

Workshop Penguatan Digital Branding Untuk Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Palembang

Dinna Yunika Hardiyanti¹, Pacu Putra², Muhammad Ihsan Jambak³, Iin Seprina⁴, Naretha Kawadha Pasemah Gumay⁵, Ricy Firnando⁶

^{1,2,3}Universitas Sriwijaya

¹dinna.yunika@unsri.ac.id, ²pacuputra@unsri.ac.id, ³jambak@unsri.ac.id,

⁴iinseprina@unsri.ac.id, ⁵narethakawadha@unsri.ac.id, ⁶ricyfirnando@unsri.ac.id

*Corresponding author

E-mail: dinna.yunika@unsri.ac.id*

Article History:

Received: 15 Desember 2023

Revised: 16 Desember 2023

Accepted: 16 Desember 2023

Abstract: Kota Palembang memiliki pelaku UMKM yang cukup banyak yaitu 37.351 UMKM. Digital Branding merupakan hal yang sangat mendukung UMKM dalam mengembangkan usahanya. UMKM di kota Palembang banyak mengalami kesulitan didalam mengenalkan usaha yang dilakukannya. Dengan memanfaatkan teknologi digital, diharapkan para pelaku UMKM di Kota Palembang dapat membuat *brand* mereka lebih mudah dikenal dan diingat oleh khalayak umum. Melalui Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, pelaku UMKM di Kota Palembang dibekali materi mengenai digital Branding, sebagai hasil secara rata-rasa peserta merasa kegiatan ini bermanfaat dan tertarik untuk mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi untuk berjualan.

Keywords:

Digital Branding, UMKM, Palembang

Pendahuluan

1. Analisis Situasi

UMKM merupakan sebuah istilah yang sudah tidak asing di pendengaran masyarakat Indonesia. Keseriusan pemerintah dalam meningkatkan UMKM di negara Indonesia terlihat sejak tahun 1945 dengan adanya jawatan koperasi dan perdagangan dalam negeri dibawah kementerian kemakmuran. Saat ini, berdasarkan Peraturan Presiden Nomo 96 Tahun 2020 kementerian yang mengurus perihal UMKM berganti nama menjadi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Kota Palembang memiliki pelaku UMKM yang terhitung cukup banyak. Berdasarkan data dari dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Selatan, pada tahun 2019 terdapat sekitar 163.291 UMKM terdapat di Sumatera Selatan. Dari data

tersebut, 37.351 UMKM berasal dari Kota Palembang.

Branding merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk nama atau rancangan untuk sebuah desain produk (Irawan & Affan, 2020). Untuk meningkatkan penjualan UMKM dituntut untuk berinovasi terhadap usaha yang dilakukan (Rezky et al., 2021). Terdapat banyak cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM, salah satunya adalah Branding. Sebuah produk yang baik terasa percuma jika tidak memiliki branding yang kuat.

Digital Branding merupakan sebuah proses untuk meningkatkan branding sebuah usaha dengan memanfaatkan teknologi digital (Cahyono & Laksana, n.d.). Dari hasil observasi penulis, kebanyakan UMKM di Kota Palembang tidak memanfaatkan dengan baik teknologi digital dalam penguatan branding usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM. Berdasarkan beberapa artikel, digital branding sangatlah bermanfaat dalam mengenalkan usaha yang dilakukan UMKM kepada khalayak umum. (Irawan & Affan, 2020; Rezky et al., 2021; Rifianita et al., 2022; Santosa et al., 2021)

2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Digital Branding merupakan hal yang sangat mendukung UMKM dalam mengembangkan usahanya. UMKM di kota Palembang banyak mengalami kesulitan didalam mengenalkan usaha yang dilakukannya. Dengan memanfaatkan teknologi digital, diharapkan para pelaku UMKM di Kota Palembang dapat membuat brand mereka lebih mudah dikenal dan diingat oleh khalayak umum.

Berdasarkan analisis situasi dan penelitian yang telah dilakukan penulis, maka rumusan masalah pada kegiatan ini, yaitu:

1. Bagaimana memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan branding UMKM di Kota Palembang?
2. Bagaimana menyusun kebutuhan-kebutuhan dalam meningkatkan digital branding pelaku UMKM di Kota Palembang

Metode

Kerangka Pemecahan masalah kegiatan pengabdian kepada masyarakat digambarkan dengan diagram alir pada gambar 1 berikut ini.

Gambar 1. Flowchart Pegabdian Masyarakat



Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan melakukan identifikasi masalah terhadap pelaku UMKM di Kota Palembang. Berdasarkan masalah penulis melakukan perumusan strategi digital branding yang tepat untuk pelaku UMKM dalam meningkatkan brandingnya. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini lebih berfokus kepada memberikan pendampingan bagaimana menggunakan Teknologi Digital dalam meningkatkan branding usaha mereka, apa saja yang dapat mendukung peningkatan branding usaha UMKM tersebut. Sebagai akhir dari kegiatan ini nantinya, kegiatan ini akan melakukan evaluasi kegiatan pendampingan digital branding, serta menghasilkan sebuah karya ilmiah yang di publikasikan di Jurnal Pengabdian Masyarakat.

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2023 dan tanggal 29 Oktober 2023. Kegiatan ini berbentuk pelatihan kepada para pelaku usaha UMKM, lalu untuk membantu pemasaran branding dari pelaku usaha tersebut, diadakan pameran sekaligus lomba di hari kegiatan berikutnya.

Pada kegiatan pertama, kegiatan dilaksanakan di salah satu laboratorium pada Gedung pendidikan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya. Kegiatan ini dihadiri oleh 35 pelaku usaha UMKM dibawah binaan yayasan mesjid Agung Palembang. Adapun acara dibuka langsung oleh Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, yaitu Ibu Endang Lestari Ruskan, M.T, seperti terlihat pada gambar 2. di bawah ini.

Gambar 2. Pembukaan Oleh Ketua Jurusan Sistem Informasi



Selain dibuka Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer, Kegiatan ini dimulai dengan doa oleh salah satu presenter PaITV sekaligus sebagai

Lembaga Pembinaan & Pengembangan Perempuan Kepala Keluarga yaitu Bapak Doly Nofiansyah, S.E, M.Si. (Cek Doly) seperti terlihat pada gambar 3 dibawah ini.

Gambar 3. Pembacaan Do'a Oleh Cek Doly



Pada sesi pelatihan para peserta mendengarkan paparan sekaligus melakukan praktik secara langsung yang dilakukan oleh pemateri dan juga dibantu oleh beberapa mahasiswa, terlihat pada gambar 4 dibawah ini.

Gambar 4. Suasana sesi Pelatihan



Gambar 5. Foto bersama pemateri Kegiatan Pengabdian



Diakhir sesi sebagai evaluasi, peserta diberikan quiz terkait materi yang telah diberikan. Para peserta yang dapat menjawab pertanyaan dengan tepat diberikan hadiah sebagai penghargaan bahwa peserta serius mengikuti kegiatan pelatihan ini, berikut gambar 6 penyerahan hadiah terhadap peserta pelatihan.

Gambar 6. Penyerahan hadiah Quiz Peserta



Setelah kegiatan selesai, seluruh peserta dan pelaksana kegiatan workshop penguatan digital branding untuk pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Palembang melakukan foto bersama di Lantai 4 Gedung akademik Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, Palembang. Berikut di ditampilkan pada gambar 7 dibawah ini.

Gambar 7. Foto Peserta dan pelaksana Kegiatan Pengabdian



Kegiatan kedua pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 29 Oktober 2023 bertempat pada di Lantai 2 Mesjid Sultan Mahmud Badaruddin I Jayo Wikramo atau lebih dikenal dengan mesjid Agung Palembang. Pada kegiatan ini dilaksanakan pameran produk para pelaku usaha UMKM sekaligus memperkenalkan hasil produk para peserta. Berikut gambar 8 suasana kegiatan.

Gambar 8. Suasana Kegiatan pameran produk pelaku UMKM



Pada kegiatan kedua ini dihadiri oleh Ibu Henny Yulianti, S.IP., M.M. (Kepada Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Provinsi Sumatera Selatan), Bapak Ir. Kgs. H. Abdul Rozak, M.Sc., (Ketua Umum Yayasan Masjid Agung Palembang), Bapak Doly Nofiansyah, S.E., M.Si. (Pembina Lembaga Pembinaan & Pengembangan Perempuan Kepala Keluarga Masjid Agung Palembang). Seperti terlihat pada gambar 9 dibawah ini.

Gambar 9. Foto bersama kegiatan pameran produk



Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan. Berdasarkan komentar dari peserta pelatihan, pelatihan ini dinilai sangat menarik dan memberikan ilmu-ilmu terbaru terkait dengan teknologi. Harapan kedepan kegiatan seperti ini dapat melibatkan juga dinas koperasi Kota Palembang atau Provinsi Sumatera Selatan

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kami sampaikan kepada Rektor Universitas Sriwijaya, Ketua LPPM Universitas Sriwijaya, dan Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, Ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah memberikan dukungan dan fasilitas terbaiknya untuk mengadakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Publikasi Artikel ini dibiayai oleh Anggaran DIPA Badan Layanan Umum Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2023. SP DIPA-023.17.2.677515/2023, digital stamp 3300-2302-2270-9060 tanggal 10 Mei 2023, Sesuai dengan SK Rektor Nomor: 0006/UN9/SK.LP2M.PM/2023 tanggal 20 Juni 2023



Daftar Referensi

- Cahyono, J. E., & Laksana, N. Y. (n.d.). STRATEGI DIGITAL BRANDING MELALUI WEBSITE GUNA MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS MUSEUM SONOBUDOYO YOGYAKARTA.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1), 32–36.
- Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwanyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEK*, 1(1).
- Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022). PELATIHAN BRANDING PRODUK UMKM DAN DIGITAL BRANDING KERUPUK KULIT “RAMBAKKU “. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1).
- Santosa, S., Novianti, R., Anggraeni, T., Elizabeth, E., & Gustriandi, A. (2021). Strategi Digital Branding Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Indonesia: Studi Pada UMKM Desa Gelam Jaya, Kabupaten Tangerang. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 1(1), 202–214.
- Sijabat, S., Indah, T. A., Ramadhan, F., Pulungan, A. R., & Hasibuan, S. H. (2021). Faktor-Faktor Yang Menentukan Keberhasilan Produk Melalui Desain Logo Pada Produk Og Home Care. *Kesatria: Jurnal Penerapan Sistem Informasi (Komputer dan Manajemen)*, 2(4), 195–199.