



## Strategi Branding Dan Digital Marketing Pada UMKM Untuk Membangun Identitas Brand Di Desa Nglebak

Ayu Oktavianingrum<sup>1</sup>, Dwi Nur Hidayati<sup>2</sup>, Ertien Rining Nawangsari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

email : [00ayuningrum@gmail.com](mailto:00ayuningrum@gmail.com)

**Abstract:** *The development of the times and technology demands that many people be able to balance in the realm of work, such as UMKM. In its development, it is required to introduce and market its products more easily and modernly. This is what gave rise to the term "Digital Marketing", product marketing that utilizes the internet and other interactive technologies to connect dialogue between producers and consumers. The writer who does community service in Nglebak Village, Bareng District, Jombang Regency helps several UMKM in introducing what Digital Marketing is and how to get started. With the method of implementing UMKM socialization which invites a resource person in his field. Followed by assistance in creating brand identity and E-Commerce. It ends with the physical delivery of brand identity such as business cards, business stickers, etc to UMKM. It was concluded that UMKM in Nglebak Village, who previously did not know the importance of brand identity and Digital Marketing, can now understand the importance of a brand identity and Digital Marketing after following the stages of the community service implementation method carried out by the author.*

**Keywords:** *UMKM, Digital Marketing, Brand Identity*

**Abstrak** Perkembangan zaman dan teknologi menuntut bagi banyak kalangan agar bisa mengimbangi dalam ranah pekerjaan, seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dalam perkembangannya dituntut untuk mengenalkan dan memasarkan produknya dengan lebih mudah dan modern. Hal inilah yang memunculkan istilah “*Digital Marketing*”, pemasaran produk yang memanfaatkan internet dan teknologi interaktif lain untuk menghubungkan dialog antar produsen dan konsumen. Penulis yang melakukan pengabdian masyarakat di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang membantu beberapa UMKM dalam mengenalkan apa itu *Digital Marketing* dan bagaimana memulainya. Dengan metode pelaksanaan sosialisasi UMKM yang mengundang seorang narasumber di bidangnya. Dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan identitas brand serta *E-Commerce* UMKM. Diakhiri dengan penyerahan fisik identitas brand seperti kartu nama, stiker usaha, dll kepada UMKM. Disimpulkan bahwa UMKM di Desa Nglebak yang sebelumnya tidak mengetahui pentingnya identitas brand dan Digital Marketing, kini dapat memahami pentingnya sebuah identitas brand dan *Digital Marketing* setelah mengikuti tahapan metode pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan penulis.

**Kata Kunci :** *UMKM, Digital Marketing, Identitas Brand*

### PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini, perkembangan teknologi yang semakin maju tidak dapat dihindari. Kemajuan ilmu pengetahuan tentu berjalan seiring dengan perkembangan teknologi yang berkembang pesat. Oleh karena itu, hadirnya inovasi baru diciptakan untuk memungkinkan penemuan baru dalam kehidupan manusia, memberikan kenyamanan dalam

---

Received Mei 30, 2022; Revised Juni 30, 2023; Accepted Juli 03, 2023

\* Ayu Oktavianingrum, [00ayuningrum@gmail.com](mailto:00ayuningrum@gmail.com)

beraktivitas dan membawa manfaat positif dalam jangka panjang. Selain itu, adanya kreativitas juga sangat menentukan dalam berwirausaha. Maka dapat dikatakan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan hal penting dalam pengembangan usaha agar terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah dunia pemasaran dalam hal komunikasi yang dulunya konvensional dan tradisional kini sudah terintegrasi oleh dunia digital.

Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital sering disebut dengan *Digital Marketing*. Digital marketing dapat didefinisikan sebuah pemanfaatan Internet sebagai suatu teknologi yang dapat menghubungkan komunikasi dua arah di antara perusahaan dengan konsumen. *Digital marketing* merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk agar dapat sampai kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu. *Digital Marketing* terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Pemasaran melalui digital marketing jangkauannya akan luas dan biaya akan lebih murah. Perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis. Salah satunya adalah menggunakan digital marketing untuk mengkomunikasikan pemasaran produknya sebagai upaya untuk menguasai pasar. Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para penjual.

Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi penjual yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak seperti antara perusahaan dengan konsumen. Media sosial merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan dimanapun. Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial yang ering digunakan oleh pelaku usaha yaitu, seperti Instagram, Facebook, WhatsApp Business, Tiktok, dan lainnya. Penggunaan digital marketing dalam pemasaran produk sangat penting untuk meningkatkan penjualan dari pelaku usaha. Salah satu bagian dari pelaku usaha tersebut adalah para UMKM. UMKM merupakan sebuah kelompok usaha mikro kecil menengah yang mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi. Namun pada umumnya UMKM di Indonesia sulit berkembang, salah satu penyebabnya adalah skala pemasaran yang masih sempit. *Digital marketing* merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk agar dapat sampai kepada konsumen secara cepat dan tepat waktu. Pada saat ini belum banyak UMKM di Indonesia yang

menggunakan digital marketing sebagai media pemasaran.

Seperti yang dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang, dimana mereka kurang memahami akan pentingnya digital marketing sebagai media pemasaran produk. Selain permasalahan dalam memanfaatkan digital marketing, pelaku UMKM di Desa Nglebak juga belum mengetahui akan pentingnya sebuah identitas brand bagi sebuah produk usaha. beberapa UMKM di Desa Nglebak belum mempunyai nama usaha, logo, dan banner. Pelaku UMKM di Desa Nglebak kurang memiliki kreativitas, inovasi, serta pemasaran dengan identitas merek yang kurang menarik.

Adapun beberapa mitra UMKM di Desa Nglebak yang memiliki masalah terkait dengan branding dan digital marketing dalam membangun sebuah identitas brand. Diantaranya yakni UMKM Pesona Mebel, Cemilan Bu Seniti, dan Telur Asin Rahayu Wilujeng. UMKM Pesona Mebel bergerak pada usaha kerajinan kayu jati, yang mana telah mengirimkan hasil karyanya di sebagian wilayah Jawa Timur dan pernah mencapai di sekitar wilayah pulau Jawa yang hanya dibantu oleh dua tangan pegawainya. Akan tetapi ditemukannya permasalahan yakni dalam proses pemasaran dan jual belinya masih terbilang cukup tradisional. Hal ini dikarenakan, pemasaran yang dilakukan hanya berdasar informasi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen memang cukup terbatas. Serta UMKM ini belum mempunyai nama usaha. Yang kedua, UMKM Cemilan Bu Seniti bergerak pada usaha keripik pisang. permasalahan yang dialami oleh UMKM ini yaitu belum mempunyai nama usaha, banner dan juga logo. UMKM selanjutnya yaitu UMKM Telur Asin Rahayu Wilujeng, UMKM ini bergerak pada usaha telur asin, permasalahan yang dialami UMKM ini yaitu belum mempunyai logo, banner, serta pemasaran yang hanya mengandalkan dari omongan mulut ke mulut dan dititipkan ke beberapa toko kelontong yang ada di desa Nglebak.

Berdasarkan penjabaran diatas, kendala yang dialami oleh ketiga UMKM yakni terkait dengan branding dan digital marketing. Oleh karena itu penulis melakukan pendampingan UMKM melalui sosialisasi digital marketing untuk usaha serta pendampingan pembuatan nama usaha, desain logo dan banner yang menarik guna membangun sebuah identitas brand dan juga pembuatan *E-Commerce* bagi UMKM. Pengambilan sosialisasi ini dirasa menjadi sebuah langkah awal dalam pengenalan singkat tentang *Digital Marketing* kepada pemilik usaha, serta pendampingan pembuatan nama usaha, desain logo dan banner yang menarik dan *E-Commerce* sebagai langkah lanjutan dalam mewujudkan Digital Marketing bagi UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang

## **METODE**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini yaitu melalui sosialisasi UMKM sebagai salah

satu bentuk program perwujudan *Digital Marketing* UMKM desa Nglebak. Kegiatan sosialisasi yang diisi oleh narasumber Bapak Raden Johnny Hadi Raharjo SE., MM. Lalu dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan nama usaha, desain logo dan banner yang menarik guna membangun sebuah identitas brand, serta E-Commerce dan diakhiri dengan penyerahan banner dan logo kepada pelaku UMKM.

## **HASIL**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 3 bulan yang berfokus pada UMKM sesuai dengan skema kewirausahaan di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Sebagai bentuk solusi dari permasalahan yang dialami oleh UMKM terkait dengan branding dan digital marketing di Desa Nglebak, beberapa tahapan kegiatan yang dilakukan, antara lain :

### **1. Sosialisasi UMKM**

Melalui Sosialisasi UMKM sebagai salah satu bentuk program perwujudan *Digital Marketing* UMKM desa Nglebak. Kegiatan sosialisasi yang diisi oleh narasumber Bapak Raden Johnny Hadi Raharjo SE., MM. Salah satu dosen UPN veteran Jatim yang juga seorang pengusaha yang bergerak pada beberapa usaha seperti penginapan hotel di daerah Madura. Dihadiri oleh para pelaku UMKM dan warga desa Nglebak yang antusias untuk mendengarkan dan mendapatkan ilmu tentang berusaha UMKM yang cocok dikerjakan di desa Nglebak yang nantinya dipaparkan oleh narasumber. Kegiatan sosialisasi diharap agar masyarakat dan warga bisa termotivasi untuk keberhasilan dan keberlanjutan UMKM yang lebih baik lagi. Bapak Raden Johnny Hadi Raharjo SE., MM. menyebutkan bahwa merintis sebuah usaha mungkin terbesit pikiran karena “ kita takut miskin”, mindset pemikiran umkm yang baik adalah bagaimana sebuah usaha itu tidak pernah mati dimakan waktu, tetapi bisa lebih besar lagi. Kalau kita mau bekerja bukan hanya fisik tetapi juga dengan otak, bahan yang seadanya bisa memetik untuk lebih besar. Peluang sebuah usaha terlihat bagaimana kondisi topografi wilayah yang nantinya memunculkan sebuah usaha. Salah satunya bisnis usaha makanan bisa menjadi yang lebih menguntungkan di beberapa peluang bisnis lain. Dengan mengetahui peluang pasar dan bagaimana pemanfaatan sebuah sumber daya, sebuah usaha kecil bisa mendulang untung yang menjanjikan. Dengan pemanfaatan sarana pemasaran elektronik, yang bisa menjadi sebuah jalan pemasaran hasil usaha dengan menggunakan strategi pemasaran.



**Gambar 1 penyerahan sertifikat kepada pemateri sosialisasi UMKM**

2. Pendampingan pembuatan nama usaha, desain logo dan banner guna membangun sebuah identitas brand dan juga pembuatan *E-Commerce* pada UMKM

Kegiatan pendampingan pembuatan nama usaha pada pelaku UMKM di Desa Nglebak, dilakukan karena sebelumnya UMKM belum mempunyai nama usaha, oleh karena itu dibuatlah nama usaha sebagai identitas usaha. UMKM yang belum mempunyai nama usaha yaitu UMKM mebel dan keripik pisang, maka dibuatlah nama usaha yakni “Pesona Mebel” dan “Cemilan Bu Seniti”. Selanjutnya, pendampingan pembuatan desain logo dan banner, logo digunakan sebagai simbol usaha yang memiliki filosofi yang berkaitan dengan usaha itu sendiri. Banner digunakan sebagai media promosi produk UMKM secara offline, maka dari itu dibuatlah desain logo dan banner yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen. Tujuan dari kegiatan pendampingan pembuatan nama usaha, desain logo, kartu nama dan banner yang menarik adalah untuk membangun sebuah identitas brand serta untuk meningkatkan minat konsumen.



**Gambar 2 pembuatan nama usaha dan desain logo serta banner untuk UMKM**

Untuk kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan *E-Commerce* pada pelaku UMKM di Desa Nglebak. Dengan seiring berkembang pesatnya teknologi, UMKM dituntut untuk bisa menguasai dalam hal digital marketing karena jual beli pada saat ini banyak menggunakan sistem pembelian secara online. Salah satu bentuk digital marketing

tersebut yaitu melalui platform *E-Commerce* Shopee, platform *E-Commerce* Shopee dipilih karena sebagai platform penjualan online nomor 1 di Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan pembuatan akun *E-Commerce* Shopee bagi UMKM. Penggunaan *E-Commerce* ini dilakukan karena menurut penulis, untuk jasa pengiriman di Desa Nglebak memang sudah tersedia sehingga dengan pemilihan *E-Commerce* ini dirasa cukup untuk membantu dalam hal *Digital Marketing* UMKM.



**Gambar 3 Pembuatan akun *E-Commerce* pada pelaku UMKM**

### 3. Penyerahan banner dan logo kepada UMKM

Kegiatan penyerahan stiker, kartu nama, banner dan logo merupakan sebagai bentuk pengabdian masyarakat kepada UMKM mitra, penyerahan banner ditujukan untuk sebagai media promosi secara offline bagi pelaku UMKM. Penyerahan logo ditujukan guna sebagai identitas usaha.



**Gambar 4 : Penyerahan banner dan logo pada UMKM**

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM di Desa Nglebak yang sebelumnya belum mengetahui akan pentingnya sebuah identitas brand dan digital marketing, kini telah berhasil mengetahui akan pentingnya sebuah identitas brand dan digital marketing, serta dengan adanya kegiatan sosialisasi

UMKM sebagai sebuah wadah pengenalan mengenai keberlangsungan usaha dan pengenalan pemasaran digital bagi UMKM yang sejalan dengan perkembangan zaman dan inovasi teknologi yang semakin cepat. Dilanjutkan pendampingan pembuatan nama usaha, desain logo dan banner yang menarik dan juga pembuatan *E-Commerce* pada UMKM diharapkan pelaku UMKM di Desa Nglebak, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang dapat membangun sebuah identitas brand yang menarik serta dapat meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM itu sendiri.

## DAFTAR REFERENSI

- NAIMAH RJ, WARDHANA MW, HARYANTO R, PEBRIANTO A. Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *J IMPACT Implement Action*. 2020;2(2):39. doi:10.31961/impact.v2i2.844
- Riyanto S, Azis MNL, Putera AR. Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *J Abdimas BSI J Pengabdian Kpd Masy*. 2022;5(1):137-142. doi:10.31294/jabdimas.v5i1.11534
- Purbantina AP, Prameswari DR, Ayunique IM, Firmansyah MG. Penerapan Digital Marketing & Mix Marketing Strategy Untuk Perluasan Pasar Dan Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jabn*. 2022;3(1):58-67. doi:10.33005/jabn.v3i1.86
- Rachmawati D, Ramadhani N, Aulia Komarullah T, Psikologi F, Islam Sunan Gunung Djati Bandung U. Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi UMKM Di Desa Ujung Genteng Socialization Of The Role Of Digital Marketing For UMKM In Ujung Genteng Village. *Proc UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. 2021;1(29):90-104. <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>
- Ibnu Waqfin MS, Komari M, Andriani R, Muhibuddin A. Strategi Branding untuk membangun Identitas Brand dalam Meningkatkan Pemasaran di Desa Bandarkedungmulyo Jombang. *Jumat Ekon J Pengabdian Masy*. 2021;2(1):1-5.