

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DAN DESAIN LOGO UNTUK MENINGKATKAN BRANDING UMKM DI DESA RANDUBOTO KECAMATAN SIDAYU KABUPATEN GRESIK

Ayu Nur Jannah^{1*}, Muhammad Zafin Asyraf², Vivin Wardana A³

^{1,2,3}Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik.

*Email: ayunurjannah@umg.ac.id

ABSTRAK

Pentingnya sosialisasi digital marketing dan desain logo sebagai langkah strategis dalam meningkatkan branding Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era digital UMKM di Desa Randuboto perlu memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing. Para pelaku UMKM dituntut untuk memanfaatkan teknologi dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka. Digital marketing ini memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk atau jasa dengan biaya yang lebih efisien, sementara desain logo yang tepat berperan penting dalam membangun identitas visual yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen. Dengan memadukan strategi digital marketing dan desain logo yang efektif, UMKM dapat memperkuat citra merek, menarik lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan kesadaran merk dan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Artikel ini juga memberikan metode pelaksanaannya menggunakan dua cara yaitu (1) panduan tentang langkah-langkah sosialisasi digital marketing (2) tips dalam merancang logo yang mampu merepresentasikan nilai dan karakteristik bisnis UMKM. Program kerja tersebut berhasil memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya memanfaatkan teknologi informasi untuk branding dan memasarkan produk mereka. Penulis mengharapkan supaya pelaku UMKM yang telah menerima sosialisasi tersebut terus mengimplementasikan materi yang diberikan dan berinovasi mengikuti perkembangan pada teknologi informasi.

Kata Kunci: Digital Marketing, Logo, UMKM.

ABSTRACT

The importance of socializing digital marketing and logo design as a strategic step in improving the branding of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). In the digital era, MSMEs are required to utilize technology to reach wider markets and increase competitiveness. Digital marketing allows MSMEs to promote products or services more cost efficiently, while the right logo design plays an important role in building a strong visual identity that is easy for consumers to remember. By combining digital marketing strategies and effective logo design, MSMEs can strengthen their brand image, attract more customers, and increase consumer awareness and loyalty to the products or services offered. This article

also provides an implementation method using two methods, namely (1) a guide on steps for digital marketing socialization (2) tips on designing a logo that is able to represent the values and characteristics of MSME. This work program succeeded in providing understanding to MSME players about the importance of utilizing information technology for branding and marketing their products. The author hopes that MSME actors who have received this socialization will continue implement the material provided and innovate following developments information Technology.

Keywords: Digital Marketing, Logo, Branding UMKM

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin berkembang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dihadapkan pada tantangan sekaligus peluang besar dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan memperkuat daya saing mereka. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana UMKM dapat membangun branding yang kuat di tengah persaingan yang ketat. Branding yang efektif bukan hanya tentang kualitas produk atau jasa, melainkan juga mengenai bagaimana suatu bisnis dikenali dan diingat oleh konsumen. Untuk itu, penting bagi UMKM untuk mengoptimalkan strategi pemasaran yang terintegrasi dengan teknologi digital. Untuk memaksimalkan perkembangan teknologi pada bidang bisnis dimana telah terjadi perubahan pada metode komunikasi pemasaran dari yang mulanya bersifat konvensional beralih ke pemasaran digital dimana untuk mewujudkan pemasaran digital yang maksimal diperlukan branding produk dengan tujuan untuk membangun identitas yang meliputi nama, istilah, simbol, tanda, atau rancangan maupun gabungan dari faktor-faktor tersebut dengan tujuan untuk membedakan barang/jasa tersebut dengan pesaing (Kotler, 2009:332).

Sosialisasi digital marketing ini menjadi salah satu kunci penting dalam membantu UMKM menembus pasar yang lebih luas lagi dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Melalui pemanfaatan platform digital, seperti media sosial, website, dan e-commerce, UMKM dapat mempromosikan produk mereka tanpa batasan geografis, sehingga mampu bersaing dengan bisnis yang lebih besar. Selain itu, desain logo yang tepat juga memegang peranan penting dalam membentuk identitas visual suatu brand. Logo bukan hanya sekadar simbol, tetapi merupakan representasi dari nilai, visi, dan karakteristik unik dari sebuah usaha. Desain logo yang baik dapat memperkuat identitas merek, memudahkan konsumen dalam mengenali produk, serta memberikan kesan profesional dan terpercaya. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Kesadaran merek dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Citra merek begitu penting karena melalui citra merek yang baik dan kuat di mata konsumen, maka akan menciptakan persepsi bahwa UMKM yang bersangkutan akan memiliki sebuah nilai lebih dan menjadi referensi penting terutama untuk calon pelanggan baru, dengan demikian UMKM perlu untuk mengelola dan menjaga merek dengan baik sehingga sedemikian rupa akan menghasilkan citra merek yang positif serta dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Produk yang bagus tanpa Branding packaging yang baik serta strategi pemasaran akan sia-sia. Branding

packaging juga dapat menjadi media promosi kepada konsumen, branding yang memiliki ciri khas menjadi brain minded kepada customer. Menurut Aaker(2018:90) bahwa kesadaran merek merupakan kesanggupan seseorang pembeli untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Maka semakin baik kesadaran merek yang diingat oleh pengguna secara baik maka akan memberikan kesempatan pada pengguna untuk melakukan keputusan penggunaan secara berulang-ulang. Dalam artikel ini, akan dibahas pentingnya optimalisasi sosialisasi digital marketing dan perancangan desain logo yang efektif bagi UMKM dalam upaya meningkatkan branding. Dengan memahami dan mengimplementasikan kedua aspek ini secara optimal, UMKM diharapkan mampu menciptakan identitas brand yang kuat, menarik perhatian konsumen, serta meningkatkan loyalitas dan kesadaran merek di pasar yang kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan dua cara, yaitu:

1. Pendampingan serta pelatihan pembuatan logo yang lebih menarik dari sebelumnya dan menerapkan fokus pada peningkatan kualitas desain logo, aspek kreatifitas, dan manfaat bagi pengguna, selain mempunyai maksud sebagai ciri khas awal ketika melihat suatu produk melalui kemasan, kemudian memudahkan juga untuk konsumen dalam memberi barang yang diminati. dimaksudkan agar memudahkan konsumen untuk mengenali produk yang dijual. Membuat daya tarik kepada masyarakat, setiap logo-logo dalam suatu produk dinilai sebagai representasi awal dalam mengenali produk itu. mempunyai ciri khas tersendiri.



Gambar 1. Saat Berkunjung ke Rumah Pelaku UMKM untuk Menawarkan Pembuatan Logo

2. Sosialisasi digital marketing dan branding produk kepada pemilik UMKM Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan menjelaskan materi yang berisikan penjelasan secara singkat digital marketing, dan branding produk dg cara pembuatan logo unsur-unsur yang ada pada branding produk dan digital marketing, fungsi, tujuan, dan strategi branding produk dan digital marketing. Setelah pelaksanaan sosialisasi, dilanjutkan dengan pendampingan serta pelatihan untuk branding produk untuk

menemukan nama dan logo, pembuatan akun media sosial. tetapi sangat disayangkan warga masih banyak yang belum tertarik untuk penggunaan digital marketing dikarenakan pemikiran yg masih sangat kuno, warga disini masih takut dengan dunia maya saat ini dikarenakan maraknya sebuah penipuan jadi mereka sudah sangat nyaman dengan cara pemasaran dari mulut ke mulut saja untuk saat ini.



Gambar 2. Saat Melakukan Penerapan Materi oleh Narasumber

Langkah Kerja, Sebelum kegiatan ini dilaksanakan dilakukan persiapan kegiatan sebagai berikut:

- 1) Langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan tersebut dilaksanakan dengan cara mengundang para UMKM yang ada di desa randuboto yang berlokasi di aula bale desa pada pagi hari tepat pukul 09:00 dan didatangi oleh para UMKM bermacam" Pelaku usaha.
- 2) Untuk pelaksanaan kegiatan, penyampaian materi dapat berjalan dengan maksimal dan sesuai dengan sasaran. penyusunan materi yang akan ditampilkan, persiapan pembicara, dan kebutuhan-kebutuhan saat kegiatan berlangsung. Materi sosialisasi dibagi menjadi beberapa sesi:
 1. Pengenalan Digital Marketing:
Menjelaskan konsep dasar digital marketing dan pentingnya bagi UMKM.
 2. Media Sosial untuk Pemasaran:
Memberikan tips menggunakan platform seperti Instagram dan Facebook untuk mempromosikan produk.
 3. E-commerce: Memperkenalkan berbagai platform e-commerce yang bisa digunakan untuk memperluas jangkauan pasar.
 4. Praktik Langsung: Mengajak peserta untuk membuat akun media sosial dan melakukan posting produk mereka.
- 3) Terdapat dua sesi dalam pelaksanaan sosialisasi, yaitu penyampaian materi dan tanya jawab terutama mengenai kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh mitra.
- 4) Selanjutnya yakni tentang logo, logo merupakan proker utama kami yang

berkerjasama dengan prodi manajemen, tujuan kami mengangkat tema logo adalah untuk peningkatan branding pada produk karena menjadi lebih menarik dari logo sebelumnya,sebelum kami mengangkat tema tersebut kami telah men survei para pelaku UMKM randuboto untuk mau tau logo yang digunakan sebelum sosialisasi dan ternyata masih banyak pelaku UMKM menghiraukan logo mereka karena ketidak mampuan untuk melakukannya,dari situ kami berinisiatif untuk membantu para UMKM yang membutuhkan logo yang lebih menarik lagi.

- 5) Kegiatan terakhir dilakukan dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat kepada mitra dengan harapan kegiatan tersebut memiliki pengaruh yang besar atas kemajuan UMKM kedepannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing Dan Pendampingan Pembuatan Logo Di Desa Randuboto Berlangsung Dengan Baik Dan Mencapai Beberapa Hasil Positif, Antara Lain:

- 1) Tingkat Partisipasi Acara Dihadiri Oleh Lebih Dari 10 Pelaku UMKM Dari Berbagai Sektor, Seperti Krupuk, Bonggol, Ikan Asap, Catering. Tingginya Angka Partisipasi Menunjukkan Minat Yang Besar Dari Masyarakat Untuk Perubahan Logo Yang Terbaru.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

- 2) Desain logo pada sebuah produk merupakan hal penting agar produk dikenal oleh masyarakat. Dalam pelaksanaan pemberdayaan kami mendesain logo atau label pada kemasan agar terlihat menarik. Desain logo atau label pada produk diharapkan menjadi ciri khas produk tersebut dan ukuran label di sesuaikan dengan kemasan pada produk tersebut. Menurut (Destrina et al., 2022), logo adalah representasi grafis dari identitas merek dalam bentuk ideogram, simbol, lambang, atau ikon. Ciri utama yang dapat diamati secara fisik adalah logo. Logo yang baik dan akurat juga harus menyampaikan karakteristik non-fisik yang penting bagi operasi merek. Makna Dari logo pembuatan kita :



Gambar 4. Logo UMKM Sinom di Desa Tajung Timur Randuboto

1. Simbol Logo Bundar Sinom : Melambangkan kesatuan, harmonis, dan mencerminkan perjalanan budaya.
2. Kuning Kunyit : Menggambarkan kecerahan, kesehatan, dan identitas budaya yang kuat
3. Dihadangkan di Cingkir : Menunjukkan cara penyajian makanan yang indah dan menghormati tamu.

Semua istilah ini menggambarkan aspek penting dari budaya dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi dalam masyarakat.



Gambar 5. Logo UMKM Bonggolan di Desa Tajung Bruk Randuboto

1. Bentuk Bundar : Melambangkan kesatuan, harmoni, dan keterhubungan dalam komunitas.
2. Ikan Payus di Tengah : Melambangkan kekayaan sumber daya alam, tradisi perikanan, dan pentingnya kelestarian lingkungan di daerah tersebut.
3. Garis Merah Tepi : Simbol keberanian, semangat, dan menekankan identitas dan kebanggaan lokal.
4. Warna Ikan Payus yang Biru : Warna biru sering diasosiasikan dengan ketenangan, kepercayaan, dan kelestarian, mencerminkan harapan untuk menjaga sumber daya alam dan ekosistem perairan.

Secara keseluruhan, logo ini merepresentasikan nilai-nilai budaya, kelestarian lingkungan, dan semangat kebersamaan dalam komunitas yang bergantung pada sumber daya perikanan.

3) Pendampingan membuat Akun Instagram

Kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan akun instagram. Akun instagram dikelola sedemikian rupa yaitu dengan menyertakan keterangan pemilik UMKM pada profil akun instagram dan juga di profil instagram juga menyertakan kontak yang bisa dihubungi untuk memesan produk guna meyakinkan pembeli yang tentunya akan meningkatkan minat pembeli.



Gambar 6. Logo UMKM Bonggolans di Desa Tajung Bruk Randuboto

Inti dari pemaparan materi kali ini yaitu narasumber menyebutkan dan menjelaskan mengenai cara atau langkah-langkah untuk memulai digital marketing. Narasumber menyebutkan beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM untuk dapat memasuki era pemasaran digital, sehingga para pelaku UMKM dapat meningkatkan branding pada usaha. Beberapa cara untuk memulai digital marketing yaitu menentukan target pasar sebagai sosial media dan e-commerce dengan tujuan dapat dijangkau oleh banyak orang



Gambar 7. Foto Bersama dengan Para Pelaku UMKM

KESIMPULAN

Sosialisasi ini telah berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya digital marketing dan pembuatan logo. Namun, masih diperlukan upaya lebih lanjut untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM, terutama terkait dengan akses teknologi, sumber daya, dan pengetahuan. Dengan dukungan yang tepat, UMKM diharapkan dapat memanfaatkan potensi digital untuk mengembangkan bisnisnya dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

SARAN

Untuk memaksimalkan hasil dari ketercapaian program Kerja kuliah Nyata (KKN) dari program studi Manajemen ini adalah sebaiknya masyarakat Randuboto disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan secara berkala, membentuk komunitas pelaku UMKM, meningkatkan akses internet, menyelenggarakan program mentoring dengan ahli, menyediakan materi edukasi offline, mendorong pemasaran bersama, serta melakukan evaluasi rutin dan meminta umpan balik untuk perbaikan kegiatan, agar pelaku UMKM lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, Wahida, Maming. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* .
- Billah, Wulandari, Junaedi. (2024). WORKSHOP KREATIVITAS VISUAL DAN PELATIHAN TRANSFORMASI. *Journal of Community Dedication*, 617-632.
- Kotler, K. (2009). *Pelatihan UMKM Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk*.
- Kresnawati, M. A., & Rasyidah, R. k. (2021). MENINGKATKAN PEMANFAATAN PASAR DIGITAL UNTUK EKSPOR PRODUK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*.
- Menurut Aaker. (2018). *bahwa kesadaran merek merupakan kesanggupan seseorang pembeli untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu*.
- Rachmawati, Andjarwati. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 25-29.
- Rezky, Hamdani. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi. *JURNAL ABDIMAS TGD*, 39-44.
- Wasito. (2023). PENDAMPINGAN UMKM ANEKA KRIPIK MELALUI PEMBUATAN LOGO. *Warsito Pendampingan UMKM Aneka Kripik* .