

PENGEMBANGAN UMKM KIUPAK MELALUI DIGITAL MARKETING DAN DIGITAL BRANDING DI DUSUN BARATSUNGAI

Lailatul Ummamah¹, Ayu Syafitri², Nida' Wahda³, Sukaris⁴, Heru Baskoro⁵
Universitas Muhammadiyah Gresik

ABSTRACT

In this era, digital marketing and digital branding are very important to know, because technology will continue to develop over time. By introducing digital branding and digital marketing, it will expand marketing reach. We are taking the development of kiupak MSMEs because kiupak is one of the products most widely produced in Baratsungai Hamlet, Kotakusuma Village, Sangkapura District, Bawean Island, Gresik Regency. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are parties that have a large contribution to the movement of the national economy. We are taking the development of kiupak MSMEs because kiupak is one of the products most widely produced in Baratsungai Hamlet, Kotakusuma Village, Sangkapura District, Bawean Island, Gresik Regency. Kiupak is another name for semprong cakes in Bawean, the only difference is the shape, for the size of semprong cakes in general kiupak is smaller in size and only has three shapes, there are triangular, square and oval shapes.

Keywords: MSMEs, Development, Digital Branding, Digital Marketing

ABSTRAK

Di era ini digital marketing dan digital branding sangat penting untuk diketahui, karena teknologi akan terus berkembang dengan seiring berjalannya waktu. Dengan mengenalkan digital branding dan juga digital marketing akan memperluas jangkauan pemasaran. Pengembangan UMKM kiupak kita ambil dikarenakan kiupak adalah salah satu produk yang paling banyak di produksi di Dusun Baratsungai, Desa Kotakusuma, Kecamatan Sangkapura, Pulau Bawean, Kabupaten Gresik. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. Pengembangan UMKM kiupak kita ambil dikarenakan kiupak adalah salah satu produk yang paling banyak di produksi di Dusun Baratsungai, Desa Kotakusuma, Kecamatan Sangkapura, Pulau Bawean, Kabupaten Gresik. Kiupak sebutan lain untuk kue semprong di bawean, yang membedakan hanya bentuknya, untuk ukuran kue semprong pada umumnya kiupak memiliki ukuran lebih kecil juga memiliki tiga bentuk saja, terdapat bentuk segitiga, kotak, dan juga lonjong.

Kata Kunci: UMKM, Pengembangan, Digital Branding, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Setiap pelaku bisnis tentunya mengharapkan hasil yang besar dari bisnisnya. Dalam upayanya tersebut, pelaku bisnis memiliki strategi tersendiri agar usahanya dapat berkembang pesat dan laku di pasaran, sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Dalam bisnis tidak hanya strategi pemasaran saja yang penting namun

juga strategi keuangan sangat dibutuhkan. Apabila pelaku bisnis tidak membuat pembukuan keuangan yang baik, maka lama kelamaan akan menyebabkan bisnis tersebut mengalami kerugian dan resiko terburuknya akan mengalami kebangkrutan. Menurut UU Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 28, pembukuan adalah suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan data dan informasi keuangan. Pembukuan tidak hanya berguna untuk perusahaan saja, untuk UMKM juga sangat memerlukan pembukuan keuangan yang baik, agar bisnisnya dapat berkembang. Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) di Indonesia kini tengah berkembang pesat.). Berdasarkan data yang di rilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), sepanjang 2022 UMKM di Tanah Air tercatat tumbuh begitu baik, angkanya sudah mencapai 8,71 juta unit. Jika dilihat berdasarkan Provinsi, Jawa Barat masih menempati urutan pertama UMKM terbanyak dengan jumlah mencapai 1,49 juta unit usaha. Sementara daerah paling sedikit diduduki oleh Papua dengan jumlah 3,9 ribu unit.

Di era ini digital marketing dan digital branding sangat penting untuk diketahui, karena teknologi akan terus berkembang dengan seiring berjalannya waktu. Dengan mengenalkan digital branding dan juga digital marketing akan memperluas ja ngkauan pemasaran. Pengembangan UMKM kiupak kita ambil dikarenakan kiupak adalah salah satu produk yang paling banyak di produksi di Dusun Baratsungai, Desa Kotakusuma, Kecamatan Sangkapura, Pulau Bawean, Kabupaten Gresik. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan pihak yang memiliki andil cukup besar dalam pergerakan perekonomian nasional. UMKM memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional, penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan bagi masyarakat yang memiliki pendapatan rendah serta memanfaatkan kemampuan menggunakan bahan baku lokal agar menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat luas. Sektor UMKM seringkali memanfaatkan sumber dari pertanian, perkebunan, perternakan, dan perdagangan. Sektor UMKM disebut sebagai ekonomi kerakyatan dikarenakan hasil dari UMKM merupakan barang-barang yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari setiap masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah di dalam perkembangannya masih dihadapkan pada berbagai masalah, misalnya rendahnya produktivitas UMKM, terbatasnya akses UMKM kepada sumber produktif, seperti permodalan, teknologi, pasar dan informasi, tidak kondusifnya iklim usaha bagi UMKM.

Bawean sebuah Pulau yang berada di Kabupaten Gresik memiliki kondisi UMKM yang sangat potensial. Namun ternyata masih banyak UMKM yang belum mengenal era digital, seperti yang dialami oleh UMKM Kiupak.

Pengembangan UMKM kiupak kita ambil dikarenakan kiupak adalah salah satu produk yang paling banyak di produksi di Dusun Baratsungai, Desa Kotakusuma, Kecamatan Sangkapura, Pulau Bawean, Kabupaten Gresik. Kiupak sebutan lain untuk kue semprong di bawean, yang membedakan hanya bentuknya, untuk ukuran kue semprong pada umumnya kiupak memiliki ukuran lebih kecil juga memiliki tiga bentuk saja, terdapat bentuk segitiga, kotak, dan juga lonjong.

Digital branding merupakan proses membangun brand melalui platform online, melalui berbagai platform digital seperti dengan menggunakan website, aplikasi, media sosial, dan lain-lain. Digital branding adalah salah satu cara

pemasaran yang efektif Untuk menyampaikan nilai produk dan membangun koneksi dengan konsumen. Dengan menjalankan digital branding akan membantu untuk memaksimalkan promosi juga menjalankan berbagai strategi marketing. Jika dalam membangun digital branding ini berhasil maka omset dan kepercayaan konsumen yang didapat akan meningkat. Contoh dari penerapan digital branding yaitu menciptakan logo, dan juga menggunakan media sosial agar lebih mudah dikenal oleh kalangan masyarakat.

Digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Digital marketing ini dilakukan dengan harapan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Dengan adanya strategi ini juga calon konsumen dapat kesempatan untuk berinteraksi secara langsung melalui sosial media. Jadi selain dapat meningkatkan penjualan, produk dan keunggulannya bisa dikenal lebih luas. Oleh karena itu perlu diadakannya pengembangan UMKM Kiupak dengan digital marketing dan digital branding melalui kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) atau pengabdian masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk mengembangkan UMKM agar UMKM Kiupak dapat lebih mudah dikenal oleh kalangan masyarakat dan mampu menjangkau target pasar yang lebih luas. Adapun metode yang dilakukan adalah dengan memberikan penjelasan tentang digital marketing yang mencakup pengertian digital marketing , manfaat digital marketing, strategi komunikasi, menjelaskan mengenai foto produk dan logo yang baik, dan juga cara mengelola sosial media. Sedangkan untuk digital branding mencakup pembuatan logo, dan juga pembuatan sosial media (Instagram, Facebook). Sekaligus praktek langsung cara pembuatan produk UMKM kiupak. Pelaksanaan kegiatan pengabdian tersebut, dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

Dimulai dengan melakukan observasi terlebih dahulu untuk mengidentifikasi permasalahan yang di hadapi oleh pemilik UMKM kiupak tersebut. Pada observasi ini dilaksanakan melalui diskusi langsung dengan pelaku usaha. Memberikan pengarahan untuk mengembangkan produk tersebut melalui digital branding dan digital marketing, memberikan pemaparan terhadap produk yang pendapatannya bisa naik karna digital branding dan juga digital marketing. Mengkonsultasikan logo bagaimana yang diinginkan dari pemilik UMKM Kiupak. Pelatihan digital marketing, menjelaskan mengenai digital marketing, menjelaskan manfaat melakukan digital marketing, menjelaskan mengenai strategi komunikasi, menjelaskan foto produk dan juga logo yang baik, dan menjelaskan cara mengelola sosial media. Digital branding, pembuatan logo sesuai dengan yang sudah dikonsultasikan pada pemilik UMKM Kiupak, pembuatan sosial media (Instagram, Facebook). Diakhiri dengan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana pemilik UMKM Kiupak memahami materi dan juga cara mengelola sosial media yang sudah disampaikan oleh mahasiswa program studi Manajemen..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seminar Hasil

Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Kuliah Kerja Nyata

232

Program ini dilakukan oleh mahasiswa KKN program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik. Kegiatan ini dilakukan 3 kali berturut-turut, pertemuan pertama dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2023, pertemuan kedua pada tanggal 30 Agustus 2023, dan pertemuan yang ketiga dilakukan pada tanggal 1 September

2023. Pertemuan ini dilakukan di tempat produksi UMKM Kiupak yang berada tepatnya di Dusun Baratsungai, Desa kotakusuma, Kecamatan Sangkapura, Pulau Bawean, Kabupaten Gresik. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Observasi awal untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh pemilik UMKM Pemateri mengidentifikasi masalah yang sering dihadapi oleh UMKM Kiupak.

Kiupak adalah kue kering yang biasanya kita sebut sebagai kue semprong. UMKM Kiupak memiliki permasalahan mengenai pemasarannya karena UMKM ini memiliki metode pesan terlebih dahulu UMKM ini jadi sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas karena jangkauan pemesanan hanya dari sekitar rumah juga dari kenalan saja. UMKM ini juga belum memiliki identitas seperti logo produk dan juga sosial media jadi produk ini semakin sulit untuk dikenal lebih luas. Dari permasalahan tersebut, maka pemateri memberikan langkah untuk memberikan pemahaman mengenai digital marketing dan juga digital branding. Observasi ini dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2023, bersamaan dengan memberikan pengarahan untuk mengembangkan produk Kiupak melalui digital branding dan digital marketing.

Memberikan pengarahan untuk mengembangkan produk tersebut melalui digital branding dan digital marketing. Memberikan pemaparan terhadap produk yang pendapatannya bisa naik karena digital branding dan juga digital marketing, pemateri memperlihatkan contoh dari pendapatan yang dimiliki oleh pelaku usaha yang sudah memiliki sosial media dan memiliki pendapatan yang sangat luar biasa. Kemudian pemateri mengkonsultasikan logo bagaimana yang diinginkan dari pemilik UMKM Kiupak, untuk detailnya pemilik usaha tidak meminta hal terlalu detail dalam memilih logo, pemilik usaha hanya ingin 3 bentuk Kiupaknya dimasukkan dikarenakan pemilik usaha ini menerima pesanan kiupak dalam bentuk 3 yaitu bentuk segitiga, kotak dan lonjong.

Pelatihan digital marketing dilakukan tanggal 30 Agustus 2023, dimulai dengan memberikan pengertian apa itu digital marketing, digital marketing sendiri memiliki pengertian sebuah strategi untuk mempromosikan sebuah brand atau produk kepada konsumen potensial melalui media komunikasi berbasis internet seperti website, sosial media, dan email. Kemudian menjelaskan mengenai keuntungan melakukan digital marketing yang mencakup, jangkauan yang lebih luas, biaya produksi yang lebih murah, akses yang lebih mudah, fleksibel sesuai dengan keinginan pengiklanan, interaksi langsung dengan konsumen potensial. Kemudian menjelaskan mengenai strategi komunikasi yang mencakup; menentukan target pasar dengan penjelasan disesuaikan dengan produk yang ditawarkan, bandingkan dengan kompetitor, melakukan riset pasar sederhana. Menentukan identitas dengan penjelasan menentukan sesuatu yang unik dan

berbeda, menceritakan latar belakang brand atau produk, membuat logo dan menentukan warna identitas. Menentukan jenis konten dengan penjelasan menyesuaikan dengan media promosi yang digunakan, sesuaikan dengan siapa yang membuat konten, menyesuaikan target pasar yang sudah ditentukan.

Kemudian dilanjutkan dengan memberikan contoh logo yang baik dengan logo produk yang dapat mendefinisikan produk tersebut dan contoh foto produk yang baik dengan memberikan unsur yang terkandung dalam produk tersebut agar lebih menarik. Dilanjutkan dengan memberikan pengelolaan sosial media, memberikan sosial media yang sedang populer saat ini dengan diberikan penjelasan satu persatu mengenai sosial media tersebut; facebook adalah sosial media terbesar di dunia dan didominasi oleh usia 25-24 tahun, instagram adalah sosial media yang berbasis foto dan didominasi oleh usia 16-24 tahun, dan sosial media tiktok adalah sosial media yang berbasis video pendek dan didominasi oleh usia 16-24 tahun. Kemudian dilanjutkan dengan menjelaskan tips untuk mengelola sosial media; menentukan target yang ingin dicapai, mengunggah konten secara berkala untuk terus mendapatkan perhatian target pasar, ikuti tren yang ada di sosial media, menggunakan foto produk yang menarik, tuisikan informasi yang berkaitan dengan produk (harga, bahan, ukuran, kegunaan, dan lain sebagainya) secara jelas dalam unggahan, respon pernyataan atau komentar dari audience dengan cepat dan gunakan bahasa yang ramah, melakukan evaluasi secara berkala. Kegiatan ini di tutup dengan sesi tanya jawab antar pemateri dan pemilik usaha.

Terdapat sedikit kendala yang dialami dikarenakan pemilik usaha juga belum terbiasa dengan materi yang akandisampaikan jadi pemateri harus menjelaskan dengan bahasa yang lebih mudah dimengerti.

Pelatihan digital branding dilakukan pada 01 September 2023, dimulai dengan memberikan logo yang sudah dibuat dan dicetak, untuk mempermudah mengenali produk tersebut. Dilanjutkan dengan memberikan akun instagram dan facebook yang sudah dibuat oleh pemateri untuk diberikan kepada pemilik usaha, dipilihnya sosial media facebook karna facebook adalah sosial media terbesar didunia dan didominasi oleh usia 25-44, juga dikarenakan pemilik usaha sudah terbiasa menggunakan sosial media tersebut. Pemilihan instagram karna instagram adalah sosial media berbasis foto dan didominasi oleh usia 16-24 tahun, juga dikarenakan pemilik usaha lebih terbiasa menggunakan sosial media instagram dibandingkan tiktok

KESIMPULAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah tempat bagi mahasiswa untuk belajar berbaur dan mengabdikan di masyarakat. Pelaksanaan program KKN di Desa Kotakusuma, Kecamatan Sangkapura, Kabupaten Gresik dilakukan mulai dari tanggal 10 Agustus 2023-20

September 2023. Dan kegiatan “Pengembangan UMKM Kiupak Melalui Digital Branding dan Digital Marketing” dilakukan pada tanggal 23 Agustus 2023, kemudian tanggal 30 Agustus 2023, dan tanggal 01 September 2023.

Berdasarkan hasil kegiatan yang sudah dilakukan oleh kelompok KKN Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik berupa “Pengembangan UMKM Kiupak Melalui Digital Branding dan Digital Marketing”. Di karenakan Digital Marketing dan Digital Branding sangat penting untuk UMKM agar suatu UMKM tidak tertinggal dalam perkembangan teknologi, karna manfaat dari Digital Marketing dan Digital Branding juga dapat memperluas target pasar. Semua program dapat terlaksana dengan baik dan lancar walaupun ada sedikit kendala namun kendala tersebut dapat diatasi.

DAFTAR PUSTAKA

- 29 Maret 2023. “Digital Marketing: Pengertian, Keunggulan, Jenis, dan Tujuannya”. Diakses dari <https://greatnusa.com/artikel/digital-marketing-Sukaris>, dkk 2023. “Manajemen Pengembangan Sektor Pariwisata dan UMKM Desa Sungairujing”. *Journal of Community Service*. No.1 (vol.5): 84
- Uma Bamai. 19 Januari 2023. “ Apa itu digital branding”. Diakses dari <https://bamai.uma.ac.id/2023/01/19/apa-itu-digital-branding/>