

SOSIALISASI DAN IMPLEMENTASI DIGITAL BRANDING DAN MARKETING BAGI UMKMKELURAHAN KROMAN KECAMATAN GRESIK KABUPATEN GRESIK

**Mokhammad Nur Savrizal¹, Susi Hardianti Sabana Putri², Tabina IntanPrameswari³,
Anita Akhiruddin⁴, Asep Saepuloh⁵**

**Program Studi Manajemen,
Universitas Muhammadiyah Gresik.**

Email:savrizal85@gmail.com , susi997710@gmail.com , tabinaintanprw@gmail.com

ABSTRAK

Kelurahan Kroman adalah sebuah kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Kelurahan Kroman terletak di wilayah Kabupaten Gresik bagian utara yang berdekatan dengan Selat Madura. Kelurahan Kroman daerah yang potensi penghasilannya dari sektor kelautan dan perikanan. Kelurahan Kroman terdiri dari 19 RT. Warga kelurahan kroman adalah warga yang kreatif untuk membuat produk makanan tetapi masih dipasarkan dalam bentuk menawarkan dari rumah kerumah dari kampung kekampung karena mereka tidak punya tempat. Dengan adanya sosialisasi dan implementasi yang kita berikan diharapkan warga bisa memperkenalkan produk mereka melalui handphone yang mereka miliki dan bisa dibantu oleh anggota keluarga yang bisa mengoperasikan teknologi dan dapat mengembangkan serta meningkatkan usaha mereka dalam era digitalisasi saat. Tujuan dari sosialisasi dan implementasi ini adalah memungkinkan pelaku UMKM memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas bahkan bisa sampai ke pelosok negeri. Selain itu, UMKM juga dapat menjangkau pengguna smartphone yang semakin marak. metode yang digunakan adalah melakukan persiapan dengan cara berkeliling di Kelurahan Kroman , Menyampaikan dan menjelaskan maksud dan tujuan sosialisasi sebagai bekal pengetahuan pemilik UMKM di Kelurahan Kroman, lalu mengimplementasikan hasil sosialisasi kepada UMKM Hasil menunjukan bahwa sosialisasi ini berguna bagi mereka para pelaku UMKM karena dengan pengetahuan mereka tentang digital branding dan marketing mempunyai hasil nyata untuk memperluas usaha mereka.

Kata Kunci: Digital Branding, Digital Marketing, Sosialisasi, Pemberdayaan masyarakat

ABSTRACT

Kroman Village is a sub-district located in Gresik District, Gresik Regency, East Java Province. Kroman Village is located in the northern part of Gresik Regency, which is close to the Madura Strait. Kroman Subdistrict is an area with potential income from the marine and fisheries sector. Kroman Village consists of 19 RT. The residents of Kroman sub-district are residents who are creative in making food products but they are still marketed by offering them from house to house from village to village because they don't have a place. With the socialization and implementation that we provide, it is hoped that residents can introduce their products via the cellphones they own and can be assisted by family members who can operate the technology and can develop and improve their businesses in the current era of digitalization. The aim of this socialization and implementation is to enable MSME players to

have a wider marketing reach and even reach remote corners of the country. Apart from that, MSMEs can also reach increasingly popular smartphone users. The method used is to make preparations by going around the Kroman Village, conveying and explaining the aims and objectives of the socialization to provide knowledge for MSME owners in Kroman Village, then implementing the results of the socialization to MSMEs. The results show that this socialization is useful for MSMEs because of their knowledge. about digital branding and marketing has real results to expand their business.

Keywords: Digital Branding, Digital Marketing, Socialization, Community Empowerment

PENDAHULUAN

Keseluruhan penduduk Kelurahan Kroman beragama Islam. Usia Produktif warga Kroman berkisar 17 - 60 tahun dengan jumlah penduduk sebesar 4511 jiwa yang terdiri dari 2.252 jiwa penduduk laki-laki dan 2.259 jiwa penduduk perempuan. Pendidikan penduduk Kroman menunjukkan bahwa mayoritas sudah mampu menyelesaikan sekolah dijenjang pendidikan wajib belajar 12 tahun dimulai dari SD, SMP, dan SMA.

Di desa Kroman masyarakatnya memiliki jiwa sosialisasi dan rasa peduli yang tinggi. Desa Kroman terkenal dengan wisata Balai Keling dan hasil laut serta makanan khas warga sekitar. Tidak hanya itu, masih banyak UMKM yang berada di desa Kroman salah satunya, olahan ikan bandeng, telur ikan, krupuk ikan, bahkan olahan diluar hasil perikanan. Keberhasilan UMKM menjalankan usahanya tidak lepas dari kemampuan untuk mengelola dana dengan baik. Ketidakmampuan pengelolaan dana yang dilakukan pemilik akan berdampak kepada keberlangsungan UMKM tersebut (Nissa et al., 2024).

Pengertian UMKM adalah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha. Lebih jelasnya, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Aditya et al., 2024). Dalam UU tersebut disebutkan UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar. (Kumalasari Subroto, V. 2022).

Digital branding adalah proses komunikasi pemasaran yang digunakan untuk membagikan informasi mengenai suatu produk kepada masyarakat melalui media digital, seperti web perusahaan dan media sosial facebook, Instagram, dan youtube. (Yunus, U. 2020). Istilah branding sendiri berarti suatu upaya yang melibatkan kreativitas untuk mengenalkan bisnis itu ke khalayak umum. Walaupun terdengar mirip dengan kegiatan promosi, sebenarnya dua hal tersebut sangat berbeda. Branding tak hanya sekedar mengenalkan nama dan produk, namun membangun serta menjaga image sebuah brand tersebut. Digital marketing merupakan bentuk usaha untuk melakukan pemasaran dan mempromosikan sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet. Dengan tujuannya bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. (Sila, N. S. A., S. Tr., M.BA. 2019).

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM Kelurahan Kroman terkait digital marketing dan branding membuat usaha mereka kurang maju dan kurang

berkembang. Maka dari itu Digital branding dan digital marketing memiliki peran yang sangat penting dalam membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan bisnis mereka. Berikut adalah penjelasan lebih detail tentang bagaimana keduanya dapat memberikan manfaat kepada UMKM yaitu a) meningkatkan Kesadaran Brand: Melalui digital branding, UMKM dapat membangun identitas merek yang kuat secara online. Ini mencakup pembuatan logo yang menarik, desain situs web yang profesional, dan konsistensi dalam pesan merek di media sosial. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap merek mereka b)target Audien yang Tepat: Melalui digital marketing, UMKM dapat menargetkan audiens yang tepat. Mereka dapat menggunakan iklan berbayar seperti Google Ads dan iklan media sosial untuk mencapai calon pelanggan yang memiliki minat atau perilaku yang relevan dengan produk atau layanan yang mereka tawarkan c)mengoptimalkan Situs Web: UMKM dapat memastikan situs web mereka dioptimalkan untuk mesin pencari (SEO) agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Ini dapat meningkatkan peringkat mereka di hasil pencarian Google dan meningkatkan lalu lintas organik.

Dengan adanya sosialisasi yang kami berikan terkait digital branding dan digital marketing dapat membantu UMKM memperluas jangkauan mereka, meningkatkan penjualan, mengoptimalkan pengeluaran periklanan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, yang semuanya penting untuk pertumbuhan dan keberhasilan bisnis kecil dan menengah di era digital saat ini.

METODE PELAKSANAAN

Persiapan dilakukan dengan cara berkeliling di Kelurahan Kroman dan memuat informasi UMKM yang ada di Kelurahan Kroman tersebut melalui warga sekitar dan perangkat desa. Dan juga menyebarkan undangan sosialisasi yang ditujukan untuk warga di Kelurahan Kroman.

Sosialisasi ini kegiatan menyampaikan dan menjelaskan terkait pentingnya digital branding serta digital marketing sebagai bekal pengetahuan pemilik UMKM di Kelurahan Kroman. Kegiatan sosialisasi tersebut diikuti oleh 20 UMKM serta ibu-ibu PKK yang ada di Kelurahan Kroman. Peserta dijelaskan terkait pemahaman digital marketing dan digital branding untuk meningkatkan serta pengembangan usaha mereka.

Implementasi dilaksanakan pada tanggal 14 september 2023, dilakukan pada salah satu UMKM di Kelurahan Kroman yaitu Otak-Otak Al- Firdaus. Implementasi ini terkait digital branding dan digital marketing yaitu dengan pembuatan akun media social (Instagram, Tiktok serta pembuatan akun Shopee), lalu diserahkan kepada pemilik UMKM tersebut, serta mengajarkan bagaimana mengembangkan akun tersebut untuk peningkatan usaha mereka.

Metode Pelaksanaan :

1. Mahasiswa melakukan pendataan terhadap UMKM yang ada pada Kelurahan Kroman
2. Mahasiswa mengundang para UMKM dan Masyarakat Kelurahan Kroman untuk hadir pada acara sosialisasi
3. Mahasiswa melakukan sosialisasi terkait digital branding dan digital marketing
4. Masyarakat Desa Kroman melakukan praktik pembuatan akun Shopee

5. Pendampingan mahasiswa dalam praktik pembuatan akun Shopee kepada masyarakat Desa Kroman.

Teknik pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini menggunakan 2 metode yaitu pemaparan materi atau presentasi dan praktik atau tutorial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik selesai dalam waktu tiga bulan, sejak bulan Agustus - Oktober (40 Hari, Jum'at-Sabtu-Minggu). Adapun pencapaian dalam kegiatan ini antara lain ; 1) meningkatkan kesadaran dan menambah wawasan pemilik UMKM mengenai digital branding serta digital marketing, 2) Dapat meningkatkan usaha mereka dengan adanya digital marketing melalui Shopee.

Kami melakukan kegiatan sosialisasi di Balai Kelurahan Desa Kroman pada 20 UMKM dengan tujuan menjelaskan pentingnya digital branding serta digital marketing pada era saat ini. Sosialisasi digital branding dan digital marketing memiliki implikasi yang signifikan terhadap UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).

Berikut adalah beberapa implikasi hasil dari sosialisasi peningkatan Awareness: Digital branding dan digital marketing membantu UMKM untuk meningkatkan kesadaran atau awareness terhadap produk atau layanan mereka. Dengan hadir secara online, UMKM dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperkenalkan merek mereka kepada lebih banyak orang. Akses ke Pasar Global: Melalui strategi digital, UMKM memiliki potensi untuk menjangkau pasar global. Mereka dapat menjual produk mereka ke luar negeri atau menarik pelanggan dari berbagai negara, yang dapat meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis. Pengurangan Biaya Promosi: Dibandingkan dengan metode promosi tradisional, digital marketing seringkali lebih cost-effective. Ini memungkinkan UMKM dengan anggaran terbatas untuk tetap berkompetisi dengan perusahaan besar dalam hal pemasaran. Personalisasi: Digital marketing memungkinkan UMKM untuk lebih baik memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan mereka. Dengan data yang dikumpulkan dari interaksi online, mereka dapat menawarkan pesan dan produk yang lebih personal dan relevan kepada konsumen.

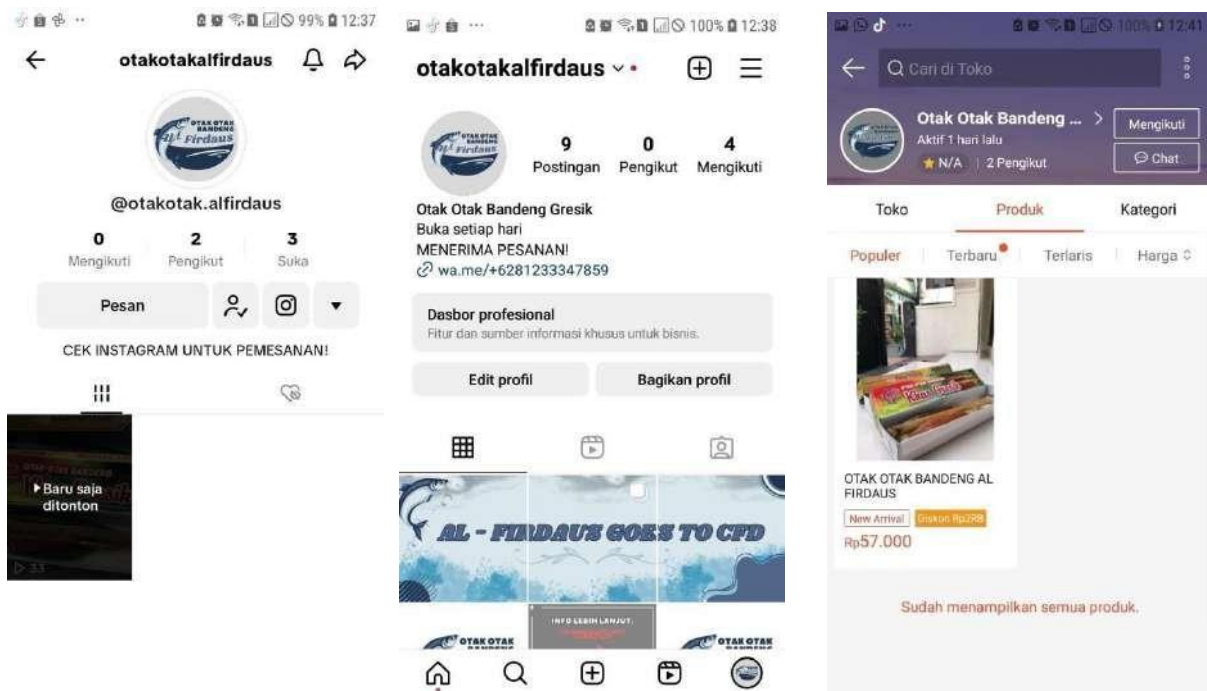
Pengukuran dan Analisis: Sosialisasi digital juga membawa kemampuan untuk mengukur hasil kampanye dengan lebih baik. UMKM dapat melihat seberapa efektif strategi mereka melalui berbagai metrik seperti jumlah pengunjung situs web, konversi, dan ROI (Return on Investment), yang membantu mereka untuk mengambil keputusan yang lebih baik dalam pemasaran mereka. Oleh karena itu, sosialisasi digital branding dan digital marketing memiliki dampak positif dalam sosial media



Gambar 1 hasil dokumentasi terkait kegiatan sosialisasi

Sosial media memungkinkan Anda untuk mempromosikan produk dan bisnis Anda ke jangkauan yang lebih luas dan audiens yang lebih spesifik. Berikut adalah beberapa dampak positif dari media sosial: meningkatkan traffic website, memperluas jangkauan bisnis Anda, mempromosikan brand Anda, menghemat biaya pemasaran, meningkatkan brand awareness dan credibility, memperbanyak sales dan penjualan bisnis online, (riskih, 2022)

Berikut merupakan hasil dari implementasi kami terkait digital branding dan marketing kepada salah satu UMKM Kelurahan Kroman:



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Masyarakat di Kelurahan Kroman Kabupaten Gresik ini sebenarnya memiliki jiwa berusaha yang tinggi hanya saja cara mereka untuk meningkatkan usaha mereka kurang, karena kebanyakan hanya melalui usaha offline atau hanya dirumah saja. dengan adanya digital saat ini sangat membantu mereka untuk meningkatkan usaha. Maka dari itu kami harap dengan adanya sosialisasi ini mengembangkan usaha mereka melalui digital maupun secara langsung / offline. Melalui kegiatan sosialisasi digital branding dan digital marketing, individu dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

Saran

Saran konkret untuk UMKM:

- 1) Terus Belajar: Teknologi dan tren digital terus berkembang, jadi terus belajar tentang inovasi terbaru dalam digital branding dan marketing.
- 2) Konsistensi Merek: Pastikan pesan dan tampilan merek Anda konsisten di seluruh platform digital.
- 3) Gunakan Media Sosial: Aktif di platform media sosial yang relevan dengan audiens

Anda dan posting secara teratur.

- 4) Gunakan iklan berbayar: Pertimbangkan untuk mengalokasikan anggaran iklan berbayar untuk mencapai audiens yang lebih besar.

Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini dan beradaptasi dengan perubahan tren, UMKM dapat terus memanfaatkan digital branding dan marketing untuk pertumbuhan dan kesuksesan mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Kho, J. (2021). Pentingnya Membuat Packaging yang Unik dan Kreatif untuk Branding. SimpliDots. <https://www.simplidots.com/pentingnya-membuat-packaging-produk-yang-unik-dan-kreatif/>
- Kumalasari Subroto, V. (2022). Pengertian Dan Kriteria UMKM Menurut Undang-Undang. Informasi Program Studi Komputerisasi Akuntansi D4 STEKOM. <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Pengertian-dan-Kriteria-UMKM-Menurut-Undang-Undang/80de71af402e6d711782f27fa3083d30a2d80103>
- Mekari. (2022). Digital Branding: Pengertian dan Strategi Penerapannya pada Bisnis. QontakBlog. <https://qontak.com/blog/digital-branding/>
- Sila, N. S. A., S. Tr., M.BA. (2019). Pengantar Belajar Digital Marketing. STEKOM Semarang.
- Utami, R. P. (2022). Apa itu Digital Branding? Baca Pengertian, Contoh, Konsep dan Strategi-Strateginya!. BamahaDigital. <https://bamahadigital.com/digital-branding/>
- Yunus, U. (2020). Digital Branding: Teori dan Praktik. Bandung: SimbiosisRekatama Media.
- Riskih. (2022). Dampak Positif Dan Negatif Pada Digital Marketing. <https://inovasika.id/artikel/dampak-positif-dan-negatif-pada-digital-marketing/>
- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.
- Nissa, I., Nengseh, S. W., Cahyaningrum, K., C.P, V. P., Utami, D. R., Rahi, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). Peduli Sehat Sukodono Dengan Medical Check Up Dan Konseling (Tekanan Darah, Gula Darah Dan Asam Urat). *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 96–104.