

Inovasi Pengembangan Brand Awareness terhadap UMKM Jalangkote Sultan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan

**Angelica Aurelia Chandra¹, Angelina Jocelyn Djunaidy², Achmad Asqar³, Nico Lucky Wijaya⁴,
Raqi Rabbani Nugraha⁵, Syahril Sidik⁶, Elia Ardyan⁷**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Ciputra Makassar

Email : aaurelia01@student.ciputra.ac.id,
ajocelyn@student.ciputra.ac.id, achmadasqar01@student.ciputra.ac.id,
nluckywijaya@student.ciputra.ac.id, rabbani@student.ciputra.ac.id,
syahrilsidik01@student.ciputra.ac.id, elia.ardyan@ciputra.ac.id

Abstract

This study addresses the challenges faced by Sultan's Jalangkote MSME in Makassar. The research focuses on enhancing brand awareness through innovative strategies. The Social Impact Challenge (SIC) program, in collaboration with PLUT South Sulawesi, aims to leverage AI tools to optimize social media utilization and elevate brand awareness. The project involves identifying issues, proposing AI-based solutions, and providing training to enhance UMKM capabilities. Anticipated outcomes include improved market engagement and brand awareness for Jalangkote Sultan.

Keywords: *MSME, brand awareness, innovation, AI, social media*

Abstrak

Penelitian ini mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM Jalangkote Sultan di Makassar. Penelitian berfokus pada peningkatan brand awareness melalui strategi inovatif. Program Social Impact Challenge (SIC), bekerja sama dengan PLUT Sulawesi Selatan, bertujuan memanfaatkan alat AI untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan meningkatkan kesadaran merek. Proyek melibatkan identifikasi masalah, usulan solusi berbasis AI, dan pelatihan untuk meningkatkan kapabilitas UMKM. Diharapkan hasilnya termasuk peningkatan keterlibatan pasar dan kesadaran merek untuk Jalangkote Sultan.

Kata Kunci: *UMKM, brand awareness, inovasi, AI, media sosial*

1.PENDAHULUAN

Pentingnya peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian lokal tidak dapat diabaikan. UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat (Kadeni, N. S., 2020). UMKM tidak hanya menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat, tetapi juga mencerminkan keragaman budaya dalam bentuk produk dan layanan yang mereka tawarkan. Sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia, jumlah UMKM berdasarkan kementerian koperasi dan UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 61.07% (Anindita T. N., 2022). STIE Ciputra Makassar terkait hal ini memiliki sebuah program yang bernama Social Impact Challenge (SIC), yang memiliki tujuan untuk mengajak mahasiswa melakukan hal-hal yang dapat bermanfaat nyata bagi masyarakat sekitar. Dalam rangka perkuliahan semester 5, salah satu mata kuliah, yaitu “Entrepreneurial Innovation” memanfaatkan program ini untuk mengajak mahasiswa mengaplikasikan apa yang telah dipelajari ke dalam situasi bisnis nyata. Adapun dalam menyelenggarakan program ini, STIE Ciputra Makassar melakukan kerja sama dengan PLUT Sulawesi Selatan untuk menggandeng beberapa UMKM lokal, dimana salah satu UMKM tersebut adalah Jalangkote Sultan.

Jalangkote Sultan adalah sebuah UMKM lokal asal Makassar yang menyediakan produk makanan tradisional Makassar yaitu Jalangkote. UMKM Jalangkote Sultan didirikan pada tahun 2022 dan beralamat di Jl. Moh. Jufri No.3, Rappojawa, Kec. Tallo, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Jalangkote Sultan memiliki keunikan pada bentuk jalangkotenyanya yang menyerupai “Patonro” atau ikat kepala dari pahlawan nasional Sultan Hasanuddin yang menjadi ciri khas dari produknya. Jalangkote Sultan juga menjual Jalangkote dalam bentuk frozen bagi mereka yang ingin membawa produk ini sebagai oleh-oleh ataupun bagi mereka yang ingin menyetok di rumah. Selain Jalangkote, Jalangkote Sultan juga menjual produk risoles dan cireng. Untuk saat ini, Jalangkote Sultan sudah memiliki toko fisik untuk berjualan dan memiliki toko online melalui Grabfood, Gofood, dan Shopeefood. Untuk pemasarannya, Jalangkote Sultan juga memasarkan produknya pada platform media sosial Instagram, Facebook, dan Whatsapp.

Kegiatan pengabdian masyarakat UMKM Jalangkote Sultan merupakan inisiatif untuk mengembangkan bisnis, yang dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut. Proses pengidentifikasian masalah melibatkan serangkaian pertemuan dan diskusi bersama pemilik bisnis Jalangkote Sultan, yang berfokus pada produksi Jalangkote dengan ciri khas tradisional yang otentik dalam bidang makanan. Hasil dari proses ini mengungkapkan dua permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM Jalangkote Sultan, yaitu belum optimalnya pemanfaatan media sosial yang dimiliki dan rendahnya tingkat kesadaran merek Jalangkote Sultan. Oleh karena itu, untuk merumuskan solusi yang tepat, diperlukan identifikasi model bisnis menggunakan alat seperti *Artificial Intelligence* (AI) agar dapat membantu UMKM dalam menentukan strategi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang ada.

Dengan demikian, melalui solusi yang telah disampaikan, diharapkan dapat mendukung perkembangan UMKM Jalangkote Sultan ke depan sesuai dengan penerapan hasil pelatihan yang telah diterapkan. Dalam program pengabdian masyarakat ini, tim Abdimas melakukan

identifikasi peluang dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI). Selanjutnya, berdasarkan hasil diskusi, wawancara, dan perencanaan strategis dalam pemanfaatan berbagai alat, tim Abdimas menunjuk diri untuk memberikan pelatihan penggunaan AI guna meningkatkan keterlibatan melalui media sosial Jalangkote Sultan dan meningkatkan kesadaran merek UMKM.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan dan operasional mitra yang bekerja sama dengan tim Abdimas. Dengan fokus pada penjelasan masalah melalui metode wawancara, kegiatan ini disesuaikan dengan kebutuhan pengabdian untuk memberikan solusi yang efisien. Mentoring dilakukan untuk menerima masukan dan persetujuan dari mitra terkait solusi yang diusulkan oleh tim Abdimas. Kesepakatan yang tercapai antara tim Abdimas dan mitra membawa pada pengembangan pelatihan yang akan menjadi penutup dari kegiatan pengabdian. Pelatihan ini mencakup materi yang terkait dengan solusi yang telah disarankan dan disepakati bersama mitra kerja.

2.METODE PELAKSANAAN

A. Mitra

Dalam melaksanakan pengabdian masyarakat ini kami bekerja sama bersama salah satu UMKM Sulawesi Selatan yang bernama “Jalangkote Sultan”. UMKM ini didirikan oleh Sri Maryam Widyastuti sejak tahun 2022 dan tergabung dalam Pusat Layanan Usaha Terpadu (PUT PLUT). UMKM ini bekerja sama dengan memberikan dukungan secara material dan juga informasi terkait kendala yang dihadapi oleh UMKM ini sehingga kami selaku tim Abdimas dapat memberikan solusi yang membangun.

B. Lokasi dan Waktu

Pengabdian masyarakat kami dilakukan di beberapa tempat, yang pertama dilakukan pada saat 25 Oktober 2023 melalui Zoom Meeting untuk membahas hal dasar. Kemudian yang kedua pada saat 28 Oktober 2023 yang dilakukan di Jalan Bahagia Lorong 3, Sudiang. Dan lokasi yang terakhir dilakukan di Outlet kedua yaitu Jalan Muh Jufri Lr 1 pada saat 13 Januari 2024.

C. Metode Pelaksanaan

1. Wawancara melalui Zoom Meetings dan tatap muka

Tahapan pertama yang dilakukan oleh Tim Abdimas kami dimulai dengan proses wawancara secara daring melalui media Zoom Meetings. Dalam pertemuan tersebut, Tim Abdimas bersama UMKM Jalangkote Sultan yang pada saat itu diwakili oleh Ibu Sri Maryam Widyastuti membahas mengenai profil umum UMKM dan permasalahan yang dihadapi. Pertemuan tersebut juga dilanjutkan kepada sesi kedua secara tatap muka di tempat produksinya yaitu Jalan Bahagia lorong 3, Sudiang. Wawancara ini dilakukan dengan harapan

untuk mendapatkan informasi yang jelas dan menyeluruh terkait kendala atau permasalahan yang dihadapi agar program abdimas kami dapat dilakukan secara tepat sasaran.

2. Pengusulan solusi

Melalui wawancara yang telah dilakukan, Tim Abdimas kami kemudian dapat merangkum permasalahan dan menentukan solusi yang akan dilakukan. Solusi yang telah Tim Abdimas rangkum kemudian dibahas bersama UMKM Mitra yaitu terkait *Ten Types of Innovation* pada bagian *Channels*. Hal itu diwujudkan melalui pemanfaatan media sosial Instagram dan Tiktok yang lebih aktif dalam pembuatan konten *soft selling*, Serta pengusulan untuk pemindahan *outlet* di tempat yang lebih strategis agar dapat dilihat oleh banyak calon *customer*. Serta adanya usulan baru mengenai perubahan *packaging*.

3. Proses Pendampingan

Tahapan terakhir yang Tim Abdimas lakukan adalah dengan cara pendampingan atau pemberian pelatihan dan pemberian materi mengenai usulan solusi yang telah diberikan. UMKM Mitra diberikan pelatihan menggunakan *tools AI chat.gpt* dan *leonardo.Ai* untuk menentukan ide konten, pembuatan kalender konten dan pembuatan konten grafis. Diharapkan dengan adanya pendampingan ini, UMKM Mitra dapat menerapkan solusi yang tim Abdimas telah berikan agar dapat memudahkan pekerjaan UMKM mitra sehingga memberikan *output* yang maksimal.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pertemuan pertama dalam pengabdian masyarakat terbagi dalam beberapa kali pertemuan. Pertemuan pertama dilakukan secara online melalui Platform Zoom Meetings. pada pertemuan pertama, Tim Abdimas berkenalan dengan UMKM serta memberikan beberapa pertanyaan terkait bisnis UMKM yang dijalankan, seperti Profil UMKM dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Akan tetapi karena adanya kendala *Device UMKM*, Tim Abdimas masih membutuhkan banyak informasi terkait UMKM Mitra sehingga Tim Abdimas segera menjadwalkan untuk melakukan Survey Lokasi di *outlet* Sudiang, Tim Abdimas akhirnya melakukan pertemuan kedua dengan membahas lebih dalam mengenai kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM Mitra. Adapun kendala yang dihadapi UMKM Mitra yaitu terkait dengan Brand Awareness yang masih kurang, Saat ini UMKM Mitra hanya optimal menggunakan WhatsApp dan Facebook Ads yang dinilai masih kurang dalam menjangkau banyak pelanggan. Apalagi pada saat wawancara, Mitra sangat ingin untuk meluaskan pasarnya terutama khalayak muda. Selain itu juga UMKM Mitra memiliki permasalahan dalam lokasi *outlet* yang masih sulit untuk dijangkau karena terletak di dalam lorong sehingga brand nya tidak diketahui oleh banyak orang.



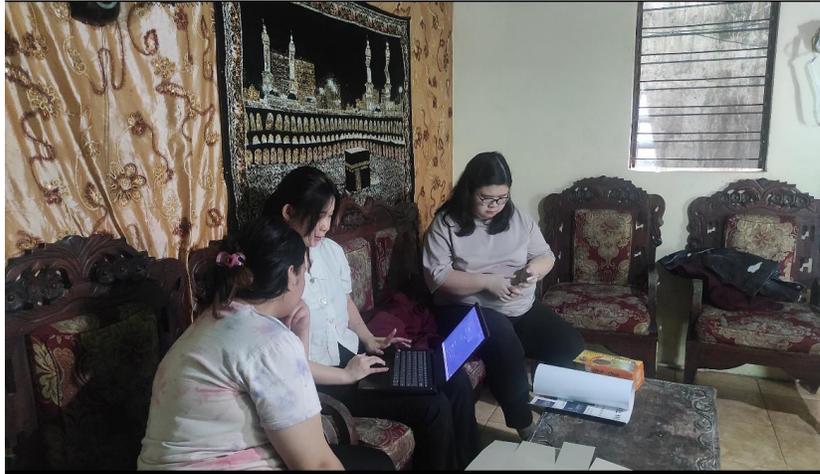
Gambar 1 : Pertemuan Pertama dengan UMKM Jalangkote Sultan

Setelah menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Jalangkote Sultan, Tim Abdimas mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Mitra, serta membuat BMC (*Business Model Canvas*), OAC (*Opportunity Analysis Canvas*) dan *Ten Types Of Innovation* terhadap UMKM Mitra. BMC membantu UMKM menyusun rencana bisnis agar lebih terkonsep sehingga tidak hanya dapat bertahan namun peluang bisnis baru mampu untuk diraih. Aspek-aspek dalam BMC ini Terdiri dari 9 aspek. Yang pertama *Key partners*, aspek ini berguna untuk memilih Pemasok yang dapat diandalkan. Yang kedua *Key activities*, aspek ini adalah kegiatan dimana dapat mempertahankan dan menyampaikan *Value Proposition* dari UMKM Tersebut. Yang ketiga *Key resources*, aspek ini adalah aset dimana untuk menawarkan dan menyampaikan *value proposition*. Yang keempat *Value Proposition*, aspek ini berguna untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh UMKM. Yang kelima *Customer Relationship*, aspek ini lebih mengarah ke hubungan antara UMKM dengan customer bagaimana agar *Customer* dapat kembali berbelanja ke UMKM tersebut. Yang keenam, *Channels*, Aspek ini lebih mengarah ke media apa yang sering digunakan oleh UMKM untuk mempromosikan Produknya. Yang ketujuh *Customer Segments*, Aspek ini mengarah ke Segmentasi pasar dari UMKM. Yang kedelapan *Cost Structure*, Aspek ini mengarah ke biaya yang digunakan untuk berjalannya Usaha UMKM. Yang terakhir *Revenue Streams*, Aspek ini mengarah ke jenis pendapatan yang dihasilkan berdasarkan nilai yang ditawarkan ke *Customer*. Tim Abdimas juga mulai menyusun proposal Dana Internal yang harus ditanda tangani oleh Mitra UMKM. Tim Abdimas pun mengutus beberapa orang dari kelompok kami untuk meminta tanda tangan dari UMKM Mitra.



Gambar 2 : Tanda Tangan Surat Dana Internal Mitra UMKM Jalangkote Sultan

Tim Abdimas telah menyusun materi pendampingan untuk UMKM Jalangkote Sultan. Dimulai dengan melakukan riset lokasi dalam mencari titik-titik yang memungkinkan UMKM Mitra dalam mendapatkan *Brand Awareness* yang tinggi sebab pada saat ini lokasi UMKM Mitra dapat dikatakan cukup jauh dan sulit dijangkau. Tim Abdimas juga telah membuat sebuah poster yang menginformasikan titik lokasi beserta kisaran biayanya. Selanjutnya Tim Abdimas membimbing UMKM Mitra dalam pemanfaatan AI (*chat.gpt* dan *Leonardo.ai*) dalam membantu mencari ide-ide konten untuk diposting ke media sosial beserta dengan kalender kontennya sehingga UMKM Mitra bisa mengatur dan menciptakan konten sesuai dengan jadwal yang telah dirancang. Konten yang dapat disajikan berupa konten *soft selling* dan tidak spontan dalam mempromosikan Produk UMKM. Serta yang terakhir memberikan saran mengenai pengembangan *packaging* yang semula memiliki 2 varian sehingga *double costing* menjadi satu packaging yang dapat digunakan untuk produk siap saji beserta produk Frozen. Hal tersebut direalisasikan dengan mengubah *packaging* tidak tahan air menjadi *packaging* dengan *Glossy Laminating* Sehingga tahan Di dalam Freezer dan bisa digunakan baik untuk produk panas maupun produk *frozen*. Diharapkan dengan pemberian materi serta pendampingan yang telah Tim Abdimas laksanakan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap kemudahan UMKM Mitra.



Gambar 3 : Proses Pemberian Materi Pendampingan



Gambar 4 : Pertemuan Pendampingan bersama UMKM Jalangkote Sultan

4. PENUTUP

Temuan yang Tim Abdimas peroleh adalah Brand Awareness yang kurang serta kurangnya pengoptimalan (pemanfaatan) sosial media sebagai saluran Brand Awareness, lokasi outlet yang sulit dijangkau, dan packaging yang kurang efisien. Untuk itu Tim Abdimas mengusulkan ide inovasi yaitu penggunaan AI dalam pembuatan konten media sosial dan pembuatan kalender konten, memberikan informasi alternatif tempat penyewaan outlet baru yang mudah dijangkau dan usulan penggunaan packaging yang lebih efisien.

Sehingga saran lanjutan yang Tim Abdimas berikan kepada UMKM Mitra adalah agar UMKM Mitra dapat mengimplementasikan secara langsung usulan ide inovasi yang telah kami berikan supaya dapat membantu perkembangan UMKM Mitra lebih lanjut.

Ucapan Terima Kasih

Dengan tulus dan penuh rasa syukur, Tim Abdimas ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada semua pihak yang turut serta dalam mendukung penulisan jurnal ini. Tim Abdimas ingin mengucapkan terimakasih kepada Ibu Sri Maryam Widyastuti sebagai pemilik usaha yang telah membantu dalam memberikan informasi yang cukup sebagai landasan kuat untuk pengembangan ide dan penelitian hingga kami dapat menyusun jurnal ini. Apresiasi tanpa henti dan bimbingan yang berharga dari kampus STIE Ciputra Makassar yang juga telah memberikan dukungan berupa saran-saran yang memperkaya pemahaman Tim Abdimas terhadap topik ini. Semoga semua ini tidak hanya sebagai penutup jurnal semata namun juga berupa ungkapan terimakasih sejati atas sinergi dan kolaborasi bersama selama penyusunan jurnal ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif di masyarakat dan juga untuk perkembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Firda Aulia, Dwi Prasetyo, & Nurtyasih Wibawanti Ratna Amina. (2022). Strategi Pemasaran Digital Meningkatkan UMKM Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 2(2), 98–104. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.357>
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 8(2), 191-200.
- Kristiyono, J., Dian Eka Safitri, Agis Savira N U, Trivenadyah Nurmala, Kartika Cahya Jauhariya, & Hilda Kurniawati P. (2023). Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Program Kewirausahaan Batik Poetra Dolokgede di Kabupaten Bojonegoro Melalui Kegiatan “Sinau Bareng” Ademos Indonesia. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 3(1), 52–60. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v3i1.433>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(2), 184-204.
- Martoyo, H., Widodo, W., Sudarti, K., Nurhidayati, N., & Mahadianto, M. Y. (2022). Fasilitasi Penyusunan Bisnis Model Canvas Pada UMKM Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 185-195.