

Pendampingan Digitalisasi Produk UMKM PKK di Desa Sumberejo Wonogiri Melalui Branding dan Digital Marketing

Assistance In Digitalizing PKK MSMEs Products In Sumberejo Wonogiri Through Branding And Digital Marketing

If Bambang Sulistyono¹, Eusthacia Arzeti Kushandi², Maharani Putri Intan Nurhaliza³, Sekar Arum Kusuma Jati⁴, Sekar Poetry Mahardhika⁵

¹⁻⁵ Universitas Sebelas Maret, Surakarta

Korespondensi penulis: ifbbsk@yahoo.com

Article History:

Received: 30 Juli 2023

Revised: 20 Agustus 2023

Accepted: 12 September 2023

Keywords: digitalization, PKK, MSMEs.

Abstract: This community service activity aims to increase the knowledge and skills of the Sumberejo Wonogiri Village PKK and MSMEs owners in utilizing social media as a means of developing business. This activity is carried out through socialization and training methods which aim to provide understanding and awareness for Sumberejo Village MSMEs players in utilizing digital media as a means of marketing products. The participation and enthusiasm of the Sumberejo Village PKK and MSMEs owners in the activity was very good. The impact of the socialization activities was able to increase the knowledge and skills of the Sumberejo Village PKK and MSMEs owners in increasing market expansion through digital marketing. The Socialization of MSMEs Branding in the Context of Market Expansion in Sumberejo Village is very useful and is expected to be sustainable.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan PKK Desa Sumberejo dan pemilik UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana mengembangkan usaha. Di era serba digital, mengikuti perkembangan teknologi menjadi suatu keharusan bagi setiap individu. Pelaku usaha harus mulai beradaptasi dengan menggunakan media digital dan juga dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan usaha. Sebagai contoh pemanfaatan media digital dalam pengembangan usaha yaitu, digital branding dan digital marketing. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan melalui metode sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran bagi pelaku UMKM Desa Sumberejo dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran produk. Partisipasi dan antusias PKK Desa Sumberejo beserta pemilik UMKM dalam kegiatan sangat baik. Dampak dari kegiatan sosialisasi mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan PKK Desa Sumberejo dan pemilik UMKM dalam meningkatkan ekspansi pasar melalui pemasaran digital. Kegiatan Sosialisasi Branding UMKM Dalam Rangka Ekspansi Pasar Hasil Produksi Peternakan di Desa Sumberejo sangat bermanfaat dan diharapkan dapat berkelanjutan.

Kata Kunci: digitalisasi, PKK, UMKM.

PENDAHULUAN

Kegiatan perekonomian masyarakat memberikan pengaruh terhadap perekonomian negara. Di tengah kemajuan teknologi saat ini, masyarakat secara aktif mencari peluang-peluang baru untuk dijadikan sumber perekonomian. Hal serupa juga terjadi di Desa Sumberejo, Kecamatan Wuryantoro, Kabupaten Wonogiri dimana masyarakat desa berupaya untuk berinovasi menciptakan sumber penghasilan alternatif melalui pemberdayaan UMKM oleh PKK Desa Sumberejo. Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan gerakan pembangunan masyarakat yang tumbuh dari bawah dan wanita

* If Bambang Sulistyono, ifbbsk@yahoo.com

sebagai motor penggerak. Adanya gerakan ini ditujukan untuk mewujudkan keluarga yang bahagia, sejahtera, maju, dan mandiri.

PKK di Desa Sumberejo tidak hanya aktif pada isu-isu yang menjadi permasalahan nasional yang tentunya juga menjadi fokus permasalahan dari gerakan PKK itu sendiri, tetapi juga secara aktif menjadi penggerak pemberdayaan usaha masyarakat yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan setiap masyarakat di Desa Sumberejo. Desa Sumberejo sendiri memiliki produk unggulan yaitu, kacang sacha inchi. Sacha inchi (*Plukenetia volubilis*) dikenal sebagai kacang inka atau kacang gunung yang berasal dari hutan tropis amazon. Kacang jenis ini sangat kaya akan asam lemak seperti omega 3, omega 6, dan omega 9 dan sangat bermanfaat bagi kecerdasan anak. Selain itu, kacang sacha inchi memiliki nilai ekonomis yang relatif tinggi karena seliter minyak sacha inchi dapat terjual hingga jutaan rupiah. Akan tetapi, meskipun desa ini memiliki potensi kacang sacha inchi yang memiliki prospek sangat menguntungkan, pemasaran akan produk ini masih belum masif dan hanya terpusat di sekitar wilayah Desa Sumberejo.

Di era serba digital, mengikuti perkembangan teknologi menjadi suatu keharusan bagi setiap individu. Kemajuan teknologi selain memberikan kemudahan juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha. Para pelaku usaha dituntut mengerti teknologi informasi di era gerakan ekonomi digital yang sangat pesat. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mulai beradaptasi dengan menggunakan media digital, mengikuti tren, dan juga dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana pengembangan usaha. Sebagai contoh pemanfaatan media digital dalam pengembangan usaha yaitu, *branding* dan *digital marketing*. Maka dari itu, pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Desa Sumberejo pada periode Juli-Agustus 2023 dilaksanakan program sosialisasi dan pelatihan *branding* UMKM dengan tujuan memperluas target pasar produk UMKM PKK Desa Sumberejo.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui metode sosialisasi dan pelatihan. Sasaran dari adanya kegiatan ini yaitu, PKK Desa Sumberejo dan pemilik UMKM. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi pentingnya *branding* dalam sebuah produk. Hal ini dilatarbelakangi kurangnya kesadaran dari pelaku UMKM untuk memberikan identitas produk pada produk yang diperjualbelikan. Sedangkan untuk pelatihan direalisasikan dengan adanya pelatihan pembuatan akun Instagram dan tautan Linktree guna memudahkan pemasaran produk UMKM sehingga target konsumen dapat menjangkau luar Desa Sumberejo.

HASIL

A. *Branding* UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Salah satu perannya adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk-produk berkualitas tinggi, menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah. Era Revolusi Industri 4.0 telah menciptakan bidang ekonomi digital yang mulai menggeser perekonomian konvensional (*non-digital*). Ekonomi digital adalah suatu kegiatan ekonomi dengan menggunakan teknologi digital yang transaksinya dilakukan melalui internet.

Perkembangan UMKM saat ini tidak luput dari pengaruh digitalisasi, hal ini juga dirasakan oleh pelaku UMKM PKK Desa Sumberejo dan menjadi salah satu tantangan bagi pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Pelaku UMKM di Desa Sumberejo sendiri telah melakukan upaya pengembangan secara internal yaitu melalui pengadaan modal produksi, inovasi produk hasil PKK, dan memperluas jangkauan pasaran (*media online*). Meskipun demikian, upaya untuk mengembangkan UMKM masih belum berjalan dengan optimal, yang mana setelah diobservasi ditemukan fakta bahwa pelaku UMKM belum memiliki kesadaran akan pentingnya *branding* produk sebagai salah satu strategi pemasaran.

Branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan strategi dan taktik atau kombinasi dari semuanya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk membangun merek bisnis dan menciptakan citra positif di mata konsumen. *Branding* memiliki tujuan untuk menunjukkan identitas produk kepada masyarakat luas sehingga menarik masyarakat untuk melakukan pembelian. Pada era digital ini, kegiatan *branding* sering dilakukan melalui media sosial (*digital branding*).

Kegiatan *digital branding* difokuskan pada upaya pemanfaatan media sosial dan juga *platform e-commerce*. Kegiatan ini menjadi strategi jangka panjang untuk mempersiapkan UMKM dalam ranah bisnis di era digital. Kondisi inilah yang kemudian menjadi peluang sekaligus hambatan bagi para pelaku UMKM di Desa Sumberejo. *Branding* melalui media digital menawarkan kemudahan bagi produsen untuk mengenalkan produknya secara masif sebab tingginya penggunaan media sosial di era saat ini. Namun, perkembangan media sosial yang sangat cepat menjadi tantangan besar bagi pelaku UMKM PKK Desa Sumberejo yang mayoritas sudah berusia lanjut. Merujuk pada kondisi di atas, dalam kegiatan pengabdian masyarakat kami memberikan solusi melalui pelatihan *branding* dengan media digital (*digital marketing*) melalui media sosial. Selain

itu, kami juga memberikan sosialisasi pentingnya *branding* dengan tujuan untuk mengembangkan dan mempromosikan produk, membangun *brand awareness* masyarakat terhadap produk, memberikan pelatihan dan pembinaan kepada pelaku UMKM mengenai strategi komunikasi pemasaran yang tepat.

B. *Digital Marketing*

Digital Marketing atau yang biasa dikenal dengan pemasaran digital merupakan salah satu strategi bagi pemilik usaha untuk mengembangkan usahanya di era digitalisasi. Pasca pandemi Covid-19, pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sumberejo, Kecamatan Wuryantoro, Kabupaten Wonogiri memerlukan sebuah inovasi agar usahanya dapat bersaing dengan usaha lain di tempat yang berbeda. Konsep *digital marketing* menjadi sebuah potensi besar bagi pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Sumberejo di tengah keterbatasan yang dimiliki.

Digital marketing ditujukan untuk menjangkau target konsumen secara cepat, tepat dan luas dengan memanfaatkan media digital. Sosialisasi strategi *digital marketing* dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri. Pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Membuat akun media sosial produk UMKM dengan nama sederhana, mudah diingat, dan merepresentasikan usaha;
2. Akun media sosial dikelola secara profesional;
3. Secara rutin dan berkala *memposting* kegiatan usaha;
4. Membuat tanda pagar (*hashtag*) unik yang mencirikan usaha kita dan menggunakannya di setiap postingan; dan
5. Menjawab segala pertanyaan yang ditanyakan oleh *followers* untuk menandakan bahwa akun aktif.

Kegiatan promosi menjadi faktor penentu dalam meningkatkan angka penjualan bagi seluruh jenis usaha (baik berskala kecil maupun besar).

Dalam bidang pemberdayaan masyarakat di Desa Sumberejo kami memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat Desa Sumberejo terutama pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Upaya ini ditujukan untuk meningkatkan potensi sumber daya manusia dan potensi pemasaran. Penyuluhan dan pelatihan *digital marketing*

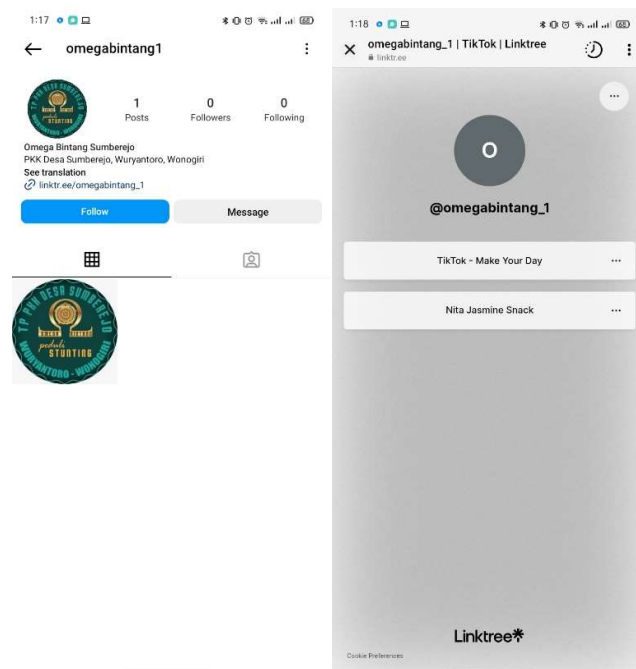
di Desa Sumberejo dilakukan dengan metode membuat akun media sosial melalui Instagram dan Linktree. Tujuan dibuatnya akun media sosial tersebut adalah agar pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dan PKK Desa Sumberejo memiliki *platform* yang memadai untuk memasarkan produknya.

C. Dampak

Kegiatan pengabdian yang diselenggarakan melalui sosialisasi dan pelatihan digitalisasi kepada pelaku UMKM dan PKK di Desa Sumberejo yang diwujudkan dengan penyampaian materi dan praktik langsung memberikan dampak seperti tertera pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Analisa Dampak Pendampingan Digitalisasi di Desa Sumberejo

No	Uraian
1	Peserta memiliki pemahaman dan kesadaran pentingnya <i>branding</i> pada sebuah produk
2	Peserta memiliki pemahaman dan kesadaran memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran
3	Peserta memiliki akun media sosial khusus untuk memasarkan produk



Gambar 1. Akun media sosial produk UMKM PKK Desa Sumberejo
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023



Gambar 2. Sosialisasi dan Pelatihan *Branding* UMKM PKK Desa Sumberejo
Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan yaitu:

1. *Branding* UMKM sangat dibutuhkan untuk pelaku UMKM untuk menunjang pengetahuan tentang kewirausahaan mulai dari merek dagang, *marketing*, logo, *tagline*, hingga perizinan produk. Sehingga pelaku UMKM akan lebih profesional dan produk yang dibuat dapat dipasarkan secara maksimal. Hal tersebut juga sangat membantu perekonomian Desa Sumberejo dan memaksimalkan potensi sumber daya alam (SDA) di Desa Sumberejo dapat dimanfaatkan secara maksimal. Adanya sosialisasi *branding* produk UMKM menjadikan masyarakat memahami dan memiliki kesadaran akan pentingnya *branding* produk sebagai salah satu strategi perluasan pemasaran produk.
2. Teruntuk pelaku UMKM, *digital marketing* sangatlah membantu mereka dalam memasarkan produk serta berinteraksi dengan konsumen secara langsung. banyak pelaku UMKM mengatakan bila dengan digital marketing ini sangatlah membantu untuk memperluas target pasar mereka. apalagi pelaku UMKM dapat mempromosikan pasar mereka secara bebas dan aman, menjadikan konsumen bertambah setiap harinya. dan mereka juga dapat berkolaborasi dengan beberapa mitra seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan lain-lainnya. Adanya pelatihan *digital marketing* yang telah dilaksanakan menjadikan peserta kegiatan memiliki akun media sosial khusus untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, pembuatan tautan Linktree menjadikan para peserta lebih mudah untuk berhubungan dengan para konsumen.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terlaksananya program kegiatan pengabdian masyarakat dengan sukses dan lancar melatarbelakangi adanya tulisan ini yang tentunya dengan dukungan dan bimbingan beberapa pihak sebagai berikut :

1. UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Juli – Agustus 2023;
2. Masyarakat Desa Sumberejo yang telah bersedia menjadi target pelaksanaan KKN UNS periode Juli – Agustus 2023;
3. Bapak Dr. If Bambang Sulistyono selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah bersedia membimbing kami selama pelaksanaan KKN UNS periode Juli – Agustus 2023; dan
4. Teman-teman Kelompok 41 KKN UNS Desa Sumberejo yang telah berproses bersama Akmal Abdan Syakur, Ameilianti Wijaya, Annisa Rahmawati, Eusthacia Arzeti Kushandi, Maharani Putri Intan Nurhaliza, Mei Rezky Kurnia Putra, Sekar Arum Kusuma Jati, Sekar Poetry Mahardhika, dan Sabila Rahma Cahya Suherman.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, F., Hardjanto Ainul, I., & Hayat, A. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitas Pihak Eksternal dan Potensi Eksternal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(6), 1286-1295.
- Chusniyah, I., & Fauza, N. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran di Masa Pandemi Bagi Masyarakat. *Khidmatuna : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 138-149.
- Irawan, D., & Affan, M. (2020). Pendampingan Branding dan Packaging UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 32-36.
- Mudrifah, & Pramuja, R. (2022). Pendampingan Digital Marketing Pada UMKM PKK Karangploso View-Ngenep (Program BEMO "Belajar Marketing Online"). *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(1), 51-58.
- Saifulloh, M. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28-33.
- Sari, W., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). Digital Branding UMKM Melalui Komunikasi Visual. *Jurnal ABDI*, 8(2), 129-134.