PENGUATAN BRANDING DAN IDENTITAS USAHA TOKO DIAN COLLECTION DI DESA PUPUAN

I Gede Rihayana[1,*], Ni Komang Novianasari[2], Ni Komang Syntia Pratiwi[3]
[1,2,3]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
*Email: igederihayana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memerlukan identitas usaha yang jelas serta pengelolaan informasi produk yang transparan agar mampu bersaing dan membangun kepercayaan pelanggan. Toko Dian Collection yang berlokasi di Br. Calo, Desa Pupuan, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar merupakan usaha mikro di bidang penjualan busana Bali, sandal, dan produk kecantikan yang belum memiliki nama toko resmi, spanduk identitas, maupun penanda harga produk. Kondisi ini menyebabkan usaha sulit dikenali masyarakat dan pelanggan harus selalu menanyakan harga secara langsung kepada pemilik. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat identitas usaha melalui pembuatan nama toko dan spanduk, serta meningkatkan pengelolaan informasi harga melalui pembuatan hangtag. Metode pelaksanaan meliputi tahap observasi, persiapan dan perencanaan desain, perancangan dan produksi, serta pemasangan dan pendampingan. Kegiatan dilaksanakan pada 10–14 Agustus 2026 dengan melibatkan pemilik usaha secara aktif pada setiap tahapan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa spanduk telah terpasang kokoh dan mudah terbaca di bagian depan toko, serta hangtag telah terpasang pada seluruh produk yang dijual dengan informasi nama toko, ukuran, dan harga yang jelas. Kegiatan ini mendapat respons yang sangat positif dari pemilik usaha karena meningkatkan kemudahan pengenalan lokasi, kenyamanan berbelanja, dan kelancaran transaksi. Disarankan agar pemilik usaha terus merawat spanduk dan memperbarui hangtag secara berkala, serta mengembangkan pengelolaan usaha melalui pemasaran digital dan pencatatan keuangan sederhana pada kegiatan pengabdian selanjutnya.
Kata Kunci: identitas, UMKM, promosi

ANALISIS SITUASI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu usaha yang memiliki peranan penting bagi perkembangan perekonomian indonesia (Rihayana, dkk. 2024). Dalam kegiatan usahanya UMKM merupakan usaha dengan struktur organisasi sederhana dan sumber daya terbatas, namun mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan pemerataan ekonomi (Lestari & Wibowo, 2021). Salah satu UMKM yang berkembang di Br. Calo, Desa Pupuan adalah usaha perdagangan busana Bali untuk wanita, sandal, serta produk kecantikan dan perawatan diri bernama Dian Collection. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, keberhasilan sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan usaha membangun identitas dan citra yang kuat di mata konsumen, karena identitas yang jelas merupakan elemen pertama yang dikenali dan diingat oleh konsumen (Kotler & Keller, 2016), Maka dari itu penting bagi usaha untuk bagaimana

bisa menciptakan identitas merek yang baik untuk membangun dan menciptaan sebuah kepercayaan yang positif di mata konsumen (Rihayana & Anjani, 2023).

Meskipun telah berjalan dan memiliki pelanggan tetap, Dian Collection masih menghadapi kendala berupa belum adanya identitas usaha yang jelas, ditandai dengan belum adanya nama toko resmi maupun spanduk yang dapat memperkenalkan keberadaan usaha kepada masyarakat luas. Padahal spanduk dan nama toko merupakan media komunikasi visual yang ekonomis namun efektif dalam membangun citra bisnis UMKM (Situmorang dkk., 2026). Selain itu, produk yang dijual belum memiliki penanda harga sehingga pelanggan harus selalu bertanya kepada pemilik usaha untuk mengetahui harga, ukuran, maupun detail produk. Kejelasan informasi harga merupakan salah satu faktor penentu kepercayaan konsumen, sehingga harga yang tidak tertulis secara jelas dapat menimbulkan kecurigaan dan mengurangi minat beli konsumen (Tjiptono, 2017).

Berdasarkan hasil observasi, permasalahan tersebut juga diperparah oleh keterbatasan dana dan pengetahuan pemilik usaha dalam membuat identitas toko dan hangtag harga. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada penguatan identitas usaha melalui pembuatan nama toko dan spanduk, serta peningkatan pengelolaan informasi produk melalui pembuatan hangtag harga, agar masyarakat dapat lebih mudah mengenali keberadaan Dian Collection dan memperoleh informasi harga yang jelas dan transparan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi di atas, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi identitas usaha dan sistem informasi produk serta harga pada usaha Dian Collection sebelum dilaksanakannya kegiatan
2. Bagaimana proses penguatan identitas usaha melalui pembuatan nama toko dan spanduk serta peningkatan pengelolaan harga produk melalui pembuatan hangtag pada Dian Collection?
3. Bagaimana dampak pemberian identitas usaha dan kejelasan informasi harga terhadap kemudahan pengenalan lokasi, kenyamanan berbelanja, serta kelancaran transaksi pada Dian Collection?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, solusi yang ditawarkan dan dilaksanakan dalam kegiatan ini sebagai berikut:

Tabel 1. Masalah dan Solusi Kegiatan Pengabdian pada Dian Collection

No	Masalah	Solusi
1	Belum adanya identitas usaha yang jelas dan baku sehingga masyarakat sulit mengenali dan membedakan Dian Collection dengan usaha sejenis.	Membuat nama toko resmi beserta spanduk usaha yang memuat nama toko, jenis produk, alamat, dan kontak, dipasang di bagian depan toko.
2	Belum adanya pengelolaan informasi produk dan harga sehingga pelanggan harus selalu bertanya harga secara langsung.	Membuat hangtag seragam memuat nama toko, ukuran, dan harga produk yang dipasang pada setiap barang yang dijual.
3	Usaha terlihat kurang profesional dan rapi karena belum adanya penanda identitas maupun penunjuk lokasi yang jelas.	Memberikan pendampingan singkat kepada pemilik usaha mengenai cara penggunaan, pemasangan, dan perawatan spanduk serta hangtag secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Dian Collection, Br. Calo, Desa Pupuan, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Bali pada tanggal 10–14 Agustus 2026. Program dirancang sebagai bentuk pendampingan penguatan usaha bagi pelaku UMKM melalui pendekatan observasi, konsultasi, perancangan, produksi, dan pendampingan. Tim pelaksana terdiri atas satu dosen pembimbing dan dua mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar. Adapun tahapan metode pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Observasi. Tahap awal dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi usaha serta wawancara dengan pemilik usaha untuk mengidentifikasi kondisi fisik toko, jenis produk yang dijual, ukuran tempat pemasangan spanduk, serta kendala yang dihadapi terkait pengenalan usaha dan penyampaian informasi harga.



Gambar 1. Kondisi Awal Toko Dian Collection Sebelum Kegiatan Dilaksanakan

2. Tahap Persiapan. Tim menyusun rencana program kerja secara sistematis, meliputi penyusunan konsep identitas usaha, perencanaan desain nama toko dan spanduk, serta rancangan bentuk dan isi hangtag harga yang sesuai dengan karakter produk Dian Collection, disertai estimasi kebutuhan bahan dan koordinasi jadwal dengan pemilik usaha.
3. Tahap Perancangan dan Produksi. Desain disempurnakan sesuai masukan dan persetujuan pemilik usaha, dilanjutkan dengan pencetakan spanduk berbahan tahan cuaca dan pencetakan hangtag dengan format seragam. Spanduk memuat nama toko, jenis produk, alamat, dan nomor telepon agar mudah dibaca dari jarak jauh, sedangkan hangtag memuat nama toko, ukuran, serta harga produk. Perancangan desain identitas visual yang konsisten pada media promosi terbukti mampu menjadi salah satu kekuatan brand yang mendukung daya saing produk UMKM (Maheni dkk., 2023), sehingga tim berupaya menghadirkan desain yang selaras dengan karakter produk busana Bali dan produk kecantikan yang dijual Dian Collection.



Gambar 2. Tampilan Desain Spanduk Toko Dian Collection

4. Tahap Pemasangan. Spanduk dipasang di bagian depan toko dan hangtag dipasang pada setiap produk yang dijual, dilanjutkan dengan penyerahan hasil kegiatan secara resmi kepada pemilik usaha serta pendampingan singkat mengenai cara penggunaan dan perawatan spanduk dan hangtag agar dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Pendampingan ini penting dilakukan mengingat penggunaan desain grafis yang tepat pada media promosi UMKM perlu disertai pemahaman pemilik usaha agar manfaatnya dapat dirasakan secara berkelanjutan (Fitriyani dkk., 2024).

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Dian Collection telah berjalan dengan baik sesuai dengan rencana yang disusun dan mendapatkan respons yang sangat positif dari pemilik usaha. Capaian program kerja secara ringkas disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Ketercapaian Program Kerja Pengabdian pada Dian Collection

No	Tema	Spesifikasi Kegiatan
1	Penguatan identitas usaha melalui pembuatan nama toko dan spanduk	Observasi lokasi dan koordinasi bentuk spanduk; perancangan desain, pencetakan, dan pemasangan spanduk berisi nama toko, jenis produk, alamat, dan nomor telepon.
2	Peningkatan pengelolaan informasi produk dan harga melalui pembuatan hangtag	Perancangan desain hangtag memuat nama toko, ukuran, dan harga produk; pencetakan dan pemasangan hangtag pada setiap produk yang dijual.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, Dian Collection belum memiliki nama dan spanduk resmi sehingga sulit dibedakan dari bangunan lain di sekitarnya, sebagaimana tampak pada kondisi awal usaha (Gambar 1). Spanduk sebagai sarana identitas visual berfungsi sebagai penanda lokasi sekaligus media promosi yang dapat dilihat setiap saat tanpa biaya tambahan, dan media promosi luar ruangan seperti spanduk terbukti efektif meningkatkan pengenalan usaha bagi masyarakat sekitar (Situmorang dkk., 2026). Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, spanduk telah terpasang dengan kokoh dan terbaca jelas dari jarak jauh sehingga keberadaan usaha menjadi lebih mudah dikenali masyarakat.



Gambar 3. Kondisi Toko Dian Collection Setelah Pemasangan Spanduk

Selain identitas fisik, kejelasan informasi produk turut memengaruhi kenyamanan berbelanja pelanggan. Hangtag yang terpasang pada setiap barang memberikan kepastian harga dan detail produk secara transparan sehingga pelanggan tidak perlu lagi bertanya secara langsung kepada pemilik usaha. Hangtag yang efektif dapat meningkatkan pengenalan merek, memberikan informasi penting kepada pelanggan, serta meningkatkan nilai yang dirasakan konsumen terhadap produk (Nisa & Krisna, 2025). Dalam pelaksanaannya, pemilik usaha sangat antusias membantu proses pemasangan hangtag agar seluruh barang memiliki penanda yang seragam.



Gambar 4. Kegiatan Pemasangan Hangtag Harga pada Produk Dian Collection

Temuan ini sejalan dengan hasil kajian Rismawati dan Mulyadi (2025) yang menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, dan distribusi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM, sehingga kejelasan informasi harga melalui hangtag yang dilaksanakan pada kegiatan ini sejalan dengan upaya mendorong keputusan pembelian pelanggan Dian Collection. Selain itu, penguatan identitas visual usaha melalui nama toko dan spanduk yang konsisten turut memperkuat citra merek (brand image) UMKM di mata masyarakat sekitar (Maheni dkk., 2023), sehingga usaha tidak hanya lebih mudah dikenali tetapi juga dipandang lebih profesional dan tepercaya oleh calon pelanggan.

Selama pelaksanaan kegiatan, tim dan pemilik usaha turut berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan, mulai dari observasi, perencanaan, hingga pemasangan. Masyarakat yang menjadi sasaran kegiatan ini adalah pemilik usaha Dian Collection serta warga sekitar Br. Calo, Desa Pupuan, yang menunjukkan antusiasme cukup tinggi dalam mengikuti rangkaian kegiatan. Pada tahap perencanaan, pemilik usaha terlibat aktif menyampaikan kebutuhan usaha dan memberikan masukan terkait desain spanduk dan hangtag. Pada tahap pelaksanaan, pemilik usaha turut membantu proses pemasangan sehingga kegiatan berjalan lebih cepat, sementara warga sekitar memberikan apresiasi positif karena semakin mudah mengetahui lokasi dan jenis usaha tersebut. Pada tahap pascakegiatan, pemilik usaha menyatakan kesediaan untuk menjaga dan memanfaatkan hasil kegiatan secara optimal, yang menjadi bukti bahwa program dapat diterima dengan baik dan berpotensi berkelanjutan.

Adapun kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan antara lain penyesuaian waktu observasi dengan jam operasional toko, penyesuaian pemilihan warna dan susunan informasi pada desain sesuai keinginan pemilik usaha, serta koordinasi jadwal dengan pihak percetakan agar proses pemasangan tetap selesai sesuai jadwal yang direncanakan. Meskipun demikian, seluruh kendala tersebut dapat diatasi melalui komunikasi dan koordinasi yang baik antara tim pelaksana dan pemilik usaha, sehingga kegiatan dapat diselesaikan sesuai rencana. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan citra usaha, kelancaran transaksi, serta daya saing Dian Collection di lingkungan Br. Calo, Desa Pupuan.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui penguatan identitas usaha dan peningkatan pengelolaan harga produk pada Dian Collection telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Toko kini memiliki nama resmi dan spanduk yang mudah dikenali masyarakat, serta hangtag harga yang terpasang pada setiap produk sehingga informasi harga menjadi transparan dan transaksi berlangsung lebih cepat. Kegiatan ini mendapat respons sangat positif dari pemilik usaha dan dinilai mampu meningkatkan citra serta kepercayaan pelanggan terhadap Dian Collection.

Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, disarankan kepada pemilik usaha Dian Collection agar tetap menjaga dan memanfaatkan spanduk serta hangtag harga yang telah terpasang, merawatnya agar tetap bersih, jelas, dan mudah terbaca, serta memperbarui hangtag secara berkala apabila terjadi perubahan harga, ukuran, atau informasi produk. Pemilik usaha juga diharapkan dapat terus meningkatkan pengelolaan identitas usaha melalui penataan toko yang rapi, pelayanan yang baik, serta penggunaan media promosi sederhana untuk memperluas jangkauan pasar. Bagi pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya, program serupa dapat dikembangkan dengan menambahkan pendampingan pemasaran digital, pencatatan keuangan sederhana, dan pengelolaan stok barang agar usaha mikro seperti Dian Collection dapat berkembang lebih optimal dan memiliki daya saing yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Fitriyani, F., Alkodri, A. A., Isnanto, B., Kirana, C., & Adiwinoto, B. (2024). Implementasi desain grafis untuk media promosi UMKM di Pangkalpinang. *Jurnal Abdimastek*, 5(2).

Maheni DK, M. R. R. T., Fajrina, N., Susilawati, Pramesti, R. D., & Andriyanto. (2023). Pembuatan desain identitas visual sebagai salah satu kekuatan brand untuk mendukung daya saing produk pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(1).

Nisa, K., & Krisna, D. Y. (2025). Evaluasi kepercayaan konsumen dalam pembelian stiker label UMKM di Shopee dengan metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sains dan Teknologi (JSIT)*, 5(3).

Rihayana, I. G., & Anjani, N. W. R. (2023). Pelatihan Pengoptimalan Penggunaan Teknologi Dalam Meningkatkan Pemasaran Digital Pada UMKM Ayu Mesari. *In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(2), 1200-1206.

Rihayana, I. G., Arsha, I. M. R. M., & Suardhika, I. N. (2024). The interaction of entrepreneurial orientation on the business performance of Small and Medium Industries in Bali. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE), 4*(1), 41-48.

Rismawati, H., & Mulyadi, M. (2025). Pengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM kuliner di Jakarta Timur. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 8(2).

Situmorang, D. C. Z., Alfredo, M., & Anggraini, T. (2026). Peran spanduk sebagai media promosi UMKM dalam menarik konsumen warung di Desa Bandar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kesosi*, 9(1).