

PENINGKATAN KEMAMPUAN BRANDING PRODUK PESERTA DIDIK SMK KOMPETENSI KEAHLIAN KULINER

Paninggiran, H., N., K.¹, Watie, D., S.², Arvianto, B.³

^{1,3}Program Studi Pariwisata, Universitas Semarang

²Program Studi Teknik Informatika, Universitas Semarang

Email: herman@usm.ac.id

Abstrak

Branding Produk merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam memasarkan hasil produk. Peserta didik dengan kompetensi keahlian kuliner di SMK NU 01 Kendal disamping dipersiapkan untuk bekerja di industri pengolahan makanan dan minuman, mereka juga diharapkan untuk menjadi entrepreneur di bidang usaha penyediaan makanan. Kompetensi keahlian ini memberikan pengetahuan dan ketrampilan di bidang pengolahan, penyajian dan pelayanan makanan dan minuman. Pemahaman siswa tentang branding produk yang perlu ditingkatkan serta masih terbatasnya pengetahuan tentang cara membranding produk sehingga diperlukan pelatihan yang langsung mempraktekkan tentang cara membuat branding produk. Hal inilah yang menjadi latar belakang pemikiran dari Tim Pengabdian untuk memberikan pelatihan mengenai branding produk yang nantinya dapat menjadi bekal bagi peserta didik ketika mereka memulai usaha mereka dibidang kuliner. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta didik untuk memahami pentingnya branding produk sebagai salah satu strategi memasarkan produk mereka.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan, tim pengabdian akan membantu memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Kegiatan ini berupa pelatihan, praktek langsung, dan pendampingan kepada peserta didik dalam pemahaman mengenai branding produk dan penggunaannya. Selama kegiatan berlangsung, pembicara menyampaikan materi dengan pokok bahasan mengenai branding produk sebagai strategi pemasaran. Kuesioner di bagikan di awal kegiatan (*Pre Test*) dan di akhir kegiatan (*Post Test*). PkM ini dilakukan menggunakan metode: ceramah dan praktek.

Hasil evaluasi diperoleh dari hasil pre-test dan post test yang dikerjakan para peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pemahaman peserta didik dalam membuat branding produk. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan hasil: sebelum kegiatan PkM pemahaman peserta 43% dan setelah kegiatan PkM pemahaman peserta 91%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kemampuan pemahaman terhadap materi yang diberikan sebesar 48%.

Kata Kunci: Branding Produk, Kompetensi Kuliner, Media Informasi

Abstract

Product Branding is one of the most important things in marketing the product. Students with culinary skill competencies at SMK NU 01 Kendal besides being prepared to work in the food and beverage processing industry, they are also expected to become entrepreneurs in the food supply business. This skill competency provides knowledge and skills in the field of processing, serving and serving food and beverages. Students' understanding of product branding needs to be improved as well as limited knowledge about how to brand products, so training is needed to directly practice on how to make product branding. This is the background of the Devotion Team's thinking to provide training on product branding which can later be a provision for students when they start their business in the culinary field. This training aims to increase the knowledge of students to understand the importance of product branding as a strategy to market their products.

Based on the problems described, the service team will help provide solutions to the problems encountered. This activity is in the form of training, direct practice, and assistance to students in understanding product branding and its use. During the activity, the speaker delivered material with the subject of product branding as a marketing strategy. Questionnaires were distributed at the beginning of the activity (*Pre Test*) and at the end of the activity (*Post Test*). This PkM is carried out using the following methods: lecture and practice.

The evaluation results were obtained from the results of the pre-test and post-test carried out by the participants. The results of the evaluation show that there is an increase in students' understanding ability in making product branding. The evaluation carried out showed results: before the PkM activity the understanding of the participants was 43% and after the PkM activity the understanding of the participants was 91%. This shows that there is an increase in the ability to understand the material provided by 48%.

Keywords: Product Branding, Culinary Competence, Information Media

PENDAHULUAN

Branding produk adalah hal yang sangat penting dalam memberikan ciri khas khusus terhadap produk yang telah kita hasilkan sehingga tampil beda dengan produk sejenis milik orang lain atau mungkin juga pesaing bisnis kita. Bagaimana caranya agar supaya produk kita mudah dikenali orang banyak atau konsumen sehingga berimbas kepada penjualan yang meningkat dan memberikan keuntungan bagi pengusahanya.

Salah satu mitra dari Universitas Semarang di Kota Kendal yaitu SMK NU 01 Kendal yang merupakan salah satu sekolah kejuruan terbaik di Kota Kendal menjadi target pelatihan peningkatan kemampuan branding produk dari Tim Pengabdian kepada masyarakat FTIK Universitas Semarang. Dipilihnya SMK NU 01 Kendal karena sekolah ini memiliki beberapa kompetensi keahlian yang dapat menjadi pilihan bagi para peserta didik. Salah satu kompetensi keahlian yang ada yaitu kompetensi keahlian kuliner.

Kompetensi keahlian ini memberikan pengetahuan dan ketrampilan di bidang pengolahan, penyajian dan pelayanan makanan dan minuman. Salah satu tujuan dari kompetensi keahlian ini adalah menyiapkan peserta didik menjadi entrepreneur di bidang usaha penyajian makanan.

Hal inilah yang menjadi latar belakang pemikiran dari Tim Pengabdian FTIK Universitas Semarang untuk memberikan pelatihan mengenai branding produk yang nantinya dapat menjadi bekal bagi peserta didik ketika mereka memulai usaha mereka dibidang kuliner. Tentunya ciri khas produk dengan tampilan, logo, slogan serta merk menjadi suatu kekuatan dalam memasarkan suatu produk (Purwaningsih et al., 2020).

Beberapa pengertian mengenai brand menurut para ahli antara lain brand adalah simbol, tanda, rancangan atau sebuah kombinasi dari tiga hal tersebut yang ditujukan sebagai identitas dari beberapa penjual untuk kemudian dijadikan sebagai pembeda dengan pesaing yang ada di pasaran (Listya & Rukiah, 2018).

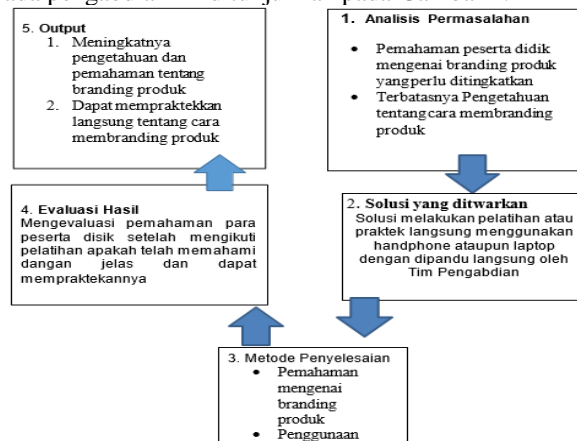
Arti brand adalah sebuah istilah, symbol, ataupun desain atau gabungan dari keempat unsur tersebut yang kemudian akan menjadi pembeda dengan para pesaing (Muntazori et al., 2019). Sedangkan pengertian branding menurut Kotler and Keller adalah branding memberi kekuatan brand pada produk dan layanan (Hanun et al., 2021). Adanya peningkatan ketika terdapat sebuah brand dalam produk hal ini senada dengan penelitian menurut (Sugiarto, 2020).

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan peserta didik untuk memahami pentingnya branding produk sebagai salah satu strategi memasarkan produk mereka.

METODE PELAKSANAAN

Pada pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah dan praktek. Kegiatan Peningkatan kemampuan ini bertempat di SMK NU 01 Kendal. Pihak mitra menyediakan tempat dan mempersiapkan peserta didik sebanyak 15 orang.

Rencananya kegiatan ini akan dimulai dengan pengisian kuesioner tentang pemahaman siswa mengenai branding produk dan setelah kegiatan berlangsung akan diakhiri juga dengan pengisian kuesioner. Durasi kegiatan ini diperkirakan selama 4 Jam. Tahapan dan langkah-langkah pada pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Konsep Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Pelaksanaan Pelatihan Peserta dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah 15 siswa kompetensi keahlian kuliner yang berasal dari SMK NU 01 Kendal. Adapun syarat untuk menjadi peserta, seperti yang telah disepakati dengan pihak SMK NU 01 Kendal adalah peserta bersedia mengikuti kegiatan selama 1 (satu) hari. Kegiatan dilaksanakan di dalam kelas SMK NU 01 Kendal seperti yang terlihat pada Gambar 2.

Dalam Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam 1 hari pada tanggal 27 Mei 2022, bertempat di ruang kelas SMK NU 01 Kendal Semarang. Dimulai dari pengisian daftar hadir, kemudian mengisi pretest, dilanjutkan Pelatihan tentang " Peningkatan Kemampuan *Branding Product* sebagai Bekal Kompetensi di Dunia Industri Pada SMK NU 01 Kendal ". Dan di akhiri dengan pengisian posttest para peserta siswa SMK NU 01 Kendal. Setelah pelatihan diberikan kesempatan bertanya bagi para peserta didik untuk mengukur sejauh mana pemahaman mereka tentang branding produk.



Gambar 2 Aktifitas Pelaksanaan PkM

Dalam mengukur peningkatan kemampuan peserta didik, skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal. Pada Tabel 1. merupakan pedoman penskoran yang digunakan untuk angket pelayanan akademik.

Tabel 1 Teknik penskoran untuk kuesioner

No	Kategori	Jawaban/ Skor
1	Sangat Tidak setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Menentukan skor akhir dengan angka persenan yaitu dengan rumus:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = angka persentase

N = skor ideal

f = skor perolehan

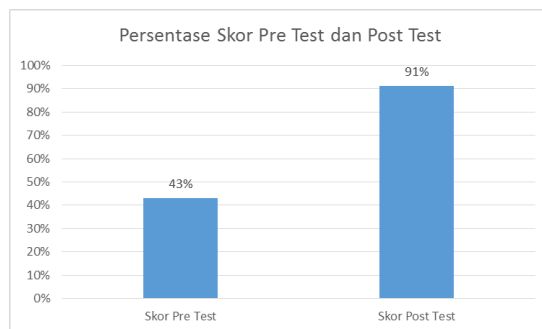
Pada tabel 2 adalah pertanyaan yang digunakan untuk evaluasi PkM. Dari 5 pertanyaan tersebut diharapkan responden sebanyak 15 peserta dapat memilih jawaban dengan skor tinggi sebagai tolak ukur peningkatan kemampuan peserta PkM. Pertanyaan tersebut diberikan pada saat evaluasi pre test dan post test.

Tabel 2 Hasil Skor Pre Test Dan Post Test

Pertanyaan	Skor Pre Test	Skor Post Test
Bagaimana pemahaman siswa mengenai pengetahuan branding produk?	31	65
Bagaimana pandangan siswa tentang pengetahuan branding produk untuk diterapkan di dunia industri?	26	64
Bagaimana pemahaman siswa mengenai branding produk?	28	68
Bagaimana pendapat siswa	20	70

tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam penerapan branding produk?		
Bagaimana pendapat siswa tentang pentingnya teknologi informasi menunjang branding produk?	58	74
Jumlah	163	341
Persentase	43%	91%

Pada Gambar 3 menjelaskan terdapat peningkatan yang terjadi pada skor pre test dan post test. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan hasil: sebelum kegiatan PkM pemahaman peserta 43% dan setelah kegiatan PkM pemahaman peserta 91%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kemampuan pemahaman terhadap materi yang diberikan sebesar 48%.



Gambar 3 Persentase skor pre test dan post test

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Peserta pelatihan para siswa – siswi SMK NU 01 Kendal setelah mengikuti pelatihan ini semakin memahami tentang pentingnya *Branding Product* dalam hubungannya dengan memberikan branding atau merk kepada produk mereka yang nantinya dihasilkan ketika mereka terjun ke dunia usaha. Evaluasi yang dilakukan menunjukkan hasil: sebelum kegiatan PkM pemahaman peserta 43% dan setelah kegiatan PkM pemahaman peserta 91%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kemampuan pemahaman terhadap materi yang diberikan sebesar 48%. Seluruh peserta pelatihan memberikan tanggapan positif

<https://journals.usm.ac.id/index.php/tematik>

tentang kegiatan pelatihan ini sehingga pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dinyatakan berhasil mencapai tujuan dan target sesuai yang telah ditetapkan.

Saran

Saran Peningkatan kemampuan *Branding Product* bagi para peserta didik kompetensi keahlian kuliner harus selalu dilakukan melalui pelatihan- pelatihan yang mengundang para pakar dari lingkungan luar sekolah, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi para peserta didik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang atas dukungan dana dan kebijakan dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini.

DAFTAR REFERENSI

- Hanun, N. R., Fitriyah, H., Fitriani, A. S., Hidayat, A. P., & Handayani, H. (2021). Optimalisasi Branding Produk dan Digital Marketing pada Karang Taruna Desa Keboan Anom. *Community Empowerment*, 6(2), 285–290. <https://doi.org/10.31603/ce.4402>
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>
- Muntazori, A. F., Listya, A., & Qeis, M. I. (2019). Branding Produk UMKM Pempek Gersang. *Jurnal Desain*, 6(03), 177. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.4252>
- Purwaningsih, E., Suhaeri, S., & Ariyanti, E. R. N. (2020). Branding Produk UMKM Kampung Wisata Bisnis Tegal Waru melalui Reputasi Merek dan Basis Informasi Teknologi. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 5(1), 60–69. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v5i1.3392>
- Sugiarto, C. (2020). Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 8(2), 1–5. <https://doi.org/10.20961/semar.v8i2.40203>