

Membangun Citra Bisnis: Pembuatan Profil dan Katalog Produk Umkm Pada Umkm Binaan PT. PHR di Kabupaten Rokan Hilir

Muhammad Arif¹, Teguh Widodo², Siti Nabila Kahirani³

¹Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bengkalis, m.arif@polbeng.ac.id

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan citra bisnis UMKM binaan PT. Pertamina Hulu Rokan (PHR) di Kabupaten Rokan Hilir melalui pembuatan profil dan katalog produk. UMKM di Indonesia sering menghadapi tantangan dalam memperkuat citra merek mereka di pasar yang semakin kompetitif. Profil dan katalog produk berfungsi sebagai alat penting dalam memperkenalkan produk dan memperkuat identitas merek UMKM, meningkatkan daya tarik visual serta profesionalisme. Kegiatan pengabdian ini dilakukan selama enam bulan (Juni-November 2024), menggunakan metode survey, wawancara, pelatihan, dan pendampingan. Hasil yang dicapai meliputi pembuatan katalog produk dan profil UMKM yang komprehensif, desain yang konsisten dengan identitas merek, dan peningkatan pemahaman UMKM terhadap strategi branding. Dengan adanya profil dan katalog, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing serta memperluas peluang pemasaran baik offline maupun online. Program ini berhasil memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan pelanggan terhadap produk UMKM binaan PT. PHR.

Keywords: UMKM, citra bisnis, profil produk, katalog, strategi branding

Abstract

This community service program aims to improve the business image of MSMEs assisted by PT. Pertamina Hulu Rokan (PHR) in Rokan Hilir Regency by creating product profiles and catalogues. MSMEs in Indonesia often face challenges in strengthening their brand image in an increasingly competitive market. Product profiles and catalogs function as important tools in introducing products and strengthening MSME brand identity, increasing visual appeal and professionalism. This service activity was carried out for six months (June-November 2024), using survey, interview, training and mentoring methods. The results achieved include creating a comprehensive product catalog and MSME profile, design that is consistent with brand identity, and increasing MSME understanding of branding strategies. With profiles and catalogs, it is hoped that MSMEs can increase their competitiveness and expand marketing opportunities both offline and online. This program succeeded in making a significant contribution in increasing customer professionalism and trust in PT's MSME products. PHR.

Keywords: MSMEs, business image, product profile, catalogue, branding strategy

1. Pendahuluan

Citra mempunyai peran yang sangat penting bagi sebuah UMKM, penelitian Yoon, et al., (2006), dapat digeneralisasikan bahwa sebuah aktivitas UMKM akan meningkatkan citra perusahaan yang berperan penting dalam menyampaikan pesan perusahaan kepada konsumen. Schantz dan Herbert, (2007) menjelaskan bahwa citra adalah komunikasi yang

didefinisikan sebagai proses di mana informasi ditransmisikan dan dipahami antara dua pihak atau lebih. Bing, (2006), menjelaskan bahwa komunikasi digambarkan sebagai arus informasi melalui berbagai saluran antara pengirim dan penerima, termasuk konfirmasi pesan dan elemen gangguan dalam proses. Atribut dan aktivitas UMKM dapat direkam dan memberi informasi kepada masyarakat yang akan menjadikan sebuah citra. Arus informasi yang mengalir tidak terbatas hanya yang baik yang akan menjadi citra baik demikian pula akan terjadi berpotensi pula munculnya citra buruk. Dengan demikian citra buruk bagi UMKM yang sering muncul di media massa jelas tidak mendukung operasi perusahaan dengan lancar dan upaya kontraproduktif untuk meningkatkan produktivitas dan laba.

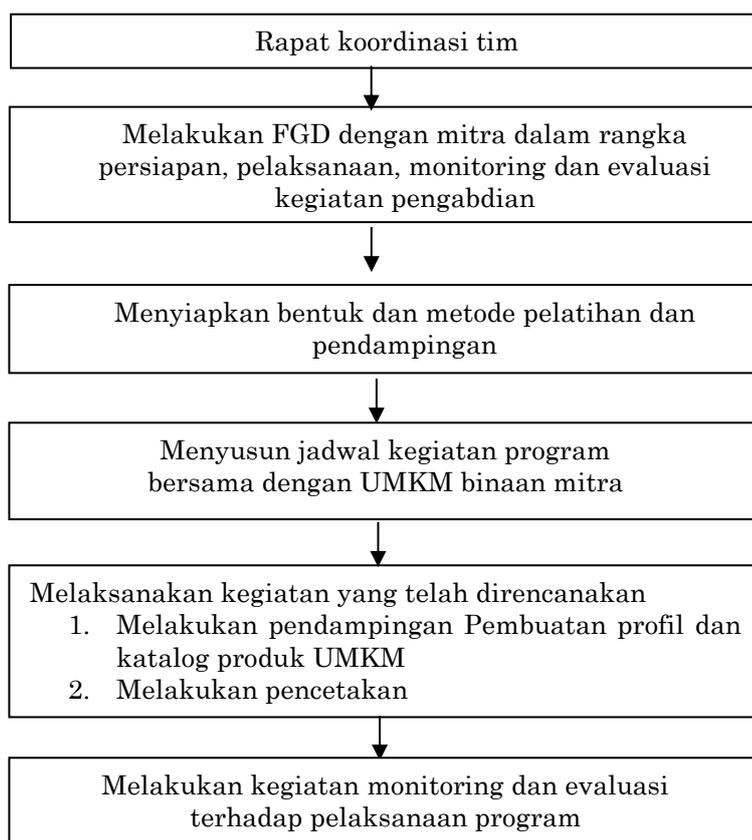
Pengakuan akan pentingnya citra bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam produk UMKM. UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi lokal dan nasional, namun sering kali menghadapi tantangan dalam memperkuat citra merek mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, pembuatan profil dan katalog merupakan langkah strategis untuk memperkuat identitas merek, meningkatkan visibilitas, dan menarik minat konsumen

Fakto yang melatar belakangi pembuatan profil dan katalog anantara lain, tantangan dalam Visibilitas: Banyak UMKM pada produk UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas mereka di pasar. Tanpa profil dan katalog yang memadai, UMKM mungkin kesulitan untuk bersaing dan menarik perhatian konsumen. Ketidakpastian Ekonomi: Kondisi ekonomi yang tidak pasti, terutama dalam konteks global saat ini, menuntut UMKM untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif. Pembuatan profil dan katalog dapat menjadi bagian dari strategi tersebut untuk memperkuat posisi bisnis di pasar. Potensi Pertumbuhan: Meskipun UMKM memiliki potensi pertumbuhan yang besar, banyak di antaranya belum sepenuhnya memanfaatkan kesempatan yang ada. Pembuatan profil dan katalog yang baik dapat menjadi pendorong pertumbuhan bisnis dengan meningkatkan kesadaran konsumen dan penjualan produk. Dukungan Terhadap UMKM: Pembuatan profil dan katalog juga dapat dianggap sebagai bentuk dukungan terhadap UMKM lokal. Dengan memberikan bimbingan dan sumber daya yang diperlukan untuk membangun citra bisnis mereka, kita dapat membantu UMKM dalam menghadapi tantangan yang mereka hadapi.

UMKM binaan PT. PHR di Kabupaten Rokan Hilir memiliki berbagai jenis produk dan gerai. berdasarkan hasil pengamatan, diskusi, dan observasi di lapangan, dapat disimpulkan bahwa belum adanya profil dan katalog UMKM.

2. Metode Pelaksanaan

Untuk mengatasi permasalahan yang ada sebagaimana tercantum pada bab 1 dan 2, maka kegiatan pengabdian ini menggunakan metode *survey*, wawancara, pelatihan dan pendampingan. Tahapan kegiatan yang akan dilakukan dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra disajikan dalam bagan alir kegiatan berikut :



Gambar 3.1 Tahapan Kegiatan pengabdian

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang berjudul "Membangun Citra Bisnis: Pembuatan Profil dan Katalog Produk UMKM pada UMKM Binaan PT. Pertamina Hulu Rokan di Kabupaten Rokan Hilir" dilakukan selama 6 bulan, mulai dari Juni 2024 hingga November 2024. Berikut hasil yang telah dicapai selama program berlangsung:

5.1 Tahapan Design Katalog dan Profil UMKM

UMKM binaan PT. Pertamina Hulu Rokan di Kabupaten Rokan Hilir berhasil membuat profil yang komprehensif dan katalog produk yang profesional. Selama pendampingan, mitra UMKM menerima pelatihan tentang pentingnya profil bisnis dan katalog produk sebagai alat pemasaran yang efektif. Pendampingan dilakukan di tempat UMKM binaan PT. PHR dengan jumlah 18 UMKM. Adapun nama-nama UMKM antara lain, Opak Nazwa, Opak Nazrullah, Kupuk Podeh mak Uwo, Keripik Pedas Ibu Iyar, Giling Bumbu Omak Uwong, Tahu Rido Kasi, Gula Sawit Pak Agus, Kilang Tahu Barokah, BUMKep Permata Anugrah (BANGKO PERMATA), BUMKep Jaya Bersama (BANGKO JAYA), Puja Sera Bangko jaya, BUMKep Sepakat Jaya Barokah (Bangko Bakti), Gerai Oleh-oleh Rohil (UMKM Madu Al faith, UMKM Semprong Leni Jaya, UMKM Kentag Mustofa, UMKM Manisan buah, UMKM Churly Cheese, UMKM Asam Kelubi Lena, UMKM Ikan Salai Laut Lena, UMKM Keripik ikan gulamo, UMKM Stik Kentang, UMKM Basreng Dina, UMKM Dendoam, UMKM Kue wijen & kacang pukul,

UMKM Terasi Sodap, UMKM Terasa sedap rasa, UMKM Keripik Ikan Asin Gulama, UMKM Peyek Ibum, UMKM Choco Chip, UMKM Heart Cookies, UMKM VCO, UMKM Aneka Ikan Asin UMKM ROQI, UMKM Kerupuk Sinaboy, UMKM Brownies, UMKM Keripik Keladi, UMKM Snack Ikan Lo Mak, UMKM Kerupuk Lo Mak, UMKM Abon Ikan Lo Mak, UMKM Beras), Rumah Tamadun, Kilang Tahu Maju Bersama, UMKM Hendrapao, umkmRumah Belajar Inovati (RBI), UMKM Mak N'dut. Hasil dokumentasi pendampingan pembuatan profil dan katalog dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 5.1 Wawancara dengan pemilik UMKM

5.2 Tahapan Eksplorasi Design Katalog dan Profil UMKM

Tahapan eksplorasi desain untuk katalog dan profil UMKM sangat penting untuk menciptakan tampilan yang menarik dan sesuai dengan brand



Gambar 5.2 Produk UMKM Umah Oleh-oleh

Berdasarkan hasil ekplorasi katalog dan profil produk UMKM maka perlu di lakukan pembuatan katalog dan profil yang bertujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan Daya Tarik Visual Produk: Desain katalog dan profil yang menarik dapat mencuri perhatian audiens dan membuat produk terlihat lebih profesional, meningkatkan peluang mereka untuk tertarik dan membeli.

2. Memperkuat Branding dan Citra Usaha: Desain yang konsisten dengan identitas merek akan membantu memperkuat citra UMKM di mata pelanggan, sehingga lebih mudah dikenali dan diingat.

3. Menyampaikan Informasi dengan Jelas dan Efisien: Katalog dan profil yang terstruktur baik memungkinkan pelanggan untuk memahami informasi produk, sejarah UMKM, serta nilai-nilai usaha dengan lebih cepat dan jelas.

4. Membangun Kepercayaan dan Kredibilitas: Katalog dan profil yang profesional memberikan kesan serius dan terpercaya, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan layanan UMKM.

5. Meningkatkan Kesempatan Promosi dan Pemasaran: Katalog yang menarik dan profil yang komprehensif dapat digunakan sebagai alat pemasaran di berbagai platform, baik offline (seperti di toko atau pameran) maupun online (media sosial, website), untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

6. Mengoptimalkan Komunikasi dengan Pelanggan dan Mitra: Katalog dan profil memudahkan calon pelanggan dan mitra untuk mengetahui produk, kontak, dan penawaran UMKM dengan mudah, sehingga komunikasi berjalan lebih efektif.

5.3 Tahapan Desain Akhir Katalog dan Profil UMKM

1. Katalog UMKM

Katalog UMKM berisi deskripsi singkat setiap UMKM yang mencakup, Nama UMKM dan Logo, Lokasi usaha dan kontak, deskripsi Singkat tentang sejarah, nilai, atau keunikan usaha mereka, serta hubungan mereka dengan program binaan PHR. Foto UMKM atau Pemilik: Tampilkan foto produk atau pemilik usaha untuk memberikan sentuhan personal.



Gambar 5.3 Katalog Produk Umah Oleh-oleh

2. Profil UMKM

Profil UMKM binaan PHR (Pertamina Hulu Rokan) dapat dirancang untuk memperkenalkan setiap usaha, menyoroti nilai keunikan, dan menjelaskan kontribusi PHR dalam pemberdayaan mereka. Profil UMKM berisi Deskripsi, Jumlah karyawan, Omset, Lokasi Usaha dan foto produk UMKM.



Gambar 5.4 Profil UMKM

4. Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang berjudul "Membangun Citra Bisnis: Pembuatan Profil dan Katalog Produk UMKM pada UMKM Binaan PT. Pertamina Hulu Rokan di Kabupaten Rokan Hilir" berhasil memberikan kontribusi signifikan bagi UMKM binaan dalam memperkuat citra bisnis mereka. Beberapa poin kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Citra Bisnis: Program ini berhasil membantu UMKM binaan PT. Pertamina Hulu Rokan untuk meningkatkan daya tarik visual dan profesionalisme melalui pembuatan profil dan katalog. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan daya saing produk di pasar.
2. Pemahaman tentang Strategi Branding dan Pemasaran: Melalui pelatihan dan pendampingan, UMKM memperoleh pemahaman lebih dalam tentang pentingnya citra dan strategi branding. Profil dan katalog menjadi media efektif untuk memperkenalkan produk serta membangun identitas merek yang konsisten.
3. Solusi Berbasis Kreativitas dan Profesionalisme: Program ini memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dalam hal keterbatasan sumber daya dan kurangnya pemahaman tentang desain. Dengan pendampingan yang berfokus pada inovasi dan konsistensi merek, UMKM kini memiliki alat pemasaran yang lebih kreatif dan profesional.

5. Daftar Pustaka

E. Setyariningsih and S. Hidayat, "Pendampingan Pengemasan Produk (Packing)

- dan Pembukuan Sederhana Untuk Meningkatkan Kemampuan UKM dalam Mengelola Usaha pada UKM Jamu Tradisional di Kota Mojokerto,” ABDIMAS Nusant. J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 1, no. 1, pp. 18–23, 2019.
- Manajemen Pemasaran Edisi Milemium, PT. Prenhallindo, Jakarta. Peter & Olson, 2000. Consumer Behavior perilaku konsumen dan strategi komunikasi pemasaran. Erlangga Jakarta
- P3M Polbeng, 2022. Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bengkalis, Politeknik Negeri Bengkalis
- Pambuko Bagus, Z., Salma Fakhira, T., Wijayanti, E., Sholihin, T., Ismailah, N., & Rochman, N. (2020). Katalog Digital MitraMu untuk Memperluas Jangkauan Promosi Produk UMKM di Bandongan, Magelang Zulfikar. 05(03), 147–151.
- Parlina, A., Mawarni, G., & Safitri, D. (2018). Media Penunjang Informasi Dan Promosi Berbentuk Katalog Produk Pada PT. Ideal Formica Purnatata Tangerang. Cices, 4(1), 15–28. <https://doi.org/10.33050/cices.v4i1.472>
- Rangkuti, Freddy. 2007. Riset Pemasaran. – Cet. 1. – PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sunarya, L., Nurasiah, D., & Agustian, F. (2017). Video Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi StudioSatu Pt. Media Televisi Indonesia (Metro Tv). Journal CERITA, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.33050/cerita.v3i1.612>