

Penguatan Branding UMKM Dapoer Mak Jum Melalui Identitas Visual di Desa Tireman

Strengthening the Branding of Dapoer Mak Jum MSMEs through Visual Identity in Tireman Village

Meilia Intan Ariyanti^{1a}, Kumaidah¹, Shofiatus Saadah¹, Wulan Suryandani¹

^{1a}Universitas YPPI Rembang; Tireman Timur, Tireman, Kec. Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah 59219, e-mail: meiliaintanariyanti@gmail.com

(Diterima: 14-07-2025; Ditelaah: 30-07-2025; Disetujui: 14-08-2025)

Abstrak

Di Desa Tireman, Kecamatan Rembang, UMKM Dapoer Mak Jum mengalami kesulitan dalam membangun penguatan identitas usaha. Meskipun memiliki nama, bisnis ini belum memiliki logo, media promosi, atau akses lokasi di Google maps. Akibatnya, bisnis terlihat kurang profesional, sulit ditemukan oleh pelanggan baru, dan sulit dikenali secara umum. Solusi untuk masalah ini ditawarkan dalam bentuk pembuatan nota transaksi, stempel, desain banner, pembuatan logo bisnis, dan pendaftaran lokasi bisnis di Google maps. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menguatkan branding UMKM Dapoer Mak Jum melalui peningkatan identitas visual. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui tahapan observasi, implementasi, dan evaluasi. Hasil implementasi program menunjukkan tampilan usaha yang lebih profesional, peningkatan kepercayaan pelanggan, dan kemudahan akses online ke lokasi. Kegiatan ini menunjukkan bahwa UMKM yang lebih kompetitif dan dikenal masyarakat dapat berkembang dengan dukungan branding yang tepat dan sederhana.

Kata kunci: Branding, Google Maps, Identitas Usaha, UMKM

Abstract

In Tireman Village, Rembang District, the Dapoer Mak Jum MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) experienced difficulties in strengthening its business identity. Despite having a name, the business lacked a logo, promotional media, or location access on Google maps. As a result, the business appeared unprofessional, was difficult for new customers to find, and was difficult to recognize in general. Solutions to this problem were offered in the form of creating transaction receipts, stamps, banner designs, business logos, and registering the business location on Google maps. The purpose of this community service activity was to strengthen the branding of the Dapoer Mak Jum MSME through improving its visual identity. The community service activity was carried out through stages of observation, implementation, and evaluation. The results of the program implementation showed a more professional business appearance, increased customer trust, and easier online access to the location. This activity demonstrated that more competitive and well-known MSMEs can thrive with the support of appropriate and simple branding.

Keywords: Branding, Google Maps, Business Identity, MSMEs

PENDAHULUAN

Salah satu faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun, banyak UMKM yang tidak memiliki merek usaha yang jelas (Nubaila, 2023). Salah satu masalah yang paling umum adalah kurangnya identitas merek, logo, media pemasaran, dan kehadiran web yang memadai. Identitas yang tidak jelas ini berdampak pada rendahnya persepsi konsumen terhadap usaha, sulitnya pengembangan pasar, serta keterbatasan akses terhadap peluang kerja sama dan peningkatan skala usaha (Nurmawati & Nurhidayati, 2024).

Selain kesulitan teknis terkait produksi, UMKM pemula sering menghadapi isu-isu yang tidak efektif seperti *branding* dan pemasaran. Banyak UMKM tidak menyadari pentingnya identitas visual dalam membangun kepercayaan pelanggan. Selain itu, kurangnya akses ke teknologi digital, platform pemasaran berbasis internet, dan layanan desain menyebabkan UMKM kehilangan daya saing di pasar. Menurut Pramujati et al. (2023) dan Wakhid et al. (2025), UMKM, terutama yang berada di daerah pedesaan, belum sepenuhnya memanfaatkan peluang dan tantangan besar yang dihadirkan oleh digitalisasi promosi produk dan branding.

Dapoer Mak Jum, sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berbasis di rumah dalam bisnis makanan yang terletak di Desa Tireman, Kecamatan Rembang, adalah pihak yang menjadi fokus kegiatan ini. Meskipun memiliki nama usaha, Dapoer Mak Jum tidak memiliki komponen branding visual seperti spanduk, logo, kwitansi transaksi, atau stempel usaha. Selain itu, platform digital seperti *Google Maps* tidak mencantumkan lokasi perusahaannya. Pemilik bisnis cukup dikenal di masyarakat dan memiliki potensi yang signifikan untuk produk kuliner, menurut pengamatan dan wawancara. Namun, mereka kesulitan untuk menampilkan citra profesional usaha mereka kepada pelanggan. Hal ini berdampak pada jangkauan promosi yang terbatas dan rendahnya tingkat persaingan di antara usaha sejenis.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan identitas usaha digital dan visual mereka. Pengembangan logo bisnis, desain dan pencetakan banner promosi, pembuatan nota transaksi, pembuatan stempel resmi, dan pendaftaran lokasi bisnis di *Google Maps* semuanya termasuk dalam paket ini. Dengan meningkatkan mereknya, Dapoer Mak Jum berharap dapat meningkatkan reputasinya, memperluas basis pelanggannya, dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen lokal maupun online. Di era pemasaran digital ini, UMKM ini diharapkan dapat bersaing dan tumbuh secara berkelanjutan dengan citra yang lebih terampil.

Sejumlah studi sebelumnya menekankan pentingnya digitalisasi dan identitas perusahaan dalam pertumbuhan UMKM. Menurut Nurmawati & Nurhidayati (2024), branding dapat meningkatkan profesionalisme yang dianggap dan daya tarik pasar sebuah perusahaan. Menurut Pramujati et al. (2023), pemasaran digital menciptakan peluang untuk perluasan pasar yang lebih luas dan efektif. Menurut penelitian oleh Wakhid et al. (2025), promosi digital memudahkan pelanggan untuk membedakan UMKM lokal. Selain itu, studi oleh Puspitasari et al. (2023) menunjukkan bagaimana penggunaan media promosi berbasis digital dan lokal dapat sangat meningkatkan

persepsi terhadap suatu produk. Mengingat temuan ini, pelaku UMKM harus memprioritaskan peningkatan pemasaran digital dan identitas visual mereka guna memastikan keberlangsungan perusahaan mereka dalam jangka panjang.

METODE PELAKSANAAN

Melalui langkah-langkah terstruktur, kegiatan ini menunjukkan cara membantu UMKM mengembangkan identitas usaha mereka menggunakan metode pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Metode ini digunakan karena dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang dinamika, prosedur, dan hasil dari setiap tindakan yang diambil selama pelaksanaan program. Pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga fase utama, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Observasi

Ini adalah tahap pertama di mana semua prasyarat untuk pelaksanaan program pengabdian telah siap. Kegiatan pada tahap ini meliputi survei lokasi usaha, wawancara dengan pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan dan masalah mereka, serta menentukan peluang dan tantangan bagi sebuah perusahaan. Observasi langsung dilakukan untuk memahami kondisi lapangan dan mengidentifikasi taktik program yang tepat.

2. Tahap Pelaksanaan Program

Langkah utama dari kegiatan ini adalah yang satu ini. Para pelaku UMKM yang terpilih dikenakan program kerja yang telah ditentukan. Rencana kerja dipresentasikan terlebih dahulu, dan kemudian program dilaksanakan, yang melibatkan pembuatan dan pencetakan banner promosi, stempel bisnis, nota transaksi, logo bisnis, dan mendaftarkan alamat perusahaan di *Google maps*. Setiap aktivitas dilakukan dengan cara partisipatif, langsung melibatkan pelaku usaha untuk memastikan bahwa hasilnya memenuhi permintaan yang nyata di lapangan.

3. Tahap Akhir

Pada titik ini, seluruh rangkaian kegiatan berakhir. Hasil implementasi program dievaluasi selama fase ini, dan manfaat dari kegiatan dipertimbangkan. Mahasiswa akan ditarik kembali dari lokasi usaha setelah semua tujuan program tercapai. Laporan dan dokumen akhir disusun dari hasil kegiatan ini sebagai cara untuk memastikan akuntabilitas akademik dan administrasi. Setiap langkah prosedurnya diatur secara sistematis untuk menjamin bahwa tujuan program terpenuhi dan memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana UMKM diberdayakan melalui pengembangan identitas visual dan digital mereka.

HASIL & PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat UMKM Dapoer Mak Jum menghasilkan lima *output* utama yang membantu meningkatkan aksesibilitas dan merek visual usaha. Hasil-hasil ini meliputi desain logo bisnis yang terlihat profesional, produksi stempel untuk membantu kebutuhan administratif, dan banner promosi sebagai media visual untuk

meningkatkan kehadiran perusahaan. Nota transaksi pembelian telah dibuat untuk menerapkan metode pencatatan yang lebih resmi di sisi transaksi. Lokasi usaha juga telah ditambahkan ke *Google Maps*, yang membuatnya mudah bagi pelanggan untuk menemukan perusahaan tersebut melalui saluran digital.

Sebagai hasil dari berbagai tindakan yang telah dilakukan, berikut adalah hasil dan pencapaian yang telah diraih:

1. Pembuatan Logo Usaha

Logo ini menekankan kesederhanaan, keunikan, dan relevansi dengan produk makanan rumahan yang diberikan, yang semuanya merupakan ciri khas kuliner lokal Dapoer Mak Jum. Diharapkan logo ini akan memudahkan pelanggan untuk mengenali perusahaan, meningkatkan kredibilitas, dan meningkatkan citra profesional perusahaan. Untuk menjamin penggunaan yang seragam di seluruh operasi bisnis, logo yang telah selesai kemudian diterapkan pada berbagai bahan promosi, termasuk banner dan kwitansi.



Gambar 1. Logo UMKM Dapoer Mak Jum

2. Pembuatan Stempel Usaha

Karena tidak memiliki penanda visual yang menunjukkan legalitas dan keseriusan usaha bisnis, sebelum ini stempel cenderung dianggap sebagai aktivitas rumahan biasa.



Gambar 2. Desain stempel UMKM Dapoer Mak Jum

Stempel Dapoer Mak Jum menunjukkan perusahaan yang terorganisir, profesional, dan siap melayani pelanggan secara resmi. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan kepercayaan konsumen, terutama pelanggan baru yang membutuhkan bukti keseriusan dan kepastian tentang siapa perusahaan itu. Selain itu, stempel memperkuat posisi Dapoer Mak Jum saat bekerja sama dengan pihak ketiga seperti sekolah, kantor, atau lembaga pemerintah, yang biasanya memiliki persyaratan administrasi. Dokumen yang dibubuhi stempel menjadi lebih valid, mudah dipercaya, dan tampak lebih kredibel sebagai bagian dari proses bisnis formal.

3. Desain Dan Pencetakan Nota Transaksi

Salah satu hasil pendampingan yang signifikan adalah penerapan sistem pencatatan transaksi dengan nota penjualan. Sebelum ini, semua transaksi di Dapoer Mak Jum dilakukan secara lisan tanpa bukti tertulis. Hal ini menimbulkan banyak masalah, seperti kesalahan dalam mencatat jumlah pembelian, masalah dalam menghitung keuntungan harian, dan kemungkinan kehilangan kepercayaan pelanggan jika ada selisih atau miskomunikasi. Proses transaksi menjadi lebih teratur dan profesional ketika ada nota yang mengandung informasi lengkap seperti nama perusahaan, tanggal transaksi, rincian produk, jumlah, dan total pembayaran. Sementara pemilik bisnis dapat merekap penjualan dengan lebih akurat dan teratur, pelanggan sekarang memiliki bukti pembelian yang jelas. Di masa mendatang, nota ini juga berfungsi sebagai dasar untuk membangun sistem keuangan sederhana.

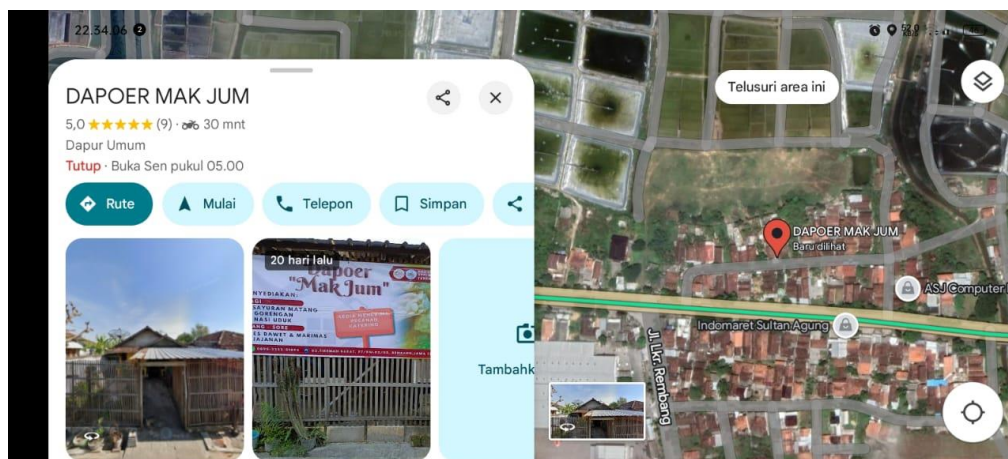


Gambar 4. Desain nota UMKM Dapoer Mak Jum

4. Pendaftaran lokasi di *Google Maps*

Salah satu langkah strategis dalam memperluas jangkauan pemasaran online Dapoer Mak Jum adalah membangun lokasi bisnis di *Google Maps*. Pelanggan baru yang mencari katering atau makanan rumahan di sekitar wilayah Rembang melalui internet

sulit menemukan usaha sebelum adanya titik lokasi ini. Dapoer Mak Jum kini lebih mudah diakses oleh calon pelanggan; mereka hanya perlu mencari nama atau jenis bisnisnya di *Google Maps* dan melihat foto produknya. Salah satu keuntungan khusus dari tindakan ini adalah peningkatan visibilitas bisnis di mesin pencari, memudahkan pelanggan untuk menemukan kantor fisik bisnis, dan meningkatkan kesan kredibel karena bisnis tampil secara resmi di platform digital. Selain itu, fitur ulasan pelanggan *Google Maps* memberi Dapoer Mak Jum kesempatan untuk membangun reputasi online yang positif dan menarik pelanggan baru melalui rekomendasi dan testimoni. Upaya ini membentuk fondasi penting untuk meningkatkan kehadiran digital bisnis secara berkelanjutan.



Gambar 5. *Google Maps* UMKM Dapoer Mak Jum

5. Pembuatan dan pemasangan banner promosi

Salah satu cara pendampingan Dapoer Mak Jum adalah dengan membuat banner promosi; sebelumnya, bisnis ini belum memiliki media promosi fisik untuk menarik perhatian calon pelanggan secara langsung di lokasi penjualan. Dapoer Mak Jum kini lebih mudah dikenali oleh masyarakat karena banner berukuran besar yang menampilkan nama bisnis, logo, kontak pemesanan, dan daftar menu utama. Banner ini dapat meningkatkan daya tarik visual lokasi bisnis, memberikan informasi tentang layanan yang ditawarkan, dan menciptakan kesan bahwa bisnis dikelola secara profesional. Banner juga dapat berfungsi sebagai media informasi yang terus berjalan tanpa perlu diatur; ini dapat menarik pelanggan baru atau mencari alternatif katering lokal. Langkah ini menjadi bagian penting dalam membangun branding bisnis di lingkungan sekitar dan memperluas potensi pasar offline.



Gambar 6. Banner UMKM Dapoer Mak Jum

Dengan intervensi ini, UMKM Dapoer Mak Jum memperoleh berbagai manfaat nyata, seperti meningkatnya kepercayaan pelanggan, penataan administrasi yang lebih tertib, serta promosi usaha yang lebih luas melalui media digital dan media offline. Kegiatan sederhana tetapi terencana ini menunjukkan bahwa strategi branding, legalitas, serta digitalisasi lokasi usaha mampu meningkatkan profesionalisme pelaku usaha mikro.

Temuan di lapangan ini mendukung hasil penelitian Pramujati et al. (2023), yang menegaskan pentingnya identitas visual dalam memperkuat citra UMKM, serta Wakhid et al. (2025), yang menggarisbawahi pemanfaatan teknologi digital sebagai salah satu cara memperluas pasar UMKM. Keunggulan kegiatan pendampingan ini adalah adanya keterlibatan aktif pemilik usaha dalam setiap proses desain dan keputusan strategis, sehingga menumbuhkan rasa memiliki dan keberlanjutan dalam pengelolaan usahanya. Ke depan, tantangan bagi Dapoer Mak Jum adalah mempertahankan kualitas produk, menjaga konsistensi pelayanan, serta memperluas kapasitas produksi agar mampu memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Dengan pondasi identitas usaha dan sistem administrasi yang lebih rapi, diharapkan UMKM ini dapat terus tumbuh dan bersaing secara berkelanjutan di pasar lokal maupun pasar digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam membangun identitas visual dan digital memberikan dampak positif yang nyata dalam menunjang profesionalitas dan keberlanjutan usaha. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif, kegiatan ini berhasil membantu pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki nama, logo, media promosi, dan kehadiran digital, menjadi lebih siap dalam menghadapi persaingan pasar. Tahapan kegiatan yang terdiri dari persiapan, pelaksanaan program, dan evaluasi akhir telah dilaksanakan dengan baik. Hasil kegiatan berupa pembuatan nama usaha, desain logo, banner, nota, stempel, dan pencatatan lokasi usaha di *Google Maps*, terbukti meningkatkan visibilitas dan citra usaha secara signifikan. Pelaku usaha menjadi lebih

percaya diri dalam memasarkan produknya, sementara konsumen lebih mudah mengenali dan menemukan lokasi usaha.

Temuan kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa identitas usaha yang kuat merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM, khususnya pada tahap awal perintisan. Dengan adanya identitas visual dan digital yang terstruktur, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh, menjangkau pasar lebih luas, dan bersaing secara sehat. Kegiatan serupa sangat direkomendasikan untuk dilakukan secara berkelanjutan, terutama pada UMKM yang berada di wilayah pinggiran dan belum memiliki akses terhadap teknologi serta sumber daya branding. Pendampingan sederhana namun tepat sasaran seperti ini mampu memberikan perubahan yang berdampak langsung bagi keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Nubaila, R. S. (2023). *Upaya Peningkatan Perempuan dalam Berwirausaha pada Sektor UMKM Melalui Social Entrepreneurship (Studi pada Perempuan di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan)* (Doctoral dissertation, Universitas Yudharta).
- Nurmawati, S., & Nurhidayati, A. (2024). Pendampingan Pengembangan UMKM Keripik Pisang Umi Snack Desa Pasar Banggi Kecamatan Rembang Kabupaten Rembang. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(3).
- Pramujati, W. H., Tahwin, M., Melfasari, A., Maskuri, M., Amanti, D. L., & Anggoro, Z. D. (2024). Pemberdayaan UMKM Desa Plawangan Rembang dalam Pengembangan Produksi dan Pemasaran Melalui Pendampingan Kreatif dan Digital. *Fokus ABDIMAS*, 3(2), 113-120.
- Puspitasari, S. A., Rosmawati, L., Alweni, A., Abdillah, M. A., Putri, R. K., & Witjaksono, G. S. B. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing pada UMKM Kue Basah dan Kue Kering "Dapoer Makwy" di Kelurahan Plosokerep. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(04), 157-162.
- Suryandani, W., Maroah, A., & Pratama, N. D. (2023). Penguatan Merk dan Optimalisasi Pemasaran Pada UMKM Tiara Cengkaruk Di Desa Sidomulyo, Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang. *Buletin Abdi Masyarakat*, 4(1), 35-43.
- Wakhid, A. R., Atmojo, A. T., Istanti, S. L. W., & Sari, D. A. (2025). Pengembangan UMKM Nizam Tahu Tempe di Desa Sendang Mulyo Kecamatan Sluke Kabupaten Rembang. *Khidmatuna: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 144-152.