

BIMBINGAN TEKNIS UMKM DALAM UPAYA PENINGKATAN BRANDING PENGRAJIN KLAKAT DESA KADUGENEP SERANG

Narhendrha Putra Sardjana¹, Huddiansyah², Ikkal Rachmat³, Geggy Gamal Surya⁴

^{1,2,4} Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul

³ Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul

Jl. Arjuna Utara No. 9, Duri Kepa, Kecamatan Kebon Jeruk

Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11510

narhendrha.putra@esaunggul.ac.id

Abstract

This community service program aims to increase the product value and competitiveness of bamboo steamer micro and small medium enterprises products in Kadugenep Village Serang. The methods used in this program is counseling and training about the role of product identity as part of a marketing strategy that can be easily applied to bamboo steamer craft products with the hot branding technique, so they can be differentiated from competitor products. The result is the increasing of awareness and understanding of marketing strategies that included: branding, product value increasing, technique to applied product identity, creativity, and product competitiveness. Consequently, this community service program was very useful as a solution to increased the product value and competitiveness of bamboo steamer produced, due to the primary needs of bamboo steamer micro small and medium enterprises craftsmen in Kadugenep Village Serang.

Kata kunci : *Branding, bamboo steamer, product value*

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan nilai produk dan daya saing produk UMKM klakat bambu di Desa Kadugenep Serang. Metode yang digunakan adalah penyuluhan dan pelatihan tentang peran identitas produk sebagai bagian dari strategi pemasaran yang dapat diterapkan secara mudah pada produk kerajinan klakat bambu dengan teknik cap bakar, agar mampu dibedakan dengan produk kompetitor. Hasil yang dicapai adalah peningkatan pemahaman para pelaku UMKM produk klakat bambu Desa Kadugenep Serang terkait strategi pemasaran yang meliputi aspek: branding, peningkatan nilai produk, teknik pengaplikasian identitas produk, kreativitas, dan daya saing produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat bermanfaat sebagai solusi guna meningkatkan nilai produk dan daya saing produk kerajinan klakat bambu yang dihasilkan, terkait dengan kebutuhan utama dari para pelaku UMKM produk klakat bambu di Desa Kadugenep Serang.

Kata kunci : Branding, klakat bambu, nilai produk

Pendahuluan

Kemajuan industri kreatif di Indonesia yang semakin pesat belakangan ini telah memberikan peluang besar bagi para pelaku industri kerajinan lokal, terutama produk-produk industri kerajinan lokal yang menggunakan bahan alami—di mana hal ini sejalan dengan peningkatan budaya ramah lingkungan di kalangan masyarakat lokal. Salah satunya adalah seperti pelaku kerajinan produk alat masak tradisional khas budaya Kanton berbahan alami yang berasal dari kawasan Desa Kadugenep, Jawa Barat.

Desa Kadugenep yang memiliki luas wilayah hingga 294 hektare sendiri terletak di Kecamatan Petir, Kabupaten Serang—di mana secara geografis, Desa Kadugenep dikelilingi oleh Desa Sindangsari di sisi Utara, Desa

Panunggulan di sisi Selatan, Desa Kubang Jaya di sisi Timur, dan Desa Padasuka di sebelah Barat. Mayoritas penduduk Desa Kadugenep adalah para pelaku UMKM, baik UMKM kerajinan alat masak tradisional yang lebih dikenal dengan istilah ‘Klakat’ berbahan bambu, maupun kerajinan tas.

Klakat atau kukusan bambu merupakan alat masak tradisional khas budaya Kanton yang seringkali digunakan dalam dunia kuliner untuk mengukus tidak hanya masakan tradisional khas budaya Kanton seperti dim sum dan siomay, tapi juga dapat digunakan untuk mengukus sayuran sampai saat ini di Indonesia, karena menggunakan material 100% alami, ramah lingkungan, dan tahan lama. Pada umumnya klakat bambu terbuat dari bahan bilah bambu apus dan bambu gombang yang diserut tipis,

untuk kemudian dibentuk bundar, dan diberi alas berupa bilah bambu yang dibuat saling silang serta diikat dengan serutan tipis bambu. Selain itu, klakat bambu juga dilengkapi dengan bagian tutup yang terbuat dari hasil anyaman bambu.

Para pengrajin klakat bambu di Desa Kadugenep dikepalai oleh seorang perintis usaha UMKM kerajinan klakat bambu yang dikenal dengan nama Pak Usman Klakat, yang mana ia telah merintis usahanya sejak tahun 1985 dikarenakan oleh pengalamannya saat merantau sebagai tukang kayu di Jakarta sebelumnya—di mana ia mengetahui betapa besarnya permintaan atas produk klakat bambu di Jakarta pada saat itu. Menurut para pengrajin klakat bambu di Desa Kadugenep, mereka mampu menghasilkan 10 buah produk klakat bambu dalam 1 hari, yang setelah mencapai jumlah sesuai pesanan, akan didistribusikan kepada para penjual produk kerajinan klakat bambu di kawasan Glodok, Jakarta Barat.

Sayangnya, dikarenakan oleh rendahnya wawasan para pengrajin klakat bambu di Desa Kadugenep tentang *branding* yang dapat dilihat dari tidak adanya unsur pembeda secara fisik dengan produk klakat bambu yang ada di pasaran, sehingga menyebabkan kesulitan bagi para pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep untuk meningkatkan nilai produk serta harga jual produknya agar sesuai dengan harga jual pasaran di wilayah Jabodetabek. Hal ini terlihat dari hasil komparasi terhadap nilai jual produk UMKM kerajinan klakat bambu asal Jawa Tengah. Sebagai contohnya, pada saat para pengrajin asal Jawa Tengah mampu menjual produk klakat bambu berukuran 30 cm seharga Rp. 107.500, para pengrajin asal Desa Kadugenep hanya menjual produk klakat bambu berukuran lebih besar, yakni 52 cm dengan harga Rp. 100.000 di pasaran Jabodetabek—di mana hal tersebut menunjukkan betapa rendahnya nilai produk kerajinan klakat bambu buatan para pengrajin di Desa Kadugenep karena tidak memiliki identitas produk sebagai pembeda terhadap para pesaing dari daerah lain di Indonesia.

Pada dasarnya, beberapa tujuan dari merek atau identitas produk sendiri adalah untuk membangun kesadaran merek, menciptakan hubungan emosional,

membedakan produk, menciptakan kredibilitas dan kepercayaan, serta untuk memotivasi pembelian (Firmansyah, 2019). Selain itu, dalam pemilihan merek atau identitas produk, akan lebih baik jika sesuai dengan kriteria seperti ‘mudah dikenali, mudah diingat, menarik, bersifat fleksibel (baik dari sisi budaya maupun bahasan geografis), dan otentik’ (Firmansyah, 2019). Penjelasan ini pun telah diatur pada Peraturan Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Departemen Perindustrian Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek Pasal 1 yang membahas bahwa “Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”.

Dilandasi oleh fenomena tersebut, dapat teridentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra pengabdian pada masyarakat ini, yaitu: (1) Masih rendahnya wawasan dan pemahaman tentang *branding* yang merupakan bagian dari strategi pemasaran produk; (2) Kurangnya upaya pemasaran dari produk kerajinan klakat bambu yang dapat dilakukan karena tidak memiliki identitas produk sebagai pembeda terhadap produk kompetitor; dan (3) Permasalahan bagaimana membuat produk sebagai media untuk menerapkan identitas produk sebagai pembeda terhadap produk pesaing agar mampu meningkatkan nilai produk serta harga jual produk kerajinan klakat bambu asal Desa Kadugenep.

Berdasarkan latar belakang dan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka tim Pengabdian pada Masyarakat FDIK dan FIKOM Universitas Esa Unggul sebagai Penulis artikel ini memutuskan untuk memberikan solusi sesuai dengan keahlian dan kepakaran masing-masing anggota tim, yang terdiri dari bidang keilmuan Desain Produk, bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual, dan bidang keilmuan Ilmu Komunikasi, dalam bentuk kegiatan pelatihan penerapan identitas produk dengan teknik cap bakar yang didukung oleh media cetak brosur untuk memudahkan pemahaman dari para peserta kegiatan, serta pengarahan terkait pentingnya branding sebagai bagian dari strategi pemasaran produk—di mana hal tersebut akan memberikan dampak positif terhadap

peningkatan nilai produk serta harga jual produk di pasaran, serta akan memudahkan upaya pemasaran yang lebih luas sesuai dengan target pencapaian para pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan yaitu setelah diawali dengan upaya memperluas wawasan dan pemahaman tentang peran *branding* sebagai bagian utama dari strategi pemasaran untuk meningkatkan motivasi serta kesadaran para pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep terkait pentingnya identitas produk, maka langkah selanjutnya adalah melakukan penyuluhan tentang pengaplikasian identitas produk dan kewirausahaan untuk meningkatkan nilai serta daya saing produk terhadap pesaing. Kegiatan penyuluhan diuraikan dalam beberapa tahap sebagai berikut: Pertama tahap Survei lapangan dan Penjajakan—di mana tim Pengabdian pada Masyarakat FDIK dan FIKOM Universitas Esa Unggul bekerjasama dengan perintis kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep sebagai koordinator pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di lokasi mitra dan pihak terkait seperti Kepala Desa Kadugenep untuk mengatur perencanaan lokasi dan waktu pelaksanaan kegiatan, berikut dengan pengaturan penggunaan sarana yang dibutuhkan saat waktu pelaksanaan kegiatan penyuluhan. Tahap pertama ini diakhiri dengan proses surat menyurat untuk perijinan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pihak mitra terkait, yakni Kepala Desa Kadugenep, bapak H. Muhammad Aopidi.

Kedua, penentuan tugas anggota tim yang akan melibatkan para dosen dari beberapa bidang keilmuan berbeda, yakni bidang keilmuan Desain Produk, Desain Komunikasi Visual, serta Ilmu Komunikasi, didukung oleh beberapa anggota mahasiswa/i. Ketiga, setelah setiap anggota tim sudah memahami tugasnya masing-masing, maka dilakukanlah tahap perancangan produk cap bakar atau dikenal dengan istilah '*Hot Branding*' yang dilengkapi oleh stempel logo pengrajin berbahan kuningan sebagai media pengaplikasian identitas produk—di mana konsep penggunaan teknik cap bakar ini disesuaikan dengan kondisi di lokasi mitra yang memiliki keterbatasan apabila

menggunakan perangkat elektronik, tahap persiapan modul penyuluhan dan pelatihan yang mudah dipahami oleh mitra, dan persiapan sarana berikut prasarana kegiatan. Keempat, tahap pelaksanaan kegiatan penyuluhan tentang penerapan identitas produk dengan teknik cap bakar yang praktis digunakan sebagai bagian dari strategi pemasaran, didukung oleh materi berupa brosur sebagai media komunikasi yang mudah dipahami untuk memperluas wawasan peserta terkait dengan bidang pemasaran dan kewirausahaan. Kelima, tahap evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat selesai dilaksanakan dan diaplikasikan sesuai kebutuhan mitra—di mana tahap ini dibutuhkan agar tim mengetahui dan memahami kekurangan maupun kelebihan dalam proses pelaksanaan.

Untuk pendekatan yang dilakukan dengan mitra selain melakukan pendekatan studi kasus juga pendekatan metode eksplorasi material—di mana metode eksplorasi material dilakukan dengan memberikan pelatihan terhadap para pengrajin produk klakat bambu agar mampu mengaplikasikan identitas produk berupa logo menggunakan teknik cap bakar pada setiap hasil karya produk kerajinan klakat bambu, sebelum dikirimkan kepada distributor produk mereka di daerah Glodok, Kota Jakarta Barat.

Adapun kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini direncanakan untuk diadakan dalam jangka waktu selama enam bulan atau satu semester. Peserta penyuluhan pengaplikasian identitas produk untuk memperluas wawasan tentang pemasaran serta peningkatan nilai produk dan daya saing produk adalah para pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, Provinsi Banten Jawa Barat. Sedangkan untuk waktu pelaksanaan kegiatan penyuluhan disepakati oleh tim pelaksana dan koordinator UMKM produk kerajinan klakat bambu untuk diadakan pada tanggal 21 Juli 2023, dengan menggunakan Gedung Olahraga Desa Kadugenep sebagai aula pertemuan masyarakat. Berikut ini adalah Jadwal Kegiatan PPM:

Tabel 1
Jadwal Kegiatan PPM

| No | Nama Kegiatan | Keterangan |
|----|---|--------------------------------------|
| 1 | Survei ke lokasi mitra | 26 Juni 2023 |
| 2 | Survei peralatan untuk penyuluhan dan pelatihan | 26 Juni 2023 |
| 3 | Serah terima surat ijin ke mitra dari FDIK | 26 Juni 2023 |
| 4 | Penyerahan Proposal | 18 Juli 2023 |
| 5 | Pembelian peralatan untuk pelatihan | 18 Juli 2023 |
| 6 | Pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan di lokasi mitra | 21 Juli 2023 |
| 7 | Pembuatan laporan akhir pengabdian kepada masyarakat oleh tim | 18 September 2023 – 20 Desember 2023 |

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah dilaksanakan pada akhir bulan Juli 2023 sampai dengan pertengahan bulan Agustus 2023 berlokasi di Desa Kadugenep, Kecamatan Petir, Kabupaten Serang, Provinsi Banten Jawa Barat. Diawali dengan tahap survei ke lokasi mitra berikut survei peralatan untuk kegiatan penyuluhan pada tanggal 26 Juni 2023. Adapun setelah tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat FDIK dan FIKOM Universitas Esa Unggul ini melakukan proses diskusi penetapan waktu pelaksanaan kegiatan dengan koordinator pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep dan telah melaksanakan tahap serah terima perizinan kepada pihak Kepala Desa Kadugenep, maka hal pertama yang harus dilakukan adalah menentukan teknik pengaplikasian identitas produk sesuai dengan media yang digunakan, yaitu alat cap bakar atau 'Hot Branding'. Mengingat target kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para pengrajin produk klakat bambu yang memiliki keterbatasan pengetahuan terhadap teknologi, maka tim memutuskan untuk merancang desain logo untuk merepresentasikan identitas produk kerajinan klakat bambu asal Desa Kadugenep, untuk kemudian dicetak dalam bentuk pelat stempel berbahan kuningan dan disambungkan dengan gagang kayu. Adapun langkah

berikutnya adalah menyusun materi terkait peran identitas produk untuk peningkatan nilai produk serta daya saing produk dalam strategi pemasaran, yang kemudian dicetak dalam bentuk brosur sebagai media penyampaian materi penyuluhan yang menarik dan mudah dipahami oleh mitra.



Gambar 1
Kantor Kepala Desa dan Gelora Desa Kadugenep



Gambar 2
Suasana tempat pengrajin klakat bambu di Desa Kadugenep



Gambar 3
Dokumentasi produk kerajinan klakat bambu



Gambar 4
Ilustrasi produk Cap Bakar

Pada hari pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang diadakan pada tanggal 21 Juli 2023, tim disambut oleh bapak Usman Klakat dan bapak Idrus selaku koordinator pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Gedung Olahraga Desa Kadugenep, bersama dengan para peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang terdiri dari para pengrajin produk klakat bambu. Saat kegiatan penyuluhan berlangsung, para peserta sangat antusias dengan materi yang diberikan oleh anggota tim dan sangat aktif dalam sesi diskusi tanya jawab. Setelah kegiatan penyuluhan diakhiri, dilakukan tahap dokumentasi kegiatan bersama para peserta kegiatan dan anggota tim pelaksana, bersamaan dengan proses serah

terima alat cap bakar yang telah dirancang dan disiapkan sebelumnya oleh tim pelaksana agar dapat digunakan sebagai media penerapan identitas produk oleh para pelaku UMKM produk kerajinan klakat bambu di Desa Kadugenep setelahnya, berikut dengan proses serah terima penghargaan dengan bapak Usman Klakat selaku perintis produk kerajinan klakat bambu di lokasi mitra. Penutupan acara kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga dihadiri oleh bapak H. Muhammad Aopidi selaku Kepala Desa Kadugenep.

Kepala Desa Kadugenep juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada tim PPM atas pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini, karena berbeda dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang pernah diadakan sebelumnya—di mana hanya diperuntukkan bagi para siswa PAUD Anggrek Rosalina 011 di Desa Kadugenep Serang.



Gambar 5
Dokumentasi kegiatan PPM di Gelora Desa Kadugenep



Gambar 6
Dokumentasi proses serah terima alat cap bakar kepada mitra



Gambar 7

Sesi foto bersama tim pelaksana dan mitra



Gambar 8

Dokumentasi proses serah terima penghargaan kepada Kepala Desa Kadugenep

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan oleh tim FDIK dan FIKOM Universitas Esa Unggul di Desa Kadugenep, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah sukses memberikan solusi dan bantuan sebagai jawaban terhadap permasalahan mitra. Mereka juga sangat berterima kasih kepada tim pelaksana, dengan adanya penyuluhan dan pelatihan ini membuat wawasan mitra terkait pentingnya peran identitas produk sebagai bagian dari strategi pemasaran menjadi semakin luas, didukung dengan pemahaman terhadap teknik cap bakar untuk pengaplikasian identitas produk berupa logo, yang mana diyakini oleh mereka sebagai solusi termudah dan tercepat yang dapat digunakan dalam jangka waktu panjang ke depannya.

Ditambah hasil perancangan tim mengenai ide dan konsep pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang disesuaikan dengan kondisi dan situasi di lokasi mitra, yang mana tidak menyediakan perangkat elektronik seperti alat proyektor sebagai media penyampaian materi penyuluhan dan pelatihan.

Daftar Pustaka

- Firmansyah, Dr. M. Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah Departemen Perindustrian. (2007). *Kebijakan Pemerintah Dalam Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Dan Liberalisasi Perdagangan Jasa Profesi Di Bidang Hukum Bab A.1a*. Indonesia: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2001). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001*. Pasal 1 No. 1. Indonesia: Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.
- Henrics, Damon. (2018). *Asian Cooking with Your Bamboo Steamer*. Amazon Digital Services LLC.
- Yusuff, Adisti A., Anggraeni, Putri A. (2021). *Pelatihan Keterampilan Tangan Menggunakan Media Flanel 'Pengenal Jenis Binatang' Sebagai Proses Kreatif Siswa PAUD Anggrek Rosalina 011*. Jakarta: Jurnal Abdimas Vol. 7 No. 2.
- <https://kadugenep-petir.desa.id/profil/>