

Peningkatan Kapasitas UMKM di Kelurahan Banguntapan melalui Merk dan Digital Pemasaran

Azty Acbariffha Nour¹, Sri Handayaningsih², dan Dian Eka Wijayanti³

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55191

³Program Studi Matematika, Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Kec. Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia, 55191

Correspondence: Azty Acbariffha Nour (azty.nour@is.uad.ac.id)

Received: 17 11 23 – Revised: 28 11 23 - Accepted: 13 12 23 - Published: 25 12 23

Abstrak. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, menuntut para pengusaha bisnis untuk melakukan inovasi dan kreatifitas dengan memanfaatkan teknologi digital. Pemanfaatan media digital untuk melakukan bisnis secara *online* bukan lagi hal yang asing dalam kehidupan saat ini. Pemanfaatan media digital tidak terbatas pada bisnis dengan skala besar saja, tetapi dapat digunakan untuk bisnis dengan skala kecil. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk bisnis atau pelaku usaha yang paling banyak dalam lingkup masyarakat. Di era digital, pengusaha UMKM dituntut untuk lebih maksimal memanfaatkan teknologi digital dalam usaha yang dijalankannya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemasaran dan promosi yang lebih luas. Pelatihan mengenai merk dan digital pemasaran (digital marketing) menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Pengabdian kepada masyarakat ini bermitra dengan Pemerintah Kelurahan Banguntapan, Bantul. Pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM melalui merk dan digital pemasaran. Peserta yang terlibat adalah perwakilan dari UMKM yang ada di wilayah Kelurahan Banguntapan. Terdapat 30 orang perwakilan UMKM yang menjadi peserta pelatihan. Pelatihan dibagi menjadi dua sesi, sesi pertama memberikan pelatihan mengenai merk dan desain digital. Sesi ke dua memberikan materi mengenai digital pemasaran. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 42,25% dan mendapat antusias yang tinggi dari peserta.

Kata kunci: Desain digital, digital marketing, UMKM

Citation Format: Nour, A. A., Handayaningsih, S., & Wijayanti, D.E. (2023). Peningkatan Kapasitas UMKM di Kelurahan Banguntapan melalui Merk dan Digital Pemasaran. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Ma Chung (SENAM)*, 2023, (pp. 65-74).

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menawarkan berbagai macam kemudahan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Adanya era digital menuntut masyarakat untuk dapat terus bersikap kreatif dan produktif dalam aktivitas yang dilakukannya. Termasuk juga pada kegiatan bisnis dan ekonomi yang sebagian besar dilakukan oleh masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital tidak terbatas pada bisnis skala besar saja, tetapi dapat diterapkan pada bisnis yang memiliki skala kecil. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk bisnis atau pelaku usaha yang paling banyak dalam lingkup masyarakat, yaitu sekitar 99% (Arianto, 2020).

Salah satu strategi promosi yang banyak digunakan oleh pengusaha UMKM adalah dengan melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial. Pengelola UMKM lebih fokus pada proses produksi, tetapi kurang diimbangi dengan pemasaran dan promosi, sehingga mengalami kendala dalam proses penjualan produk (Wijayanti et al., 2022). Pemasaran akan bergeser dari metode tradisional ke metode digital, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan internet (Choirina et al., 2022). Strategi pemasaran yang cocok dengan kondisi perekonomian dimana peran dunia digital mengambil peran yang besar adalah dengan *digital marketing* atau pemasaran digital (Harahap et al., 2021). Dimana targetnya adalah para pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk atau jasanya.

Pembuatan merk atau desain produk yang menarik akan membuat calon pelanggan tertarik untuk membeli. Adanya persaingan antara UMKM dengan produk-produk impor menjadi tantangan untuk melakukan inovasi dan pemanfaatan teknologi digital dalam setiap proses bisnis agar lebih efektif dan efisien (Hakim et al., 2020). Dengan adanya inovasi untuk memperindah desain logo atau merk, akan membuat daya tarik terhadap produk atau jasa semakin tinggi.

Mitra pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pemerintah Kalurahan Banguntapan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Fokus target pelatihan adalah pengusaha UMKM di wilayah Kalurahan Banguntapan. Pemilihan target pengabdian ini berdasarkan pertimbangan lokasi, dimana wilayah Kalurahan Banguntapan terletak di wilayah urban (antara kota dan pedesaan), sehingga aktivitas bisnis masih secara digital masih belum optimal.

UMKM di Kalurahan Banguntapan bergerak pada sektor produk dan jasa. Sektor produk yang ada terdiri dari usaha catering, rumah makan, sembako, toko baju dan batik,

sedangkan sektor jasa terdiri dari pengusaha salon kecantikan dan laundry. Dari banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan tersebut, UMKM Kalurahan Banguntapan memiliki permasalahan mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan program pelatihan tentang merk dan *digital marketing* dengan tujuan untuk membantu pengusaha meningkatkan kapasitas pemasaran digitalnya.

MASALAH

Kalurahan Banguntapan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat memiliki permasalahan mengenai bagaimana membuat merk dan desain digital yang menarik dan bagaimana konsep digital pemasaran yang baik. Permasalahan ini muncul karena sebagian besar pelaku usaha UMKM di wilayah Kalurahan Banguntapan dikelola oleh kalangan ibu-ibu yang masih terbatas mengenai hal literasi digital. Pada Program Studi Sistem Informasi memiliki mata kuliah yang membahas mengenai desain digital, oleh karena itu, pengabdian ini menawarkan pelatihan untuk mendukung kebutuhan UMKM yang ada di Kalurahan Banguntapan.

METODE PELAKSANAAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kalurahan Banguntapan, pengabdian ini menggunakan metode pendidikan masyarakat berupa pelatihan. Kegiatan ini dilakukan dalam dua sesi, yaitu sesi pertama menyajikan materi sekaligus pelatihan mengenai merk dan desain digital, dan sesi kedua adalah materi tentang digital marketing.

Pelatihan yang diberikan berfokus pada pembuatan logo atau desain digital untuk meningkatkan daya tarik merk produk dari UMKM. Pelatihan ini meliputi bagaimana mengkombinasi warna desain, jenis tulisan, dan Bahasa pemasaran yang menarik. Pada sesi ini pemateri memberikan demo atau simulasi sebagai gambaran cara untuk mendesain. Sedangkan pada materi digital marketing, peserta diberikan bagaimana konsep dan teori mengenai pemasaran digital yang baik.

Tabel 1. Kegiatan Pelaksanaan

Sesi	Kegiatan	Durasi	Keterangan
1	Pelatihan merk dan desain digital	90 Menit	Peserta diberikan materi mengenai merk dan desain digital, beserta simulasi sederhana
2	Materi digital marketing	90 Menit	Peserta diberikan materi mengenai pemasaran digital dan beberapa contoh praktiknya

Pelatihan ini diselenggarakan pada hari Sabtu, 23 September 2023 berlokasi di Lab. Sistem Informasi Universitas Ahmad Dahlan. Peserta pelatihan yang hadir berjumlah 30 orang dari perwakilan UMKM Kalurahan Banguntapan. Produk UMKM yang dikelola peserta didominasi oleh produk makanan, dan seluruh peserta merupakan Perempuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini melibatkan 30 orang perwakilan UMKM Kalurahan Banguntapan yang terdiri dari Perempuan yang sebagian besar masih memiliki kesenjangan digital. Peserta belum memanfaatkan teknologi digital dengan optimal pada kegiatan sehari-hari maupun dalam bisnis yang dikelolanya.

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pretest dan posttest kepada seluruh peserta yang hadir. Analisis data dilakukan dengan membandingkan hasil pretest dan posttest peserta pelatihan. Berikut disajikan tabel hasil pretest untuk materi desain digital, tersaji pada Tabel 2 di bawah:

Tabel 2. Hasil Pretest materi desain digital

No	Pertanyaan	Baik		Sedang		Kurang	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah Anda mengetahui seputar desain pengalaman pengguna?	5	16.6%	2	6.6%	23	76.6%
2	Apakah Anda menerapkan desain pengalaman pengguna dalam usaha Anda?	9	30%	3	10%	18	60%
3	Apakah Anda mengetahui dasar prinsip desain digital?	5	16.6%	7	23.3%	18	60%

4	Apakah Anda menerapkan prinsip desain digital dalam usaha Anda?	7	23.3%	5	16.6%	18	60%
5	Apakah Anda memahami dasar pembuatan logo?	4	13.3%	3	10%	23	76.6%
6	Apakah Anda menerapkan dasar pembuatan logo dalam usaha Anda?	9	30%	1	3.3%	20	66.7%

Berdasarkan data hasil pretest pada Tabel 2, menunjukkan bahwa peserta sebelumnya belum mengenal mengenai desain digital sebelum mengikuti pelatihan, yaitu sebesar 71,1%. Sedangkan jumlah peserta yang sudah mengenal desain digital sebanyak 24,4%. Hasil posttest materi desain digital disajikan pada Tabel 3, berikut:

Tabel 3. Hasil Posttest materi desain digital

No	Pertanyaan	Baik		Sedang		Kurang	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%	Frekuensi	%
1	Apakah Anda mengetahui seputar desain pengalaman pengguna?	21	70%	4	13.3%	5	16.6%
2	Apakah Anda menerapkan desain pengalaman pengguna dalam usaha Anda?	21	70%	0	0%	9	30%
3	Apakah Anda mengetahui dasar prinsip desain digital?	23	76.7%	2	6.6%	5	16.6%
4	Apakah Anda menerapkan prinsip desain digital dalam usaha Anda?	22	73.3%	1	3.3%	7	23.3%
5	Apakah Anda memahami dasar pembuatan logo?	21	70%	1	3.3%	8	26.6%
6	Apakah Anda menerapkan dasar pembuatan logo dalam usaha Anda?	20	66,7%	0	0%	10	33.3%

Berdasarkan data hasil posttest pada Tabel 3, menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan mengenai desain digital setelah mengikuti pelatihan, yaitu sebesar 66,65%. Sedangkan jumlah peserta yang masih belum mengenal desain digital sebanyak 21,6%. Dapat disimpulkan berdasarkan perbandingan hasil pretest dan posttest bahwa, terjadi peningkatan pengetahuan sebanyak 42,25% terhadap materi desain digital.

Evaluasi untuk materi pemasaran digital juga dilakukan dengan pengukuran pretest dan posttest, yang tersaji pada Tabel 4 dan Tabel 5 berikut.

Tabel 4. Hasil Pretest materi pemasaran digital

No	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban Responden
1	Apakah yang disebut dengan digital marketing?	Pemasaran melalui media digital, modern dan secara online
2	Apa tujuan digital marketing?	Menjangkau pasar secara luas
3	Apa saja keuntungan menggunakan digital marketing?	Penjualan lebih cepat dan lebih luas
4	Apa saja yang perlu disiapkan dalam rangka memanfaatkan digital marketing?	Lebih menjabarkan mengenai alat yang digunakan untuk media pemasaran

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat diketahui pengetahuan peserta sebelum mengikuti pelatihan digital marketing. Sedangkan pengetahuan setelah mengetahui pelatihan digital marketing disajikan pada Tabel 5, berikut:

Tabel 5. Hasil Posttest materi pemasaran digital

No	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban Responden
1	Apakah yang disebut dengan digital marketing?	Tindakan mempromosikan dan menjual produk dan layanan dengan memanfaatkan taktik pemasaran online seperti pemasaran media sosial, pemasaran pencarian dan pemasaran email.
2	Apa tujuan digital marketing?	Menarik konsumen, memelihara hubungan dan memberikan tawaran yang akan dihargai dan direspon audiens.
3	Apa saja keuntungan menggunakan digital marketing?	Menciptakan kesadaran dan keterlibatan sebelum dan sesudah penjualan, menjadikan pembeli loyal, membantu penyebaran informasi lebih luas, mempersingkat pembeli melakukan pencarian dengan menghadirkan rekomendasi produk.
4	Apa saja yang perlu disiapkan dalam rangka memanfaatkan digital marketing?	Metode, fasilitas pendukung, Bahasa iklan yang menarik dan peran pengelolaan yang baik.

Dapat dilihat berdasarkan Tabel 4 dan Tabel 5 bahwa terdapat peningkatan pengetahuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Peserta lebih rinci dalam menjawab pertanyaan dari pada sebelum mengikuti pelatihan.

Temuan dari pengabdian ini adalah masih ada kesulitan terutama mengenai pemanfaatan media digital dalam pemasara. Karena, beberapa peserta masih belum terbiasa menggunakan media digital pada kehidupan sehari-harinya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengabdian lebih lanjut dengan melakukan pendampingan pada UMKM seperti yang dilakukan oleh tim pengabdian lain. Tim pengabdian yang melakukan pendampingan misalnya pada (Choirina et al., 2022) yang memberikan fasilitas untuk melakukan praktik langsung dalam membuat desain menggunakan aplikasi Canva. Hasil dari pengabdian tersebut berupa pembuatan poster. Selain itu, pengabdian oleh (Naimah et al., 2020), juga melakukan pendampingan digital marketing dengan memanfaatkan Google Bisnis dan Instagram sebagai praktiknya.

Berikut disajikan beberapa foto kegiatan pengabdian yang dilakukan bersama dengan peserta pelatihan UMKM Kalurahan Banguntapan:



Gambar 1. Foto bersama peserta pelatihan



Gambar 2. Peserta antusias pada pelatihan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini mendapat antusias tinggi dari peserta pelatihan. Selain itu, berdasarkan hasil evaluasi, dapat disimpulkan bahwa terjadi kenaikan pengetahuan yang dialami peserta pelatihan sebesar 42.25%.

Dampak yang ditimbulkan dengan adanya kegiatan peengabdian ini adalah meningkatkan pengetahuan peserta pelatihan yaitu UMKM di wilayah Kalurahan Banguntapan terhadap merk dan digital pemasaran. Semakin meningkatnya rasa kreativitas dan kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi untuk pemasaran produk UMKM yang dikelolanya.

Rekomendasi kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dapat dilakukan dikemudian hari adalah melakukan pelatihan dan pendampingan literasi digital tingkat lanjut kepada pengelola UMKM, meningkatkan kemampuan desain digital atau melakukan pendampingan pemasaran produk yang kreatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini tak lupa Tim Pengabdian mengucapkan terimakasih kepada:

1. Universitas Ahmad Dahlan selaku pemberi dana dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian.
2. Pemerintah Kalurahan Banguntapan selaku mitra kegiatan.
3. Mahasiswa Prodi Sistem Informasi yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini.
4. Seluruh peserta kegiatan pelatihan, yaitu perwakilan UMKM Kalurahan Banguntapan.
5. Seluruh pihak terkait yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>

Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna

Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16.

Hakim, A. R., Mulyaningsih, T., & Lely Ratwianingsih, M. (2020). Digital branding dan Desain Optimalisasi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Makanan Tradisional di Kabupaten Sukoharjo. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 125–130.

Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77–85.

Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119–130. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>

Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2022). Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva bagi UMKM Binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1). <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/18245>



© 2023 by authors. Content on this article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).