

Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan
14 September 2019, Hal. 77-82
ISSN: 2686-2972; e-ISSN: 2686-2964

Pendampingan peningkatan branding produk kerajinan kayu Dusun Gumawang, Patuk, Gunungkidul

Hapsoro Agung Jatmiko, Muhammad Faishal, Okka Adiyanto

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Tamanan, Yogyakarta
Email : hapsoro.jatmiko@ie.uad.ac.id

ABSTRAK

Gumawang, merupakan salah satu dusun di kecamatan Patuk Gunungkidul yang memiliki unit usaha yang bergerak di bidang kriya yang memiliki pasar yang besar. Salah satu UMKM yang memiliki pasar internasional adalah Eko Bubut, yang memproduksi produk peralatan rumah tangga. Meskipun sudah memiliki pasar yang cukup besar, kebanyakan produk buatan Eko Bubut, diperjualbelikan oleh pihak ketiga, sehingga UMKM tersebut tidak mendapatkan keuntungan lebih dari hasil produksinya. Hal ini terjadi karena kurangnya kesadaran dan ketidakmampuan pemilik UMKM terhadap *branding* dari produk yang dibuat. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan dan menambah nilai dari produk buatan Eko Bubut dengan memberikan pelatihan *branding*. Proses *branding* terdiri dari pelatihan *online marketing* dan pemberian mesin *emboss* yang dipergunakan untuk memberi cap dari produk yang diproduksi sehingga UMKM Eko Bubut dapat mendapat keuntungan lebih dari *branding* terhadap produk yang dibuat.

Kata kunci : *Branding*, UMKM, Gumawang, *Emboss*

ABSTRACT

Gumawang, is one of the district in Gunungkidul regency that produce a lot of Micro Business Unit that specialized in crafting. One of the Micro Business Unit Company that has a potential international market is Eko Bubut, which producing a lot of household appliance based on wood. Although it can penetrate the international market, many of Eko Bubut product are actually sold by the third party, thus Eko Bubut only gain a little benefit from it. The problem occurred, because of the inability of the owner to put the brand of their company to any of their product. This community service is aimed to increase and giving an added value to the product by giving the branding training to the Micro Business Unit company. The Branding process itself consist of online marketing class, and giving the Micro Business Unit Company an embossing machine. The Embossing machine is used as a tool to put the brand of the company in any surface of the product that being made, in order to gain a significance profit and value for the company.

Keywords : *Branding*, UMKM, Gumawang, *Emboss*

PENDAHULUAN

Yogyakarta, merupakan salah satu kota yang memiliki banyak industri kreatif, dimulai dari industri makanan dengan berbagai macam, industri digital salah satunya adalah bidang perfilman hingga industri kriya. Menurut data BPS daerah Yogyakarta, setidaknya terdapat 453 UMKM di Yogyakarta, dengan berbagai macam bentuk usaha yang ditawarkan [1]. Industri kriya yang terdapat di Yogyakarta pun juga memiliki berbagai macam jenis dan bentuk dengan beberapa kabupaten memiliki spesialisasi dan kemampuannya masing-masing.

Salah satu bentuk usaha kreatif yang memiliki pasar yang luas adalah kerajinan dari kayu. Produk kayu ini diminati karena keunikan dari desainnya serta kegunaannya yang cukup multifungsi. Selain itu, produk berbahan dasar kayu diklaim lebih ramah lingkungan dibanding dengan berbahan dasar logam. Eko Bubut, merupakan satu dari beberapa unit usaha UMKM yang berada di dusun Gumawang, desa Patuk Gunungkidul yang banyak menghasilkan produk kerajinan berbahan kayu. UMKM yang dipimpin oleh bapak Eko Pujianto ini memiliki produk-produk kebutuhan dasar rumah tangga, seperti: piring, sendok, mangkok nampan dll [2]. UKM ini memanfaatkan banyaknya bahan baku yang terdapat di lingkungan sekitar seperti kayu albasia, trebelo puso, pule sehingga memudahkan proses produksi.

Permasalahan muncul ketika proses produksi selesai dilaksanakan, barang yang telah jadi tersebut, terkadang menumpuk di *workshop* karena tidak dapat terjual. Hal ini terjadi karena masyarakat cenderung kurang mengetahui produk yang telah dibuat oleh UMKM ini, selain itu juga adanya sikap kurang yakin dengan hasil akhir dan kekuatan dari produk yang dihasilkan ini. Hal ini menjadi titik berat permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, karena dengan tidak adanya produk yang terjual, maka produsen tidak dapat menutup sejumlah uang dan biaya yang telah dikeluarkan untuk melakukan proses produksi. Program pengabdian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan terkait *branding* produk dari UMKM terkait, dengan cara memberikan pelatihan tentang *online marketing* dan pelatihan *branding produk* melalui mesin emboss atau *hot print*.

METODE

Metode yang dipergunakan dalam proses penyelesaian masalah pada pengabdian ini terdiri dari dua macam, yaitu pelatihan *online marketing* dan pembuatan dan pemberian mesin embos sekaligus buku panduan penggunaan. Pelatihan *online marketing* dilakukan dengan tujuan, lebih memperkenalkan para pekerja dari UMKM Eko Bubut tentang manfaat dan pengaruh dari metode ini. Proses pelatihan dimulai dengan adanya diskusi dua arah dari mitra yaitu UMKM Eko Bubut dengan pihak pengabdian yang dimulai pada tanggal 8 Juli 2019 hingga eksekusi kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 10 Juli 2019. Materi pelatihan *online marketing* menitikberatkan pada penggunaan *google* dan *youtube* sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif.

Penyelesaian permasalahan yang kedua adalah pemberian dan pelatihan penggunaan mesin embos atau *hot print*. Penggunaan mesin ini bertujuan untuk memberikan *brand* atau cap pada permukaan produk, sehingga UMKM terkait dapat lebih dikenal oleh masyarakat umum. Permasalahan yang terjadi selama ini, adalah kebanyakan produk dari UMKM Eko Bubut ini, dibeli pihak ketiga dengan harga yang sangat murah, kemudian dijual ulang dengan harga yang lebih tinggi bahkan hingga 3 kali lipat. Hal ini merugikan pihak UMKM karena cukup banyak potensi dari keuntungan yang hilang begitu saja, karena rendahnya pengetahuan masyarakat tentang adanya UMKM ini.

Mesin embos atau *hot print* yang akan diberikan kepada mitra, merupakan variasi dari mesin embos yang telah banyak dipergunakan pada produk berbasis kulit, yang membedakan dengan produk berbasis kulit adalah penggunaan temperatur yang lebih tinggi karena produk

kayu membutuhkan panas yang lebih tinggi agar proses *branding* atau pengecapan dapat terjadi pada permukaan produk. Pada mesin embos juga terpasang plat besi yang tertulis nama UMKM, logo serta narahubung dari UMKM tersebut, hal ini diharapkan dapat membuat UMKM tersebut lebih banyak dikenal oleh masyarakat, dan pihak ketiga tidak dapat mengambil profit yang besar dengan mengatasnamakan produk pribadi karena sudah tertera logo dari UMKM Eko Bubut. Selain pemberian mesin embos tersebut, akan dilakukan juga sosialisasi dari penggunaan mesin bubut tersebut ke UMKM terkait, pada pelaksanaannya, pengabdian akan menggunakan tenaga dari mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Ahmad Dahlan atas nama Fikram Oktafiandi dengan NIM 1700019046 untuk memberikan materi sosialisasi penggunaan mesin sesuai dengan buku panduan yang diberikan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Permasalahan pertama dari UMKM Eko Bubut adalah kurangnya pengetahuan terkait penjualan secara *online* atau daring. Pengusul kemudian memberikan pelatihan terkait *online marketing* dengan berbasis dan menggunakan aplikasi *Google* dan *Youtube*. Pelatihan dasar penjualan daring ini dimulai dengan pemberian pelatihan dengan memanfaatkan mesin pencari *google*. Mitra diberikan konsep terkait penggunaan kata kunci untuk memudahkan calon pembeli untuk mencari produk yang dijual oleh mitra. Materi kedua adalah pelatihan penjualan daring dengan memanfaatkan aplikasi *Youtube*. Konsep penggunaan aplikasi ini, hampir sama dengan penjualan daring dengan memanfaatkan *Google* yaitu dengan memberikan kata kunci terkait produk yang akan dijual.

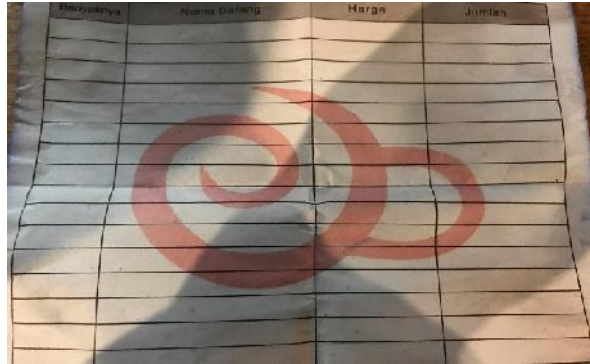
Pemasaran melalui kedua aplikasi yang berbasiskan pada penggunaan *keywords* atau kata kunci, sehingga produk yang dibuat oleh UMKM dapat dengan mudah ditemukan oleh para responden. Semakin banyak kata kunci yang diberikan pada unggahan produk yang dijual, maka potensi para konsumen untuk menemukan UMKM milik mitra dan produk yang dijual oleh mitra akan semakin mudah. Selain penggunaan kata kunci, UMKM juga harus menentukan seberapa besar jangkauan dari penjualan produk yang diinginkan, hal ini juga dapat ditentukan melalui pengaturan jangkauan pada kedua aplikasi tersebut. Gambaran pendampingan saat pelatihan terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pendampingan dan pelatihan *online marketing*

Permasalahan lain yang ditemukan oleh pelaksana adalah belum adanya *branding* dari produk yang telah diproduksi oleh mitra. Permasalahan ini cukup merugikan bagi mitra, karena paparan konsumen terhadap UMKM mitra menjadi sangat rendah. Menurut Delbaere⁽³⁾ dan Kim et al⁽⁴⁾, ketidakadaan merek dari UMKM pada permukaan produk dikhawatirkan menjadi salah satu alasan kurangnya pengetahuan terhadap produk terkait sehingga

konsumen tidak merasa terikat dengan produk dari UMKM Eko Bubut ini. Permasalahan lain yang terjadi saat ini, adalah adanya tengkulak yang membeli produk buatan mitra, kemudian dijual dengan nilai yang lebih tinggi. Hal tersebut, justru menjadi kerugian bagi mitra, karena tidak dapat memanfaatkan secara maksimal *margin profit* yang didapatkan. Permasalahan ini, diselesaikan oleh pengabdian dengan cara memberikan mesin *emboss* yang berfungsi sebagai alat pemberi cap merek dari UMKM mitra ke produk yang akan dan telah diproduksi. Proses awal dari konsep branding ini adalah membuat lempengan *emboss* yang menunjukkan logo dari mitra. Contoh logo mitra yang terdapat pada nota pembayaran tersaji pada gambar 2.



Gambar 2. Contoh logo mitra yang terdapat pada nota pembayaran

Menggunakan logo yang telah dimiliki oleh mitra, pengabdian kemudian berencana untuk membuat dalam bentuk lempengan besi yang nantinya akan dicap pada produk terkait. Langkah awal yang dilakukan adalah membuat desain tersebut dengan aplikasi pada komputer. Pengusul akan membuat 3 macam bentuk logo, yaitu dalam bentuk lingkaran sebanyak 2 jenis dan tulisan memanjang. *Template* logo yang akan dibentuk lempengan *emboss* terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. *Template* logo yang akan dibentuk lempengan *emboss*

Proses pembuatan lempengan pada program kali ini belum terselesaikan, hal ini dikarenakan pada proses pembuatan desain logo lempengan ini, diperlukan proses konsultasi dengan mitra, serta proses pembuatan lempengan yang membutuhkan waktu. Selain pembuatan lempengan *emboss*, peralatan lain yang diperlukan dan akan diberikan kepada mitra adalah mesin *emboss* tersebut. Mesin *emboss* yang akan dipergunakan ini, nantinya akan dimanfaatkan sebagai peralatan yang dipergunakan untuk memberikan *brand* pada

bagian belakang produk. Selain pemberian mesin *emboss*, pengusul juga berencana memberikan buku manual penggunaan serta perawatan, sehingga mitra tetap dapat memanfaatkan peralatan yang diberikan dalam waktu yang panjang. Gambar Mesin *Emboss* Kayu terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Mesin *Emboss* Kayu

SIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh pengusul di Dusun Gumawang pada kerajinan Eko Bubut ini, menyelesaikan dua permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Permasalahan pertama adalah belum adanya keberadaan logo atau brand dari produk yang dijual. Masalah tersebut diatasi oleh pengusul dengan memberikan peralatan mesin *emboss* kayu, yang dikombinasikan dengan logo dari UMKM tersebut. Peralatan *emboss* ini dapat memunculkan logo dari UKM Eko Bubut pada bidang dari produk yang diperjualbelikan. Permasalahan kedua yang dihadapi adalah kurangnya dan rendahnya tingkat penjualan produk dari Eko Bubut. Pengusul dalam menyelesaikan permasalahan ini, memberikan pelatihan terkait *online marketing* dengan menggunakan aplikasi *Youtube* dan *Google*. Kedua aplikasi ini dipergunakan untuk mempermudah proses penjualan dengan hanya menggunakan kata kunci atau *keyword* dari produk yang akan dijual.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Saudara Lintang Damar Saputra atas bantuannya dalam proses perancangan serta pembuatan mesin *emboss* yang akhirnya dapat dipergunakan. Ucapan terimakasih juga kami berikan kepada Saudari Anindya Kusumaningrum yang juga telah membantu dalam pembuatan buku manual penggunaan mesin *embos* dan desain plat *embos*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anonim, (2019), bermodalkan kerja keras eko jadi usahawan sukses, <http://putat-patuk.desa.id/first/artikel/144-bermodalkan-kerja-keras-eko-jadi-usahawan-sukses>, online diakses 28 Februari 2019)
- [2] Anonim, (2019), Data UMKM Yogyakarta, (<https://umkm.jogjakarta.go.id>, online, diakses 28 Februari 2019)
- [3] Delbaere, M., McQuarrie, E.F., Phillips, B.J., (2011), Personification in Advertising, *Journal of Advertising*, 40, 121-130
- [4] Kim, K., Park, J., Kim, J., (2014), Consumer-brand Relationship Quality: When and How it Helps Brand Extension, *Journal of Business Research*, 67(4), 591-597