

Pendampingan Pemasaran Digital untuk Peningkatan Branding UMKM di Desa Pematang Johar

Digital Marketing Assistance to Improve MSME Branding in Pematang Johar Village

Jamalia Permata Sari

¹Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

jamalia0302@gmail.com

Article History:

Received: 07 Oktober 2023

Revised : 09 Oktober 2023

Accepted: 10 Oktober 2023

Keywords: MSMEs; Branding and Logo; Pematang Johar Village

Abstract: MSMEs in Indonesia have become an important part of the economic system in Indonesia. This is because MSMEs are business units that are more numerous than large-scale industrial businesses and have the advantage of absorbing more workers and are also able to speed up the equalization process as part of development. Until now, MSME products continue to experience quite rapid development in line with market demand trends. As an effort to balance market competition, MSME players must continue to innovate and be creative to improve the quality of their products, one of which is through product branding. The MSMEs found in Pematang Johar Village, Labuhan Deli District, Deli Serdang Regency, are Chips MSMEs. These MSMEs have problems, such as poor marketing and the absence of product logos on packaging. Another problem with marketing is the absence of media to promote MSME businesses. In this case, creating a social media account is the right solution in marketing media for Al-Amin Chips MSMEs. This activity was carried out using a mentoring method by carrying out several activities, namely: (1) Logo Making, (2) Logo Submission, (3) Training on Creating Social Media Accounts and Promoting the Chips Business Through Social Media. By creating a logo, making packaging attractive can influence purchasing decisions and help MSMEs grow and develop. This MSME needs to rebrand its business so that this product can compete with similar products. If further developed through social media, these MSMEs can expand their marketing reach and be more efficient in carrying out promotions.

Abstrak:

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Produk UMKM hingga saat ini terus mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring dengan trend permintaan pasar. Sebagai upaya dalam mengimbangi persaingan pasar, pelaku UMKM harus terus melakukan inovasi dan kreatifitas untuk meningkatkan kualitas produk nya, salah satunya melalui branding produk. UMKM yang terdapat di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, yaitu UMKM Keripik. Pelaku UMKM ini memiliki permasalahan, seperti pemasaran yang kurang baik dan tidak adanya logo produk dalam pengemasan. Adapun permasalahan lain dari pemasaran adalah tidak adanya media untuk mempromosikan usaha UMKM tersebut. Dalam hal ini pembuatan akun sosial media menjadi solusi yang tepat dalam media pemasaran bagi pelaku UMKM Keripik Al-Amin. Kegiatan ini dilakukan dengan metode pendampingan dengan melakukan beberapa kegiatan yaitu: (1) Pembuatan Logo, (2) Penyerahan Logo, (3) Pelatihan Pembuatan Akun Sosial Media Serta Mempromosikan Usaha Keripik Melalui Sosial Media. Melalui pembuatan logo membuat kemasan yang menjadi menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan membantu UMKM tumbuh dan berkembang. UMKM ini perlu dilakukan rebranding usaha agar produk ini dapat bersaing dengan produk serupa. Apabila dikembangkan lagi melalui sosial media, UMKM ini dapat memperluas jangkauan pemasaran dan lebih efisien dalam melakukan promosi.

Kata Kunci: UMKM; Branding dan Logo; Desa Pematang Johar.

* *Jamalia Permata Sari:* jamalia0302@gmail.com

A. LATAR BELAKANG

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian masyarakat oleh mahasiswa untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat di sekitar. Pada Desa Pematang Johar, sebuah inisiatif menarik telah dijalankan oleh mahasiswa KKN dari UMSU. Mahasiswa ini membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa tersebut dengan membuat logo khusus untuk memperkuat branding mereka. Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, membangun identitas merek atau branding yang kuat menjadi penting bagi UMKM. Identitas merek yang khas dan menarik dapat membantu UMKM menonjol di tengah kompetisi pasar dan meningkatkan daya saing produk atau jasa yang mereka tawarkan.

UMKM dapat meningkatkan penjualan dan menyebarkan berita tentang produk mereka dengan tanda mereka. Merek UMKM ini dapat ditingkatkan pangsa pasar dan didukung oleh teknologi yang semakin maju. Selain memperkuat menjual dan berbagi produk, branding juga memiliki keunggulan untuk memperbesar Salah satu sektor perekonomian Indonesia yang berkembang pesat berkat dunia bisnis adalah UMKM. UMKM harus tetap berjalan mengembangkan dan berinovasi untuk bersaing di pasar. Logo, nama, istilah, desain, merek atau campuran yang ditentukan dan dimaksudkan yaitu digunakan branding untuk menciptakan identitas.

Pengembangan logo bagi UMKM berpengaruh terhadap nilai jual produk sendiri. Komponen ini membantu pembeli memvisualisasikan, menggambarkan dan membedakan barang yang ditawarkan. Kekuatan logo adalah pelanggan segera mengasosiasikannya dengan merek. Bisnis dapat tumbuh melalui penggunaan branding dinamis di berbagai media seperti media sosial dan pengemasan. Permasalahan yang sering dialami oleh pelaku UMKM yaitu dalam hal branding produk. Sama halnya dengan UMKM di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang yang mengalami kendala dalam melakukan branding.

Di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, terdapat beberapa banyak UMKM. Salah satunya yaitu UMKM Al-Amin yang bergerak dibidang pangan. Pemilik UMKM ini bernama Pak Senen yang bertempat tinggal di Desa Pematang Johar. UMKM Al-Amin ini, memiliki beberapa macam olahan produk. Salah satunya yaitu keripik singkong. Keripik singkong yang diolah pada UMKM Al-Amin ini memiliki rasa yang khas, enak dan renyah karena terbuat dari bahan yang berkualitas. Proses pengolahan keripik singkong yang benar, membuat keripik singkong milik Pak Senen memiliki banyak peminat. Namun, produk olahan keripik singkong UMKM Al-Amin ini, membutuhkan sebuah langkah

yang signifikan seperti perubahan logo, branding untuk mengembangkan bisnisnya dan mencari target pasar yang baru.

Berdasarkan pengamatan tersebut, bahwa para UMKM di Desa Pematang Johar dalam pelaksanaan pemasaran produk belum berjalan secara optimal. Ini didasarkan pada pemasaran dengan identitas merek yang kurang menarik. Pelaku UMKM kurang memiliki kreativitas, inovasi dan pengembangan pemasaran. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan membuat desain dan kemasan produk yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen, serta mempromosikan usahanya di sosial media selain itu untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM bahwa branding produk itu penting untuk persaingan citra merek tersendiri dalam mempunyai kemasan dan logo yang unik.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelaku UMKM di Desa Pematang Johar meliputi pendampingan kepada pelaku UMKM. Dalam pelaksanaan metode ini dilakukan beberapa tahapan yaitu :

1. Survey dan Observasi

Sebagai tahapan awal dilakukan survey dan observasi secara keseluruhan terhadap UMKM yaitu usaha keripik Al-Amin yang ada di Desa Pematang Johar. Tujuan dari adanya tahapan ini adalah untuk mendapatkan informasi seputar kegiatan UMKM di Desa Pematang Johar.

2. Wawancara

Setelah dilakukan tahapan awal dilanjutkan dengan kegiatan tanya jawab dengan pelaku UMKM Al-Amin dan diskusi dengan cara tanya jawab untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Keripik Al-Amin di Desa Pematang Johar dan bagaimana proses yang akan kita bantu serta pelaksanaannya.

3. Pelatihan Membuat Akun Sosial Media Serta Mempromosikan Usaha Keripik

Untuk mempromosikan usaha keripik yang bernama keripik Al-Amin yang bertujuan agar pelaku usaha keripik Al-Amin dapat memperluas jaringan pemasaran keripik melalui akun sosial media yaitu Instagram.

4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi sudah selayaknya dilakukan, hal ini untuk melihat sejauh mana hasil yang diperoleh jika dibandingkan dengan sebelumnya, baik dari segi rasa produk yang dihasilkan, kemasan yang dibuat maupun dari harga yang telah ditetapkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri rumahan Keripik Al-Amin di produksi tidak setiap hari dan proses pembuatan dilakukan secara konvensional dan individual. Pemasaran yang dilakukan masih menggunakan sistem word to mouth (dari mulut ke mulut) dan belum memanfaatkan media sosial karena kurangnya pemahaman mengenai penggunaan teknologi. Untuk pengerjaan keripik Al-Amin masih menggunakan alat manual yang membuat jumlah produksi yang sedikit. Untuk kendala lainnya terdapat logo dan kemasan. Perlu dilakukan rebranding usaha agar produk ini dapat bersaing dengan produk serupa. Apabila dikembangkan lagi melalui sosial media, UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran dan lebih efisien dalam melakukan promosi.

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang berfokus pada UMKM Keripik Al-Amin dilaksanakan di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang yaitu sebagai berikut:

1. Pembuatan Logo

Logo adalah instrumen yang menggambarkan harga diri, dimana semua nilai dapat menciptakan citra yang baik dan dapat dipercaya. Logo membuat orang mengingat dan mengenali suatu entitas tanpa harus membaca deskripsi atau penjelasan tentang entitas tersebut. Maka dibuatlah logo usaha untuk diletakkan pada produk tersebut. Logo usaha Pak Senen didesain dengan produk, beberapa paduan warna, dan elemen lainnya agar semakin menarik para konsumen untuk membelinya. Selain itu, pada logo usaha Pak Senen juga disertakan alamat rumah usaha Keripik Al-Amin sehingga konsumen dapat mudah menemukan alamat rumah Pak Senen.



Gambar 1. Pembuatan Logo Usaha Keripik Al-Amin

2. Penyerahan Logo UMKM

Kegiatan ini dilakukan setelah pembuatan logo selesai dan siap digunakan pada kemasan Keripik Al-Amin. Logo produk yang diserahkan merupakan hasil kolaborasi antara Mahasiswa KKN UMSU dan pelaku UMKM. Logo-logo ini dirancang dengan cermat untuk mencerminkan identitas dan karakter unik produk UMKM Desa Pematang Johar. Acara penyerahan logo produk ini menjadi bukti nyata bahwa kolaborasi antara dunia akademik dan dunia usaha dapat menciptakan peluang dan pertumbuhan bagi UMKM lokal. Pelaku UMKM di Desa Pematang Johar merasa terhormat dan terinspirasi oleh dukungan yang diberikan oleh Mahasiswa KKN UMSU. Diharapkan, logo-logo ini akan membantu meningkatkan daya tarik produk UMKM Desa Pematang Johar di pasar lokal maupun nasional, membuka peluang baru, dan mendukung pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Aksi Mahasiswa KKN ini bukan hanya memberikan logo, tetapi juga harapan bagi masa depan yang lebih cerah bagi para pelaku UMKM Desa Pematang Johar.



Gambar 2. Penyerahan Logo Usaha Keripik Al-Amin

3. Pelatihan Pembuatan Akun Sosial Media Serta Mempromosikan Usaha Keripik Melalui Sosial Media

Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin berkembang bagi para pengusaha. Keberadaan teknologi dimanfaatkan untuk memasarkan produknya. Banyaknya potensi berbagai usaha dalam produk membuat pengusaha harus mempromosikan produk yang memadai agar dapat dikenal luas di kalangan masyarakat. Oleh karena itu Mahasiswa KKN melakukan pelatihan dalam membuat akun sosial media untuk mempromosikan usaha serta memberikan kemudahan para konsumen untuk mendapatkan informasi. Pelatihan pembuatan akun sosial media yang dilakukan mahasiswa KKN kepada pelaku UMKM Keripik Al-Amin

yaitu dengan mendaftarkan usaha keripik Al-Amin di akun Instagram, setelah itu Mahasiswa KKN juga memberitahu cara penggunaan Instagram kepada pelaku UMKM ini agar bisa menggunakan Instagram tersebut sebagai media promosi usaha keripiknya. Kegiatan ini diharapkan agar pelaku UMKM di Desa Pematang Johar dapat terus bisa melakukan perkembangan secara online untuk meningkatkan branding dan target pasar yang semakin luas. Program ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Desa Pematang Johar untuk mendukung perekonomian.

4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak hasil penjualan setelah ada logo didalam kemasan dan juga setelah dipromosikan di akun sosial media. Kegiatan tersebut berdampak positif untuk pelaku UMKM karena dapat meningkatkan hasil penjualan dari sebelumnya. Pak Senen selaku UMKM Keripik Al-Amin merasa senang dikarenakan bisa mempromosikan usahanya melalui sosial media serta usaha nya bisa dikenal banyak orang dikarenakan adanya logo didalam kemasan..

Dengan adanya kegiatan pelatihan ini membuat usaha penjualan keripik Al-Amin semakin banyak peminatnya. Adapun kendala yang dihadapi selama pelatihan yaitu kurangnya pengalaman dalam mempromosikan di sosial media dan juga kemasan keripik Al-Amin yang kurang menarik konsumen karena tidak adanya logo . Oleh karena itu Mahasiswa KKN melakukan kegiatan pembuatan logo didalam kemasan keripik dan pelatihan pembuatan akun sosial media serta mempromosikan usaha keripiknya disosial media tersebut. Dengan adanya logo dan akun sosial media membuat usaha keripik Al-Amin semakin berkembang dan hasil penjualannya semakin meningkat dari sebelumnya.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa kuliah kerja nyata atau disingkat KKN yang dilaksanakan di Desa Pematang Johar, Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang .telah terlaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah disusun. mulai dari survey dan observasi tempat UMKM, hingga Kegiatan yang dilakukan berupa pembuatan logo, penyerahan logo dan pelatihan pembuatan akun sosial media serta mempromosikan usahanya di sosial media yang bertujuan untuk memasarkan produk tersebut secara luas. Selama melakukan program kerja, pelaku usaha mikro kecil menengah sangat antusias dalam memasarkan produknya selain itu juga untuk membangun branding yang merupakan faktor penting untuk membantu mengembangkan aspek kreatif UMKM, sehingga proses branding yang kuat dapat mengubah usaha kecil menjadi brand besar yang sukses.

Melalui branding dapat dikenali oleh konsumen secara menyeluruh dan utuh tentang kualitas produk tersebut serta dibutuhkan pemasaran terpadu baik offline maupun online dalam kegiatan branding UMKM.

Berdasarkan hal tersebut ada beberapa saran yang dapat dilakukan yaitu dimana pelaku UMKM harus terus melakukan promosi disosial media agar menarik konsumen selain itu juga harus adanya logo keripik Al-Amin didalam kemasan agar usaha keripik tersebut dikenal banyak orang. Kegiatan ini bisa membuat penjualan keripik semakin meningkat karena adanya brand tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan rasa syukur diberikan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam segala kegiatan ini. Ucapan terima kasih dan rasa cinta disampaikan kepada orang tua pengabdian. Ucapan terima kasih dan rasa hormat juga diberikan kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Kepala Desa Pematang Johar, Kepala Dusun VI Rawa Badak. Serta apresiasi kepada pelaku UMKM Keripik Al-Amin di Desa Pematang Johar Dusun VI atas partisipasi dan kerjasama yang baik selama kegiatan KKN ini.

REFERENSI

- Moestopo, U. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan Muhammad Saifulloh. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28–33. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Destriana, A. A., Lukyanto, G. C., Clara, M., & Siti, D. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. 1473–1478
- Nasution, M. A., & Afandi, A. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Digital Marketing kepada Pelaku UMKM di Desa Saentis Kabupaten Deli Serdang. *Fusion: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 58-65.
- Dumadi, S. B. (2021). Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari). *Journal Economics and Management (JECMA)*, 46.
- Goenawan, K. (2014). Pengaruh Produk, Attributes, Brand Name, Productprice, dan Social Influence terhadap Purchas Intention Android Smartphone di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5.
- Desa PematangJohar. (2019). *Pemerintah Desa Pematang Johar*. Retrieved from www.desapematangjohar.deli-serdangkab.go.id:https://desapematangjohar.deliserdangkabgo.id/
- Tri Handayani, F. S. (2021). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pengelolaan Manajemen pada UMKM Konveksi Mutiara. *Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 47

- Titik, W., & Purwaning Budi, L. (2017). Ibm-Pendampingan Usaha Kerupuk Rumahan Di Desa Kembang Kabupaten Pacitan. *Jurnal ABDIMAS Unmer Malang*, 2(01).
- Maryama, S., Yandri, P., Imal, & Istima. (2018). Pembuatan Packaging Dalam Upaya. *SEMBADHA 2018 Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 156–159.
- Nugroho, A., Bagiarta, I Gusti Ngurah Nyoman, Santoso, J., & Edwar. (2020). PKM Pembuatan Logo Dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Social Media" HM" Karangasem. *Widyabhakti*, 2(2), 117–122.
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *ABDIMAS IPTEK*, 1(1) Halaman 39-44. <https://doi.org/10.53513/abdi.v1i1.3381>