

Pelatihan Branding Produk dan Digital Marketing Bagi UMKM Desa Podoroto

Refi Ika Maulia^{1*}, Pamuji Adhe Saputra², Latansa Bil Khoiriyah³, Roy Wahyuningsih⁴

¹Universitas PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

²Universitas PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

³Universitas PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

⁴Universitas PGRI Jombang, Jombang, Indonesia

*e-mail korespondensi: roystkipjb@gmail.com

Abstract

The economic activities of local communities have a significant impact on a country's financial growth. Based on data from the Ministry of Cooperatives and UKM, there are 65.5 million UMKM in Indonesia covering 99% of all business entities. The UKM sector contributes 61% or IDR 9,580 trillion to the Gross Domestic Product (PDB). The contribution of UMKM to labor absorption reaches 97% of the total labor force. The purpose of Community Service in Podoroto Village is that business actors have an innovative logo, appropriate packaging, and business legality. The method used to achieve the goals in this service is an andragogy approach using 3 stages, namely, the planning stage, the implementation stage, and the evaluation stage. The results of the service show that the interest of Podoroto Village business actors in participating in training is very large and very enthusiastic about the type of logo innovation, digital marketing, and business legality. The thing that needs to be done repeatedly is about business legality because making legality for business actors needs to be accompanied on a scale to get maximum understanding. Community service by involving Podoroto Village business actors can help in developing their business so that their products are ready to be marketed and circulated in the global market.

Keywords: training; product branding; digital marketing.

Abstrak

Aktivitas perekonomian masyarakat lokal mempunyai dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan keuangan suatu negara. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat 65,5 juta UMKM di Indonesia atau mencakup 99% dari seluruh badan usaha. Sektor UMKM berkontribusi sebesar 61% atau senilai Rp 9.580 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Faktanya, kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total Angkatan kerja. Tujuan Pengabdian kepada masyarakat Desa Podoroto adalah pelaku usaha memiliki logo yang inovatif, kemasan yang sesuai dan memiliki legalitas usaha. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam pengabdian ini adalah pendekatan andragogi dengan menggunakan 3 tahapan yaitu, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Dari hasil pengabdian menunjukkan bahwa minat pelaku usaha Desa Podoroto dalam mengikuti pelatihan sangat besar dan sangat antusias pada jenis penginovasian logo, digital marketing serta legalitas usaha. Hal yang perlu dilakukan pelatihan secara berulang yaitu mengenai legalitas usaha karena pembuatan legalitas bagi pelaku usaha perlu didampingi secara berskala untuk mendapatkan pemahaman yang maksimal. Pengabdian masyarakat dengan melibatkan pelaku usaha Desa Podoroto dapat membantu dalam pengembangan usaha nya agar produk yang dimiliki siap dipasarkan dan di edarkan pada pasar global.

Kata Kunci: Pelatihan; Branding Produk; digital marketing

Accepted: 2024-01-25

Published: 2024-04-05

PENDAHULUAN

Aktivitas perekonomian masyarakat lokal mempunyai dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan keuangan suatu negara. Sebagian besar masyarakat Indonesia berperan sebagai pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang merupakan salah satu komponen terpenting dalam perekonomian Indonesia. Menurut (Swissia, 2023) Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja dan kontribusi terhadap produk domestik bruto.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat 65,5 juta UMKM di Indonesia atau mencakup 99% dari seluruh badan usaha. Sektor UMKM berkontribusi sebesar 61% atau senilai Rp 9.580 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Faktanya, kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 97% dari total Angkatan kerja.

Teknologi menjadi salah satu tantangan bagi UMKM karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan saluran pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial dan website. Menurut Iskandar, 2022 dalam (Wijayanti, 2023) Pada era digital saat ini, pemanfaatan teknologi dalam kehidupan sehari-hari bukan lagi sebuah kata asing. Kemudahan yang dibawa oleh teknologi membuat gaya hidup masyarakat menjadi lebih praktis, efektif, dan efisien. Pada masa sekarang ini, para pelaku ekonomi harus mampu beradaptasi dengan teknologi digital agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Selain itu, sebagian besar konsumen beralih ke pembelian secara online karena lebih mudah serta menghemat waktu dan tenaga.

Strategi bisnis yang harus dikuasai oleh pelaku usaha agar produknya dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat hingga seluruh Indonesia bahkan seluruh dunia yaitu *branding* produk dan *digital marketing*. Menurut Laksmi, 2022 dalam (Kurniawan, 2023) Pelaku UMKM perlu membangun citra bisnis yang lebih optimal serta memperkuat *branding* produk dan *digital marketing* baik dari aspek visual, konten, dan lainnya agar tetap kompetitif meski di era Industri 4.0 atau Cyber Physical System. *Digital marketing* fokus pada promosi produk melalui platform media sosial. Selain itu, *branding* produk fokus dalam menciptakan identitas produk usaha berupa merek produk, logo, serta design kemasan yang akan dipasarkan melalui *digital marketing*.

Pelaku usaha Desa Podoroto sebagai mitra pengabdian merupakan masyarakat yang memiliki usaha dalam bidang makanan. Jumlah pelaku usaha dalam bidang makan di Desa Podoroto sebanyak 25 orang. Berdasarkan hasil survei awal melalui wawancara dengan salah satu pelaku usaha jenis "bakpia" dan hasil studi dokumentasi produk "Bakpia" menunjukkan bahwa permasalahan yang sedang di hadapi oleh pelaku usaha desa Podoroto adalah mengenai inovasi logo, kemasan, pemasaran, dan legalitas usaha. Pelaku usaha hanya menggunakan kemasan plastik biasa untuk mengemas produknya. Workshop yang sudah pernah diikuti oleh pelaku usaha Desa Podoroto belum spesifik dalam membahas mengenai logo, kemasan, pemasaran serta legalitas usaha.

Gambaran permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha Desa Podoroto yang sesuai dengan tema pengabdian, antara lain sebagai berikut : (1) Pelaku usaha belum mempunyai logo yang inovatif sehingga logo mudah ditiru oleh produk lain, (2) Pelaku usaha belum menggunakan kemasan yang siap edar untuk pasar global, (3) Minimnya pengetahuan pelaku usaha tentang pemasaran atau *branding* produk menggunakan media sosial atau website, (4) Minimnya pengetahuan pelaku usaha mengenai pembuatan legalitas usaha berupa NPWP, NIB, P-IRT, Sertikasi halalserta pentingnya legalitas usaha.

Berdasarkan pengabdian yang dilakukan oleh (Rahmatin, 2023) menunjukkan bahwa UMKM di Desa Karang, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang menghadapi kendala dalam memasarkan produknya. Berdasarkan hasil survei lapangan dan wawancara dengan perangkat desa dan masyarakat setempat, dapat disimpulkan bahwa permasalahan tersebut antara lain: (1) kegiatan UMKM di Desa Kalangan pada dasarnya hanyalah pekerjaan sampingan bagi sebagian penduduknya, (2) kurangnya pengetahuan tentang *e-commerce*, UMKM di desa Karang kebanyakan menghasilkan produk setelah menunggu pesanan. (3) Beberapa produk UMKM di Desa Kalangan tidak memiliki logo. (4) Beberapa UMKM di Desa Kalangan menjual produk tersebut tanpa nama perusahaan UMKM dan hanya dikemas lalu dijual sehingga produk tidak memiliki identitas merek.

Tujuan Pengabdian kepada masyarakat Desa Podoroto adalah sebagai berikut : (1) agar pelaku usaha mempunyai logo yang inovatif sehingga logo tidak mudah ditiru oleh produk lain, (2) agar pelaku usaha dapat menggunakan kemasan yang siap edar untuk pasar global, (3) agar

dapat menambah khazanah pengetahuan pelaku usaha tentang pemasaran atau *branding* produk menggunakan media sosial atau website, (4) ar dapat menambah khazanah pengetahuan pelaku usaha mengenai pembuatan legalitas usaha berupa NPWP, NIB, P-IRT, Sertikasi halalserta pentingnya legalitas usaha.

METODE

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan dalam pengabdian ini adalah pendekatan andragogi. Menurut (Suadnya, 2020) pendekatan andragogi yaitu pendekatan orang dewasa dengan prinsip *action learning* agar proses pembelajaran dapat terlaksana dengan baik. Kegiatan inti yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah ceramah dan pendampingan dalam proses pembuatan logo, digital marketing dan pembuatan legalitas usaha bagi pelaku UMKM Desa Podoroto. Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat antara lain sebagai berikut :

1. Tahapan Persiapan Pengabdian

Pada Tahap persiapan, pengabdi melakukakn beberapa hal, yaitu :

- (1) Observasi awal untuk mengetahui permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh pihak mitra UMKM Desa Podoroto berkaitan dengan usaha yang sedang dijalankan sehingga pengabdi dapat memberikan pandangan serta pendampingan untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.
- (2) Penentuan lokasi pengabdian dan mengurus perizinan pelaksanaan pengabdian bertujuan untuk mempermudah pengabdi dan mitra untuk menjalankan kegiatan pengabdian. Lokasi pengabdian terletak di Desa Podoroto, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Jombang tepatnya di Balai Desa Podoroto. Pemilihan lokasi pengabdian didasarkan pada persetujuan antara pengabdi dan mitra UMKM Desa Podoroto serta perangkat Desa Podoroto.

2. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

Pada tahap pelaksanaan pengabdian dengan kegiatan inti yaitu ceramah dan pendampingan, penyampaian teori juga di ikuti dengan pendampingan untuk mengimplementasikan materi yang sudah diberikan. Tahap pelaksanaan pengabdian antara lain sebagai berikut :

a. Tahap ceramah

Penyampaian materi dengan metode ceramah menggunakan media IT powerpoint membahas mengenai pembuatan logo yang kreatif dan inovatif, pengemasan dan pemasaran menggunakan metode digital marketing, serta pembuatan legalitas usaha bagi pelaku UMKM Desa Podoroto.

b. Tahap pendampingan

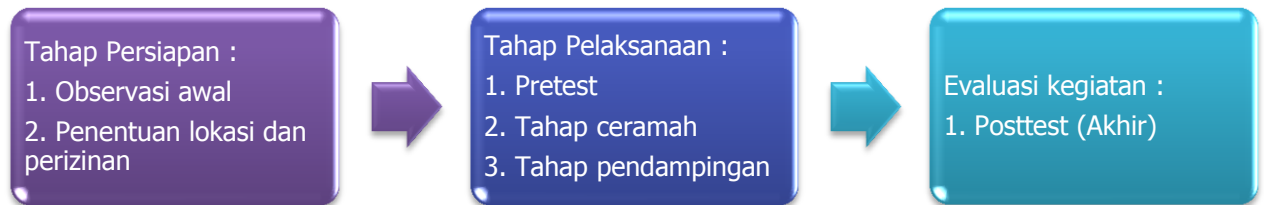
Pendampingan yang dilaksanakan oleh team pengabdi yaitu mengenai pembuatan logo, *upgrade* pengemasan, serta pembuatan legalitas usaha berupa NPWP, NIB, dan P-IRT

3. Tahapan Evaluasi Pengabdian

Evaluasi kegiatan dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan dilaksanakan. Evaluasi berkaitan dengan pengetahuan serta hasil dari pelatihan yang dilakukan kepada pelaku usaha. Evaluasi sebelum kegiatan pelatihan dilakukan menggunakan *pretest* berupa angket yang di berikan oleh pengabdi secara online kepada peserta pelaku usaha. Sedangkan sesudah kegiatan terlaksana diberikan *link* yang dapat diakses secara online berisi angket *posttest* Kriteria keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari dua segi yaitu pengetahuan dan produk (sesuatu yang didapatkan oleh pelaku usaha berupa logo, *upgrade* kemasan yang baru, serta legalitas usaha.). Peserta yang terlibat dalam pelatihan dapat mengembangkan usaha sesuai dengan bidang usahanya masing-masing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sebagaimana dipaparkan pada metode pelaksanaan, pengabdian telah melakukan beberapa tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Berikut tahapan pelaksanaan pengabdian sebagai berikut :



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). Uraikan bahwa kegiatan pengabdian telah mampu memberi perubahan bagi individu/masyarakat maupun institusi baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Kegiatan inti pengabdian, pengabdian melaksanakan (1) Pretest, bertujuan untuk mengetahui wawasan pelaku usaha Desa Podoroto mengenai inovasi logo, digital marketing, dan legalitas usaha (2) Tahap ceramah untuk memberikan gambaran serta pengetahuan baru kepada pelaku usaha Desa Podoroto. Tahap ceramah memiliki 3 substansi yaitu : Inovasi logo, Digital marketing, dan Legalitas usaha. (2) Tahap pendampingan



Gambar 1. Penyampaian Materi Inovasi Logo



Gambar 2. Penyampaian Materi Digital Marketing



Gambar 3. Penyampaian Materi Legalitas Usaha

Hasil Pre test menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat selaku pelaku usaha Desa Podoroto sangat minim sekali. Hal tersebut perlu di garis bawah bahwa sosialisasi atau pelatihan yang serupa perlu di tekankan serta dilaksanakan berulang kali. Berikut rincian hasil pre test dan post test dalam bentuk table secara rinci :

Tabel 1. Persentase hasil Pretest dan posttest

No	Aspek	Pretest	Posttest
1	Aplikasi pembuat logo yang inovatif	10%	100%
2	Pentingnya logo bagi UMKM/pelaku usaha	60%	89%
3	Komponen gambar yang perlu ada dalam logo	30%	90%
4	Jenis kemasan yang sesuai dengan produk usaha	0%	100%
5	Kemasan yang menarik	20%	90%
6	Kemasan makanan yang dapat mengawetkan produk	0%	89%
7	Pentingnya Legalitas Usaha bagi UMKM/pelaku usaha	10%	90%
8	Jenis Legalitas Usaha untuk UMKM/pelaku usaha	0%	70%
9	Jenis Legalitas Usaha untuk UMKM/pelaku usaha	10%	50%
10	Cara membuat NPWP, NIB, P-IRT, Sertikasi Halal	0%	60%

Dari hasil pengabdian menunjukkan bahwa minat pelaku usaha Desa Podoroto dalam mengikuti pelatihan sangat besar dan sangat antusias pada jenis penginovasian logo, digital marketing serta legalitas usaha. Pentingnya logo dalam suatu usaha adalah sebagai identitas produk, dengan tujuan agar produk dapat dikenal oleh banyak orang. Selain itu, logo juga akan dicantumkan dalam kemasan produk sehingga logo memiliki peran yang sangat penting dalam perilaku berwirausaha. Selain logo, jenis kemasan pun perlu diperhatikan, karena banyak sekali jenis pengemasan yang dapat digunakan untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Faktanya, beda produk yang diproduksi juga menentukan jenis kemasan yang digunakan. Contohnya salah satu produk lokal masyarakat Desa Podoroto adalah "Bakpia". Pengemasan bakpia lebih disarankan menggunakan plastik kedap udara agar dapat menambah usia konsumsi produk tersebut. Produk bakpia jika dikemas menggunakan plastik biasa, umur simpannya hanya bertahan hingga 6 hari, namun apabila dikemas menggunakan plastik kedap udara maka dapat menambah umur simpan hingga 10 hari.

Hal yang perlu dilakukan pelatihan secara berulang yaitu mengenai legalitas usaha karena pembuatan legalitas bagi pelaku usaha perlu didampingi secara berskala untuk mendapatkan pemahaman yang maksimal. Legalitas usaha sangat penting bagi pelaku usaha, karena dengan adanya legalitas usaha maka usaha dikatakan sebagai usaha yang legal yang sudah memiliki izin edar, sehingga produk dapat dipromosikan di pasar global. Menurut Marlinah, 2020 dalam (Anggraini, 2022) Izin pendirian usaha adalah suatu dokumen resmi yang diterbitkan oleh pejabat berwenang, yang menyatakan bahwa seseorang atau suatu organisasi sah/berwenang untuk melakukan suatu usaha atau kegiatan tertentu. Oleh karena itu "izin berusaha" sangat penting dalam konteks dunia usaha khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), agar dapat terlindungi serta mendirikan usaha dengan tenang serta dapat menikmati keuntungan yang layak. Pelaku usaha juga dapat memberikan kontribusi yang lebih realistis dalam meningkatkan nilai tambah produksi, menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, menarik tenaga kerja dan menyebarkan pertumbuhan usaha.

Dampak positif dari adanya pelatihan ini adalah, masyarakat sebagai pelaku usaha memiliki pengetahuan baru mengenai cara mengembangkan usaha melalui logo, digital marketing serta legalitas usaha. Selain itu setelah diberikan pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha dapat mengakses pembuatan legalitas usaha dengan mudah hanya menggunakan media handphone yang tersambung dengan internet dengan mengakses link <https://ereg.pajakgo.id> untuk pendaftaran NPWP, <https://ui-login.oss.go.id> untuk pendaftaran NIB dan P-IRT.

KESIMPULAN

- 1) Pengabdian mampu meningkatkan pengetahuan pelaku usaha Desa Podoroto mengenai inovasi logo menggunakan berbagai jenis aplikasi dan kemasan yang cocok dengan jenis produk sebesar 100%
- 2) Pelatihan mengenai *branding* produk dan *digital marketing* memberikan dampak yang positif bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.
- 3) Pengabdian masyarakat dengan melibatkan pelaku usaha Desa Podoroto dapat membantu dalam pengembangan usahanya agar produk yang dimiliki siap dipasarkan dan di edarkan pada pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, R., & Kunci, K. (2022). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. In Eksaminasi: Jurnal Hukum (Vol. 1, Issue 2).
- Kurniawan, F. A., Hakim, M. L., & Mahmudi, A. (n.d.). Penguatan Branding Produk dan Digital Marketing di Era Cyber Physical System. <https://doi.org/10.35878/kifah.v2.i2.987>
- Pebrina Swissia, O. (2023). OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRANDING PADA UMKM TEMPE MBAH MUL DI DESA PURWOTANI. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(8). <http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI>
- Rohmah Wijayanti, N., & Swasti, I. K. (n.d.). SABANGKA ABDIMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka).
- Zulia Rahmatin, D., Naurotul Jannah, D., Nur Hidayati, D., Ningsih, W., Febriyanti, T., Laili Susanti, P., Billah, tasim, Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). Membangun Identitas Brand Melalui Strategi Branding Dan Digital Marketing Bagi Pemasaran Produk UMKM Desa Karang Building Brand Identity Through Branding And Digital Marketing Strategies For Product Marketing MSMEs In Karang Village. Pengabmas Nusantara), 5(2), 7–12. <https://doi.org/10.57214/pengabmas.v5i2.287>