

Desain Booth untuk Usaha Kecil dan Mikro (UKM) Sebagai Sarana Branding Kampung Wisata Kuliner

Mochammad Rofieq^{1*}, Roos Widjajani², Nanny Roedjinandari³

¹ Jurusan Teknik Industri Universitas Merdeka Malang

² Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Merdeka Malang

³ Program Diploma Kepariwisata Universitas Merdeka Malang
Jalan Taman Agung 1 Malang Indonesia

^{1*} mochammad.rofieq@unmer.ac.id

Abstrak— Salah satu wilayah di Kota Malang yang sebagian besar warganya adalah generasi muda yang berwirausaha di bidang kuliner adalah di RT.02 / RW.13 Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing. Para pelaku UKM bidang kuliner yang ada di wilayah ini membentuk wadah untuk beraktifitas bersama dengan nama “Kampung Kuliner Pring Koenig”. Permasalahan yang terjadi adalah *booth* yang digunakan untuk memasarkan produk masih parsial di masing-masing UKM, belum ada suatu desain yang dapat memberikan *branding* terhadap keberadaan kampung wisata kuliner di wilayah ini. Tahapan yang digunakan adalah *brainstorming* dengan pelaku UKM kuliner, mengidentifikasi jenis produk kuliner yang dipasarkan, menentukan dimensi *booth* atas dasar area penempatannya, dan pembuatan desain *booth* yang dapat memberikan *branding* kampung wisata kuliner. Dari desain yang dihasilkan dibuat *prototype booth* sebagai wujud nyata dari produk yang dirancang. Dengan *branding* ini, setiap konsumen yang berkunjung tidak hanya membeli makanan atau minuman yang ditawarkan, namun juga dapat merasakan kenyamanan sambil mendapatkan *image* dari kampung wisata kuliner. Sehingga hal ini akan memberikan dampak pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan pelaku UKM.

Kata kunci— Branding, Desain Booth, Kampung Wisata Kuliner, UKM.

Abstract— One of the areas in Malang City where most of its citizens are young people who are entrepreneurs in the culinary field is RT.02 / RW.13 Kelurahan Bunulrejo, Blimbing District. The culinary field UKM players in this area form a forum for activities together with the name "Kampung Kuliner Pring Koenig". The problem that occurs is the booth that is used to market products is still partial in each UKM, there is no design that can provide branding for the existence of a culinary tourism village in this region. The stages used are brainstorming with culinary MSEs, identifying the types of culinary products being marketed, determining the dimensions of the booth on the basis of the placement area, and making booth designs that can provide branding for culinary tourism villages. From the resulting design, a booth prototype was made as a tangible form of the product being designed. With this branding, every consumer who visits not only buys the food or drink offered, but can also feel comfortable while getting an image of the culinary tourism village. So that this will have an impact on increasing the productivity and welfare of MSEs.

Keywords— Branding, Booth Designs, Culinary Tourism Villages, MSEs.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu wilayah di Kota Malang yang sebagian besar warganya adalah generasi muda yang berwirausaha di bidang kuliner adalah di RT.02 / RW.13 Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing. Para pelaku UKM bidang kuliner yang ada di wilayah ini membentuk wadah untuk beraktifitas bersama dengan nama “Kampung Kuliner Pring Koenig”. Komunitas ini dipilih sebagai mitra pengguna dengan fokus mengintegrasikan pengelolaan UKM kuliner melalui pembuatan desain *booth* yang dapat digunakan sebagai sarana *branding* kampung wisata kuliner di wilayah tersebut.

Produksi makanan / minuman di UKM yang ada di wilayah ini dilakukan sendiri di rumah masing-masing. Memakai peralatan sederhana dan belum menggunakan *booth* yang terintegrasi dalam satu kampung. Jenis makanan / minuman yang diproduksi sudah beraneka ragam namun masih belum tertata rapi dari segi penyajian, higienitas dan tata letak (*layout*) nya.

Manajemen dijalankan secara sederhana dengan melibatkan anggota keluarga. Pengelolaan keuangan masih manual dan belum dipisahkan antara keuangan untuk usaha dengan keuangan rumah tangga. Keterampilan dalam hal sistem administrasi masih rendah, namun wilayah ini sangat potensial untuk dikembangkan karena warganya memiliki semangat yang luar biasa untuk maju.

Pemasaran produknya dilakukan secara konvensional, dimana konsumen datang ke rumah warga untuk membeli produk yang diinginkan. Meskipun pelanggannya cukup banyak, tetapi mereka datang hanya untuk membeli produknya dan langsung pulang. Di sinilah pentingnya *branding* kampung wisata kuliner melalui pembuatan desain *booth* untuk UKM yang ada di wilayah ini.



Gambar 1. Area Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig

B. Permasalahan

Permasalahan yang terjadi adalah *booth* yang digunakan untuk memasarkan produk masih parsial di masing-masing UKM, belum ada suatu desain yang dapat memberikan *branding* terhadap keberadaan kampung wisata kuliner di wilayah ini.

C. Tinjauan Pustaka

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UKM produk kreatif harus siap bersaing dalam ekonomi global [1]. Untuk itu perlu adanya pengembangan produk kreatif UKM yang memiliki nilai ekonomi dan daya saing tinggi serta mampu menyerap tenaga kerja, sehingga dapat menekan angka pengangguran dan kemiskinan. UKM mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki baik sumber daya alam, sumber daya manusia serta budaya lokal, sehingga menjadi kekuatan ekonomi masyarakat setempat [2].

Agar memudahkan pencapaian keberhasilan Program Unmer Membangun Desa, maka pelaksanaannya difokuskan kepada sasaran yang mempunyai dampak besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat [3]. Keragaman jenis makanan tradisional sebagai salah satu kekayaan budaya harus dilestarikan, sedangkan makanan modern sebagai dampak pasar bebas dan globalisasi harus dikembangkan kualitas serta pemasarannya. Melalui kreatifitas pengembangan wisata kuliner diharapkan dapat meningkatkan semangat kemandirian dan jiwa berwirausaha bagi generasi muda di masa mendatang.

Peluang industri bidang pariwisata di wilayah Malang Raya sangat besar. Kebijakan Pemerintah Daerah di sektor industri ini dan potensi kunjungan wisatawan yang diharapkan terus meningkat sangat mendukung terwujudnya perputaran roda industri masyarakat yang terkait dengan aktivitas di bidang pariwisata, seperti objek wisata, penginapan, kuliner serta cinderamata atau oleh-oleh (souvenir) yang khas Malang [4].

Bagi UMKM bidang kerajinan dan kuliner, manfaat pelatihan sangat terasa karena para pelaku usaha di bidang ini dapat membuat berbagai alternatif desain untuk kemasan produknya, sehingga tampilan produknya lebih variatif, menarik (*eye catching*), namun masih tetap terjaga kualitas produknya [5].

Salah satu teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dalam perancangan produk adalah melalui *brainstorming*. Hal ini dapat memberikan dampak positif bagi proses produksi dalam hal mereduksi biaya perancangan, meningkatkan efisiensi produksi dan menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen [6].

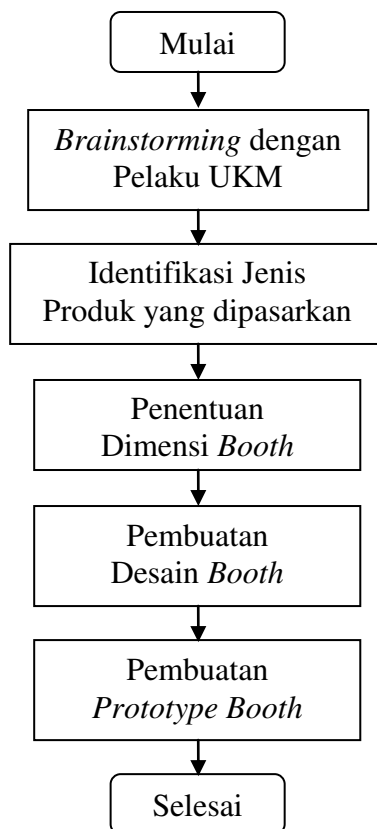
Prinsip dasar *Participatory Action Learning System* (PALS) menitikberatkan pada transformasi kegiatan-kegiatan yang telah ada untuk diusahakan dibawa pada perubahan-perubahan ke arah perbaikan kondisi *entrepreneurship* melalui (1) fase penyadaran kewirausahaan (*awareness*), (2) fase pengkapasitasan (*capaciting*) dan pendampingan (*scaffolding*) kewirausahaan (*entrepreneurship capacity building*), dan (3) fase pelembagaan (*institutionalization*) usaha baru sebagai wirausaha baru [7].

D. Tujuan

Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membuat desain *booth* yang dapat digunakan untuk meletakkan produk makanan / minuman dan memberikan *branding* terhadap keberadaan kampung wisata kuliner di wilayah ini.

II. METODE

Metode yang digunakan diawali dengan *brainstorming* bersama pelaku UKM kuliner di RT.02 / RW.13 Kel. Bunulrejo Kec. Blimbing Kota Malang, mengidentifikasi jenis produk kuliner yang dipasarkan, menentukan dimensi *booth* atas dasar area penempatannya, dan pembuatan desain *booth* yang dapat memberikan *branding* kampung wisata kuliner. Dari desain yang dihasilkan dibuat *prototype booth* sebagai wujud nyata dari produk yang dirancang.



Gambar 2. Metode Program Unmer Membangun Desa

III. HASIL

A. Brainstorming dengan Pelaku UKM

Brainstorming bersama pelaku UKM kuliner di RT.02 / RW.13 Kel. Bunulrejo Kec. Blimbing Kota Malang dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi beserta skala prioritasnya, yakni *booth* yang digunakan untuk memasarkan produk masih parsial di masing-masing UKM sehingga perlu dibuat desain *booth* yang dapat digunakan untuk meletakkan produk makanan / minuman dan memberikan *branding* terhadap keberadaan kampung wisata kuliner.

B. Identifikasi Jenis Produk yang dipasarkan

Beberapa produk makanan/minuman yang dihasilkan oleh UKM di kampung ini adalah warung kopi, pisang coklat, martabak, terang bulan, pizza nagoya, sembako, roemah mie, nasi pecel, pizza delivery, risol mayo, rice bowl, soto ayam, burger mini, tempura, aneka minuman dan oleh-oleh khas Malang.



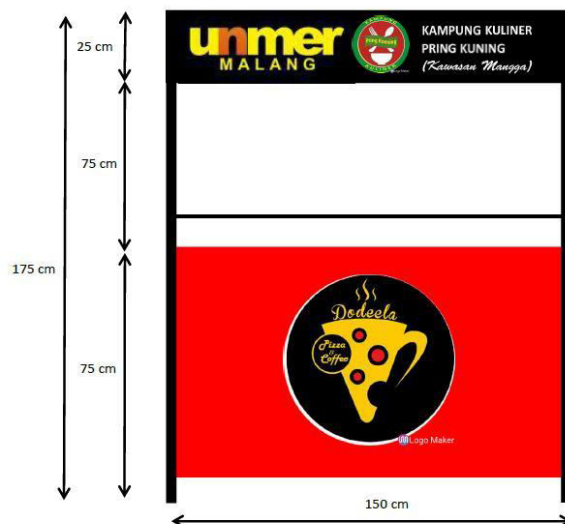
Gambar 3. Jenis Produk yang Dipasarkan

C. Penentuan Dimensi Booth

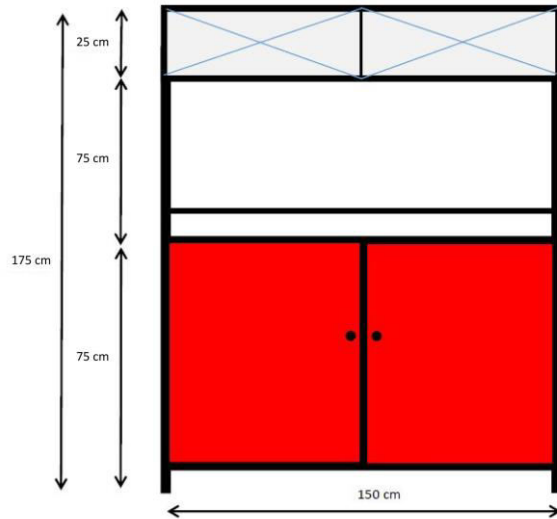
Dimensi *booth* ditentukan atas dasar area penempatan yang ada di lokasi kampung kuliner. Tinggi *booth* 175 cm terdiri atas tiga bagian (tempat meletakkan produk 75 cm, penyangga rak peralatan 75 cm dan rak peralatan 25 cm). Panjang *booth* 150 cm, lebar *booth* 60 cm, lebar penyangga rak peralatan 25 cm, lebar tempat kompor 35 cm. Untuk *branding* UKM (Panjang 150 cm, Lebar 75 cm), *branding* kampung wisata kuliner (Panjang 150 cm, Lebar 25 cm).

D. Pembuatan Desain Booth

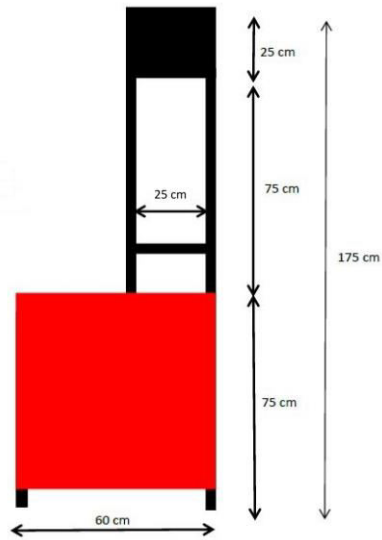
Dari data dimensi yang ditentukan atas dasar area penempatannya, dibuat desain *booth* yang dapat merepresentasikan *booth* secara visual.



Gambar 4. Desain Booth Tampak Depan



Gambar 5. Desain *Booth* Tampak Belakang



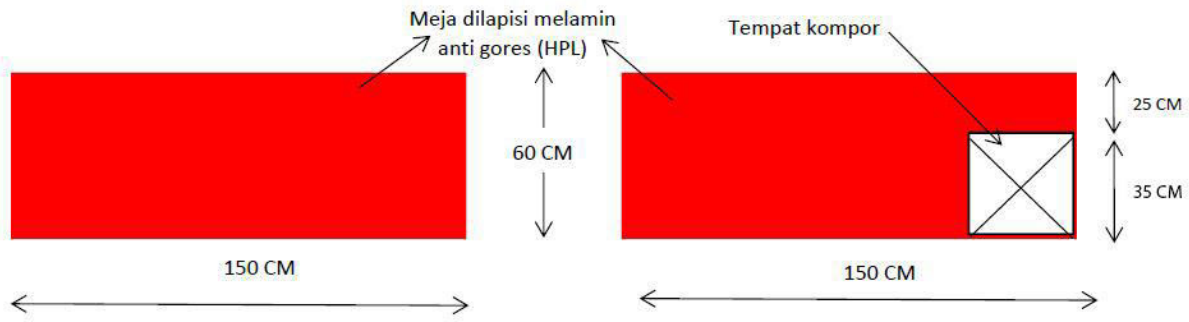
Gambar 6. Desain *Booth* Tampak Samping

KETERANGAN :

 Besi kotak 2x2 cm

 Galvalum

Alas Meja dilapisi melamin anti gores (HPL)



Gambar 7. Desain *Booth* Tampak Atas

IV. PEMBAHASAN

Dari desain yang dihasilkan dibuat *prototype booth* sebagai wujud nyata dari produk yang dirancang, sehingga desain *booth* yang dibuat benar-benar dapat memberikan *branding* kampung wisata kuliner di wilayah ini.



Gambar 8. Rangka Besi Kotak 2 x 2 cm



Gambar 9. *Frame Samping*



Gambar 10. Rak Booth



Gambar 11. Prototype Booth

V. KESIMPULAN

Pembuatan desain *booth* untuk Usaha Kecil dan Mikro (UKM) ini berdampak positif karena *branding* yang dilakukan terhadap sarana dan berbagai aktifitas di wilayah ini akan menjadi *image* yang ditangkap oleh setiap konsumen yang datang di Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig ini. Sedangkan *outcome* yang dapat dicapai dari kegiatan ini adalah meningkatnya produktivitas dan omzet penjualan bagi UKM di kampung ini.

Evaluasi pengembangan kawasan wisata perlu dilakukan dengan membandingkan banyaknya konsumen yang datang, sebelum dan sesudah dilakukan *branding* terhadap kampung wisata kuliner ini. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan pengembangan *sitting area* untuk konsumen yang datang berkunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi dan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat LPPM Universitas Merdeka Malang atas dukungan dana dalam Program Unmer Membangun Desa Tahun 2020, Fakultas Teknik Universitas Merdeka Malang sebagai penyelenggara Seminar Nasional SISTEK dan Paguyuban UKM Kampung Wisata Kuliner Pring Koenig sebagai mitra dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- [1] Sasono, E. dan Rahmi, Y. "Manajemen Inovasi pada Usaha Kecil Menengah", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 6 No. 3 (ISSN : 2252-7826), Hal. 74-90, Okt. 2014.
- [2] Kurniawati, F., Mukzam, dan Djudi, M. "Pelaksanaan dan Dampak Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT Pelabuhan Indonesia III (Persero) dalam Pengembangan UMKM (Studi Kasus pada Kampung Lawas Maspati Surabaya)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Universitas Brawijaya*, Vol. 50 No. 2, Sept. 2017.
- [3] M. Rofieq, R. Widjajani, dan N. Roedjinandari, "Pengembangan Kampung Wisata Kuliner Pring Koening di Kelurahan Bunulrejo Kecamatan Blimbing Kota Malang", Univ. Merdeka Malang, Program Unmer Membangun Desa, 2020.
- [4] M. Rofieq, S. Hariyanto, dan N.M. Wiati, "Penerapan Metode Kansei Engineering Guna Mengidentifikasi Atribut Desain Dalam Perancangan Souvenir Khas Malang", dalam *Simposium Nasional RAPI XIII FT UMS (ISSN: 1412-9612)*, 2014.
- [5] Rofieq, M., Poerwanto, A., dan Budiyanto, H. "Pelatihan Desain Kemasan Produk untuk UMKM Kerajinan, Kuliner dan Posdaya", *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, Vol. 2 No. 2 (ISSN: 2548-7159), Des. 2017.
- [6] Rofieq, M. "Perancangan Almari Pakaian Bayi Serbaguna Melalui Brainstorming dengan Ibu Rumah Tangga", *Jurnal Teknik Industri UMM*, Vol. 13 No. 1, Hal. 101-107, 2012.
- [7] Budiyanto, H., dan Rofieq, M. "Menumbuhkembangkan Wirausaha Mahasiswa dan Alumni Melalui Program Ipteks bagi Kewirausahaan di Universitas Merdeka Malang", *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, Vol. 1 No. 1 (ISSN: 2548-7159), Des. 2016.