



Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Sosialisasi Digital Branding di Kelurahan Mulyorejo Kota Surabaya

¹Averil Sasha Audrey, ²Stevan Deyo Febrian, ³Miftaql Qoiriyah,
⁴Archamiyanis Putri Winadya, ⁵Fanes Ardhito Veriyanto, ⁶Kinanti Sekar Kirana,
⁷Dominikus Bobby Dwi Setyawan, ⁸Muhammad Fauzi, ⁹Condro Widodo

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur; Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar,
Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 0318706368

e-mail : ¹2104010269@student.upnjatim.ac.id, ²21052010178@student.upnjatim.ac.id,

³21011010187@student.upnjatim.ac.id, ⁴21025010225@student.upnjatim.ac.id,

⁵21041010279@student.upnjatim.ac.id, ⁶21042010243@student.upnjatim.ac.id,

⁷21013010285@student.upnjatim.ac.id, ⁸21081010233@student.upnjatim.ac.id,

⁹condro.widodo.ak@upnjatim.ac.id

Abstrak

Digitalisasi branding merupakan salah satu upaya penting dalam meningkatkan perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di era digital. Digital branding mengacu pada penggunaan platform digital meliputi media sosial website dan e commerce guna mempromosikan dan membangun identitas merek. Banyaknya pelaku UMKM yang belum menerapkan konsep digitalisasi menjadi salah satu hambatan dalam perkembangan usaha. Sosialisasi mengenai digitalisasi branding menjadi langkah strategis untuk membantu para pelaku UMKM di Mulyorejo agar mampu bersaing dalam era ekonomi digital. Sosialisasi dengan tema Digitalisasi Branding UMKM dilaksanakan bertujuan untuk mentransformasi UMKM yang berbasis konvensional menjadi digital. Melalui sosialisasi ini diharapkan pelaku UMKM lebih mengenal terhadap konsep sistem Digitalisasi Branding UMKM

Kata Kunci : UMKM, Digitalisasi Branding, Sosialisasi

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah dinamika bisnis dan ekonomi di tingkat internasional. Perubahan ini mendorong para pengusaha untuk beralih ke bisnis digital, meninggalkan metode transaksi tradisional. Transformasi digital menawarkan potensi untuk meningkatkan keuntungan finansial, dengan penjualan online yang lebih tinggi, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan manfaat kepada konsumen melalui peluang penghematan biaya. (Rizki Agam Syahputra, 2023)

Indonesia saat ini sedang berada di tengah revolusi industri 4.0, di mana perkembangan teknologi membawa perubahan signifikan pada gaya hidup, cara bekerja, dan berkomunikasi. Perubahan ini memiliki dampak signifikan pada sektor ekonomi dan memacu transisi menuju ekonomi digital. Masyarakat sekarang lebih mudah mengakses layanan online, seperti memesan makanan, berbelanja, menjual produk, dan belajar dari rumah secara daring. Banyak penduduk Indonesia telah memanfaatkan internet dalam kehidupan sehari-hari, didukung oleh peningkatan infrastruktur dan kemudahan akses terhadap perangkat gadget. (Amanda Amelia Sari & Acep Samsudin, 2023)

Dalam konteks tersebut, Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang paling terpengaruh oleh kemajuan digitalisasi. Di Kelurahan Mulyorejo, banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pengetahuan mengenai branding digital, keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam teknologi, serta minimnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan yang relevan.

Sosialisasi mengenai digitalisasi branding menjadi langkah strategis untuk membantu para pelaku UMKM di Mulyorejo agar mampu bersaing dalam era ekonomi digital. Dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya branding di dunia digital, diharapkan UMKM dapat lebih efektif memanfaatkan media sosial, platform e-commerce, dan alat pemasaran digital lainnya untuk menjangkau lebih banyak konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan penjualan produk mereka. Digital branding mencakup pemanfaatan saluran dan aset digital untuk mempromosikan dan membangun citra merek suatu produk atau jasa. Pemasaran digital dapat dilakukan melalui media sosial serta berbagai platform online lainnya. Digital marketing merupakan upaya promosi dan analisis pasar yang dilakukan secara digital dengan memanfaatkan media sosial. Konsep ini memungkinkan adanya interaksi antara produsen, konsumen, dan pasar melalui teknologi. Strategi pemasaran digital memudahkan pencapaian target pasar yang sulit dijangkau secara fisik.

Program sosialisasi ini juga diharapkan dapat memberikan panduan praktis tentang cara mengembangkan identitas merek secara digital, teknik pemasaran online, serta penggunaan alat-alat digital untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen. Dengan demikian, UMKM di Mulyorejo tidak hanya dapat bertahan di tengah perubahan yang cepat, tetapi juga tumbuh dan berkembang di era digital ini.

METODE PENELITIAN

Sosialisasi Digitalisasi Branding UMKM dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan pemahaman digitalisasi branding bagi UMKM di sekitar Kelurahan Mulyorejo. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Kamis 15 Agustus 2024 bertempat di Pendopo Kelurahan Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur. Kegiatan ini melibatkan perwakilan UMKM sekitar kelurahan Mulyorejo sebanyak 15 orang dan dihadiri oleh sekretaris dan Kasi Kesra Kelurahan Mulyorejo. Hasil yang diharapkan yaitu para pelaku UMKM lebih mengenal dan dapat menerapkan konsep digitalisasi branding terhadap usaha masing masing. Kegiatan sosialisasi ini diperuntukkan untuk para mitra yang terkait dapat mentransformasikan UMKM-nya dari model konvensional menjadi digital secara mandiri. Kegiatan sosialisasi yang kami laksanakan terbagi atas tiga tahapan yaitu persiapan, penyuluhan/sosialisasi, dan pengambilan sampel. Tahapan persiapan kami mengumpulkan berbagai data yang berkaitan dengan UMKM guna mempelajari keadaan dari UMKM yang akan terlibat. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kendala mitra dalam mengembangkan usahanya. Tahapan selanjutnya yaitu kami melaksanakan sosialisasi digitalisasi branding UMKM yang bertujuan untuk mentransformasi UMKM yang berbasis konvensional menjadi digital. Selanjutnya pada tahap pengambilan sampel, kami mengambil salah satu UMKM yang terpilih untuk kemudian kami bantu dalam mengembangkan strateginya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dengan tema Digitalisasi Branding UMKM ini dilaksanakan di Kelurahan Mulyorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya, dan berlokasi di Pendopo Kelurahan Mulyorejo. Awalnya, mahasiswa penulis bersama dengan kelompok KKN 07 melakukan survei untuk mengumpulkan data mengenai situasi dan kondisi UMKM setempat. Survei ini melibatkan para pelaku UMKM untuk mendiskusikan hambatan dan masalah yang mereka hadapi dalam menjual produk mereka. Kegiatan Sosialisasi berlangsung selama satu setengah jam, dimulai pukul 09.00 hingga 10.30 WIB. Peserta kegiatan ini meliputi mahasiswa KKN kelompok 07, pelaku UMKM, serta dihadiri oleh sekretaris dan Kasi Kesra Kelurahan Mulyorejo.



Gambar 1. Proses kegiatan sosialisasi Digital Branding UMKM

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pemaparan materi yang meliputi penjelasan mengenai manfaat sistem branding digital bagi pelaku usaha. Branding sendiri bertujuan untuk menjaga tingkat keterjangkauan dan pengenalan citra produk kepada calon pembeli yang ingin ditawarkan. Dimana saat ini, pelaku UMKM lebih fokus pada kegiatan trading dibandingkan dengan kegiatan branding yang sering kali diabaikan, meskipun memiliki nilai dan manfaat yang sama pentingnya. Materi ini juga memberikan pemahaman tentang langkah-langkah lanjutan dalam proses branding, termasuk pentingnya memiliki branding untuk produk yang dipasarkan, cara mudah untuk membangun branding, serta karakteristik branding yang efektif dan menarik bagi konsumen.

Setelah paparan mengenai manfaat sistem branding digital, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi interaktif, di mana para pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman mengenai tantangan yang mereka hadapi dalam menerapkan branding digital. Diskusi ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik dari setiap pelaku usaha serta memberikan solusi praktis yang sesuai dengan kondisi dan kapasitas mereka. Berdasarkan hasil diskusi, masalah utama dari pelaku UMKM di wilayah kelurahan Mulyorejo yakni kurang optimalnya digitalisasi branding dari UMKM adalah masih dibutuhkannya penyesuaian dan wawasan agar pelaku UMKM dapat lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk kepentingan kegiatan bisnis.

Melanjutkan dari hasil diskusi yang telah dilakukan, Materi yang disampaikan mencakup mengelola akun media sosial bisnis, optimasi konten untuk meningkatkan engagement, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar yang tersedia di berbagai platform digital. Peserta juga diajarkan mengenai Dasar-dasar SEO (Search Engine Optimization) dan SEM (Search Engine Marketing) bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang SEO dan SEM, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan peringkat produk mereka di hasil pencarian, sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli.

Dengan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan, diharapkan para pelaku UMKM di Kelurahan Mulyorejo akan semakin terampil dan aktif dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan branding, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan penjualan produk mereka di pasar digital yang semakin berkembang.



Gambar 2. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab Sosialisasi Digitalisasi Branding UMKM

Setelah sosialisasi, mahasiswa penulis melakukan kunjungan lapangan ke salah satu pelaku UMKM yang hadir dalam acara tersebut. Tujuan kunjungan ini adalah untuk memberikan bimbingan langsung dan membantu dalam merumuskan strategi digitalisasi branding yang lebih efektif dan terarah sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik usaha tersebut. Dalam kunjungan ini, pertama-tama dilakukan evaluasi terhadap kondisi saat ini dari UMKM yang bersangkutan, termasuk analisis terhadap brand awareness, penggunaan media sosial, dan kehadiran digital mereka secara keseluruhan. Berdasarkan evaluasi ini, mahasiswa penulis bersama pelaku UMKM mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam strategi branding yang sudah berjalan.

Langkah selanjutnya adalah merancang rencana tindakan yang lebih terperinci untuk memperkuat branding digital. Rencana ini mencakup pembuatan atau memperbaiki profil bisnis di media sosial utama (seperti Instagram, dan tiktok) dan mengoptimalkan konten visual terkait produk UMKM yakni dengan memberikan pelatihan singkat tentang dasar-dasar fotografi produk menggunakan smartphone, serta cara mengedit gambar agar terlihat lebih profesional maupun membantu dalam pembuatan template desain yang dapat digunakan untuk promosi rutin, seperti diskon atau peluncuran produk baru.

Setelah rencana tindakan disusun, mahasiswa penulis terus berkomunikasi dengan pelaku UMKM tersebut untuk memantau implementasi dan memberikan bantuan berupa digitalisasi branding melalui platform *Instagram*, pembuatan konten visual meliputi menu digital dan foto produk pada salah satu Pelaku UMKM. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya membantu UMKM tersebut dalam jangka pendek, tetapi juga memberikan wawasan yang mendalam dan keterampilan praktis yang dapat mereka aplikasikan dalam bisnis mereka untuk jangka panjang. Dengan demikian, diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar digital, memperluas jangkauan pasar, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk mereka.



Gambar 3. kunjungan lapangan ke salah satu pelaku UMKM

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema digitalisasi branding UMKM dilakukan pada tanggal 15 Agustus 2024. Kegiatan sosialisasi digitalisasi Branding UMKM berjalan dengan lancar. Para pelaku UMKM menunjukkan antusiasme dalam mempersiapkan usaha mereka menuju era digital. Melalui sosialisasi Digital Branding UMKM diharapkan pelaku UMKM lebih mengenal dan dapat menerapkan konsep digitalisasi branding terhadap usaha masing masing

SARAN

Pelaku UMKM di Kelurahan Mulyorejo disarankan untuk lebih memahami dan menerapkan branding digital dalam strategi pemasaran mereka. Pentingnya pendampingan berkelanjutan, seperti pelatihan SEO, SEM, dan optimasi media sosial, akan membantu mereka memanfaatkan teknologi digital dengan lebih efektif. Selain itu, fokus pada inovasi konten digital dan evaluasi rutin terhadap strategi branding yang telah diterapkan akan membuat UMKM lebih kompetitif di pasar digital, sehingga mampu meningkatkan penjualan dan keberlanjutan bisnis mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan izin dan dukungan dalam terlaksannya kegiatan ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Dosen Pembimbing Lapangan yaitu Bapak Condro Widodo, S.E., M.S.A yang telah memberi arahan dan dukungan dalam terlaksananya program kerja ini. Selain itu, tidak lupa pula ucapan terima kasih diberikan kepada segenap perangkat Kecamatan dan Kelurahan Mulyorejo yang telah memfasilitasi berjalannya kegiatan pengabdian ini dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Amelia Sari, & Acep Samsudin. (2023). Optimalisasi Pengembangan Digitalisasi Marketing Dan Digital Branding Produk UMKM Madu Lebah Klanceng. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 3(3), 53–61. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v3i3.2006>
- Kusumawati, D. A. (2022). Peran Digital Skill Dan Workforce Transformastion Terhadap KinerjaUkm. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 125–135. <https://doi.org/10.30659/EKOBIS.23.2.125-135>
- Rizki Agam Syahputra, C. W. A. P. O. M. L. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding UMKM Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 521–527.
- Yanuar, R., Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., Mustofa, M., & Rohimah, T. (2022). Pengembangan UMKM Melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 4(1), 70–84. <https://doi.org/10.29244/pim.4.1.70-84>
- Zahra, I. P., Khoirunisa, Minarti, A., Silfiani, E.,
- Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021). Pendampingan Dan Pengembangan Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Toko Kuenak Di Ciputat Timur. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–4