dapat juga memperluas pemasaran.

Metode yang diambil dalam pengabdian ini adalah metode kualitatif yang melakukan pendekatan secara langsung kepada pelaku UMKM melalui observasi dan wawancara. Dengan tujuan, melalui pendekatan tersebut dapat menimbulkan komunikasi yang interaktif antara pemilik usaha dengan mahasiswa KKNT Penjaringansari, Rungkut, Surabaya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Penjaringan ini melalui 2 tahapan,

yaitu: pra kegiatan dan pelaksanaan. Tahapan yang pertama yaitu pra kegiatan, dilakukan melalui wawancara dengan pelaku usaha, pada tahap ini juga melakukan sesi diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dan solusi terbaik yang nantinya bisa diimplementasikan dalam penyelesaian masalah yang ada.

Tahap kedua merupakan pelaksanaan, pada tahap ini dilakukan kegiatan pembuatan desain logo, label kemasan, foto produk dan pembuatan sosial media dalam bentuk visual, yang nantinya akan diserahkan kepada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah baik secara hardfile maupun secara softfile.

## **HASIL**

Dapur Gemilang Fitriyah merupakan UMKM di kelurahan Penjaringansari yang bergerak dalam bidang usaha kuliner. Membuka usaha catering dan menjual berbagai macam nasi setiap harinya. UMKM ini memiliki permasalahan dalam brand image, di karenakan tidak memiliki akun sosia media maupun marketplace yang digunakan untuk membranding usahanya. Maka dari itu pada kesempatan kali ini mahasiswa KKNT Penjaringansari melakukan kegiatan penerapan digital marketing pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah.

Proses pelaksanaan ini dimulai dengan melakukan pembuatan logo, label kemasan, media sosial Instagram dan foto produk sebagai digital branding dalam bentuk Komunikasi visual pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah.

### **1. Pembuatan Logo**

Dimana Logo sendiri merupakan simbol atau gambaran suatu usaha yang memiliki makna dan filosofi yang erat kaitannya dengan visi maupun misi perusahaan. Logo menjadi identitas suatu organisasi, perusahaan atau individu agar mudah dikenal serta diingat. Logo bagian dari komunikasi visual yang mampu memberikan kesan pada konsumen logo yang baik akan mampu diingat dan memberikan kesan tersendiri bagi audiencenya.

Logo UMKM Dapur Gemilang Fitriyah dibuat berdasarkan kisah latar belakang UMKM yang dimulai dengan keinginan pemilik usaha yaitu membantu perekonomian keluarga yang digambarkan dalam gambar dua tangan yang memiliki arti kehangatan keluarga dan bentuk makanan yang khas dijual.



Gambar 1. Hasil logo UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

## 2. Label Kemasan.

Label kemasan sendiri merupakan bagian dari produk yang terdapat beberapa keterangan mengenai produk tersebut yang berupa bentuk gambar maupun kata-kata. Label produk dapat berguna untuk informasi produk dan penjualan produk, biasanya didalamnya terdapat informasi yang berguna bagi calon konsumen terkait dengan logo, *brand*, legalitas, kualitas, kode produksi, komposisi dan berbagai hal lainnya dari produk tersebut. Label kemasan merupakan bagian penting karena label kemasan sendiri biasanya sebagai penarik konsumen.



Gambar 2. Label kemasan UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

## 3. Foto Produk.

*Product photography* atau foto produk merupakan cara/teknik dalam pengambilan gambar dari suatu produk. Foto produk dilakukan untuk menjelaskan tentang bentuk dan fungsi produk tersebut. Selain dari pada hal tersebut. Foto produk juga dapat memberikan

kesan menarik dalam produk yang dijual agar lebih memikat banyak para pelanggan, dan nantinya dapat membuat dagangan cepat laris terjual.

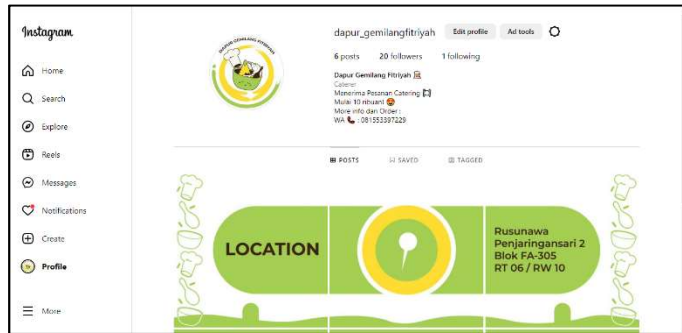


**Gambar 3.** Foto produk UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

#### **4. Sosial Media “Instagram”**

Sosial media merupakan platform yang digunakan untuk bersosialisasi di dunia maya yang mempunyai fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial para penggunanya. Melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto maupun video merupakan aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan di dalam sosial media. Selama 24 jam penuh berbagai informasi pada konten yang dibagikan dapat terbuka untuk semua pengguna. Terkhususnya media sosial Instagram yang pada jaman sekarang banyak usaha yang sudah memiliki akun Instagram sebagai media promosinya, karena pengguna Instagram jangkauannya sangat luas dan dari berbagai macam usia. Sehingga Instagram dipilih pada kegiatan ini sebagai penerapan digital marketing melalui komunikasi visual.

Pada media sosial Instagram UMKM Dapur Gemilang Fitriyah berisi tentang logo, filosofi logo, dan lokasi UMKM dan nantinya akan digunakan update usahanya.



**Gambar 4.** Instagram UMKM Dapur Gemilang Fitriyah

username Instagram: @dapur\_gemilangfitriyah

## KESIMPULAN

Program pendampingan UMKM dengan memanfaatkan teknologi yang dilakukan pada UMKM di kelurahan Penjaringansari, Rungkut, Surabaya dilakukan untuk membantu UMKM lebih berkembang dengan memanfaatkan teknologi dalam usahanya khususnya pada pemasaran. Adanya digital marketing mengharuskan UMKM untuk dapat bersaing didalamnya agar UMKM tidak tertinggal dan mengikuti era digitalisasi yang lebih modern ini. pada UMKM Dapur Geilang Fitriyah ini dilakukan pendampingan dan penerapan digitalisasi. untuk dapat bersaing didunia digital marketing UMKM Dapur Gemilang Fitriyah ini membuat digital brand dalam bentuk komunikasi visual agar memiliki jaringan pemasaran yang luas dan dapat menarik konsumen. Dengan itu melakukan pendampingan penerapan membuat logo, label kemasan, sosial media instagram, dan foto produk pada UMKM Dapur Gemilang Fitriyah.

## SARAN

Dalam implementasinya penerapan adanya digital brand ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan citra baru yang mampu meningkatkan pemasaran produk UMKM Dapur Gemilang Fitriyah sehingga dapat bersaing di digital pemsaran.



## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses pengabdian masyarakat ini terutama kepada :

1. Seluruh dosen pembimbing program KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Perangkat kelurahan Penjaringsari, Rungkut, Surabaya dan warga setempat yang sudah berpartisipasi dalam kegiatan. Sehingga dapat menyelesaikan program pengabdian masyarakat dengan skema kewirausahaan dan ekonomi kreatif.
3. Pelaku UMKM Dapur Gemilang Fitriyah yang sudah berkenan dan meluangkan waktu dalam proses pelaksanaan program kerja pengabdian masyarakat di kelurahan kepanjenlor.
4. PIC KKN Tematik MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur.
5. Orangtua, keluarga dan teman-teman penulis atas dukungannya.

## DAFTAR REFERENSI

- Januar (Ed.). (2023, maret 11). *Peningkatan Sektor UMKM Surabaya Jadi Perhatian Rakerda IKA Lemhanas Jawa Timur*. Retrieved from Tribunjatim.com: <https://jatim.tribunnews.com/2023/03/11/peningkatan-sektor-umkm-surabaya-jadi-perhatian-rakerda-ika-lemhanas-jawa-timur#>
- Pangestika, W. (2022, Juli). *Digital Marketing : Pengertian dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis*. Retrieved from mekari jurnal: <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023, Januari). DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL. *jurnal ABDI, Vol.8*, 129-134.
- Wiranata, I. K., Agung, A. A., & Prayoga, I. M. (2021, Maret). PENGARUH DIGITAL MARKETING, QUALITY PRODUCT DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI HOLLAND BAKERY BATUBULAN. *Jurnal EMAS, Vol. 2*.