



MSME branding training for coastal communities

Rizki Martadinata¹, Fajar Rahmat Sidik², Akbar Raihanza³, Miskatul Lathifah¹, Anggun Nabira¹, Nadia Nursamala¹, Sabrina⁴, Mutiara Safelia⁵, Siti Syahriwulan⁶, Dinda Rahmalia¹, Iful Rahmawati Mega¹✉

¹ Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Pangkal Pinang, Indonesia

² Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Bengkulu, Indonesia


³ Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia

⁴ Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, Medan, Indonesia

⁵ Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

⁶ Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar, Indonesia

✉ iful.rahmawatimega@unmuhbabel.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.11252>

Abstract

Coastal areas not only serve as the economic hub for local communities engaged in fishing but also for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Due to their geographic proximity to the sea, coastal communities involved in MSMEs face some challenges in marketing their products, thus limiting their market reach. One of the hurdles experienced by coastal communities is a lack of understanding of technology usage in digital marketing. The objective of this community service is to educate MSMEs in coastal areas about product branding. The method employed involves providing training sessions. By the end of the program, MSME operators will have designed logos for their products and can begin transitioning to online sales.

Keywords: MSMEs; Branding; Product digitalization

Pelatihan branding UMKM bagi masyarakat pesisir pantai

Abstrak

Pesisir pantai tidak hanya menjadi pusat ekonomi masyarakat lokal yang bekerja sebagai nelayan, tetapi juga Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan kondisi geografis yang dekat dengan laut, membuat masyarakat pesisir yang bekerja sebagai pelaku UMKM sedikit terkendala dalam memasarkan produknya, sehingga jangkauan pasarnya terbatas. Hambatan yang dialami masyarakat pesisir pantai yaitu kurangnya pemahaman tentang penggunaan teknologi dalam pemasaran digital. Tujuan dari pengabdian ini adalah mengedukasi pelaku UMKM pesisir pantai dalam branding produk. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan pelatihan. Pada akhir kegiatan, para pelaku UMKM telah memiliki desain logo untuk produknya dan dapat mulai beralih untuk menjual produknya secara online.

Kata Kunci: UMKM; Branding; Digitalisasi produk

1. Pendahuluan

Wilayah pesisir merupakan wilayah peralihan antara darat dan laut yang bagian lautnya masih dipengaruhi oleh aktivitas daratan, seperti sedimentasi dan aliran air tawar, dan bagian daratannya masih dipengaruhi oleh aktivitas lautan seperti pasang surut, angin laut, dan perembesan air asin. Dari definisi tersebut dapat kita pahami bahwa ekosistem

pesisir pantai merupakan ekosistem yang dinamis dan kaya akan habitat yang beragam. Masyarakat pesisir umumnya dikenal sebagai nelayan. Mereka memanfaatkan hasil laut untuk menggerakkan roda perekonomian. Selain bekerja sebagai nelayan, warga lokal juga memanfaatkan keindahan pantai sebagai potensi pariwisata, sehingga dapat menambah pemasukan bagi masyarakat sekitar.

Letak geografis pesisir pantai yang biasanya jauh dari pusat kota, membuat pekerjaan masyarakat di sana cenderung homogen. Padahal jika dikembangkan, sektor perekonomian yang lain seperti Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) dapat berkembang dengan baik. UMKM umumnya dilakukan oleh individu atau kelompok rumah tangga. Peran UMKM yaitu pemenuhan kebutuhan masyarakat akan sebuah produk unggul, membuka lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan pendapatan daerah. Dari beberapa kategori bisnis di Indonesia, UMKM merupakan salah satu kategori bisnis yang mendapatkan dampak dari pandemi COVID-19, dikarenakan keuangan dari pelaku bisnis kategori UMKM beberapa bahkan belum stabil sebelum adanya pandemi COVID-19 dan makin diperparah dengan adanya pandemi tersebut. Tetapi setelah pasca pandemi, UMKM di Indonesia perlahan membaik.

Pesisir Kelurahan Arung Dalam yang dilalui oleh garis pantai membuat warga di sana memanfaatkan hasil laut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Karena letaknya di pesisir pantai, membuat kondisi UMKM tidak begitu diperhatikan sehingga masyarakat yang bekerja di sektor UMKM terkesan tidak ada perubahan dalam meningkatkan UMKM mereka. Di era persaingan global yang semakin modern ini, membuat para pelaku UMKM yang berada di daerah merasa kesulitan akibat perubahan dan peluang pasar yang ada, media promosi, sumber daya manusia, inovasi dan teknologi, pengetahuan bisnis hingga strategi pemasaran agar dapat dikenal hingga ke manca negara. Salah satu yang menjadi masalah bagi UMKM yaitu belum mengetahui manfaat dan pengetahuan mengenai *branding*. Pasar mereka menjadi terbatas, penjualan mereka hanya berkutat di daerah mereka saja. Sehingga para pelaku UMKM tidak bisa menjangkau pasar global. Padahal di era globalisasi saat ini, pasar global sedang meningkat pesat. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Di era yang sudah *fast paced*, promosi melalui internet atau *online* menjadi pilihan beberapa pelaku bisnis untuk memajukan penjualan dan meningkatkan *branding*.

Dimulai pada era 90an, perkembangan teknologi tidak dapat dihindarkan lagi. Teknologi digital telah mempengaruhi proses produksi dan konsumsi media secara signifikan. Hal ini membuka potensi pintu-pintu baru bagi demokrasi dan kreativitas masyarakat. Tetapi, di era perkembangan literasi digital, ada beberapa masyarakat terutama pelaku UMKM yang belum mengenal literasi digital untuk memasarkan produk mereka. Itulah titik permasalahannya, masyarakat di sana yang bekerja di sektor UMKM belum sepenuhnya maksimal menjangkau pasar global melalui ponsel mereka.

Hasil penelitian sebelumnya, masyarakat di Kelurahan Arung Dalam belum maksimal dalam meningkatkan UMKM mereka. Hal ini terbukti bahwa mereka hanya memasarkan produk mereka kepada tetangga sekitar. Sementara UMKM di Indonesia sedang meningkat pesat setelah munculnya platform seperti Shopee dan Tokopedia yang menjadi tempat pasar global. Omset yang dihasilkan pun cukup menggiurkan.

Tetapi sayangnya, belum semua masyarakat merasakan "mudahnya" berjualan secara *online* karena keterbatasan penguasaan digitalisasi.

Dilansir dari Kompas.com, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto mendorong pertumbuhan sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi syarat penting untuk menjaga momentum pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Sejalan dengan hal tersebut, hal ini menjadi momentum yang tepat untuk masyarakat pesisir pantai dalam meningkatkan UMKM mereka. Para pelaku UMKM di pesisir pantai berhak merasakan kemudahan menjangkau pelanggan secara global. Digitalisasi pun terus didorong, agar pelaku UMKM bisa menggunakan media digital untuk memasarkan produknya. Riza mencatat, sebelum pandemi covid-19 melanda, hanya ada 8-9 juta pelaku UMKM yang bergabung ke ekosistem digital. Setelah pandemi mulai melanda, angkanya naik menjadi 21 juta.

Berdasarkan masalah digitalisasi UMKM yang telah diobservasi, solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan pelatihan digitalisasi secara gratis kepada masyarakat di Kelurahan Arung Dalam. Pelatihan tersebut dilakukan secara gratis bagi para pelaku UMKM di sekitar Kelurahan Arung Dalam. Materi pelatihan seputar UMKM, desain Canva, tentang HAKI, dan *sharing* masyarakat terkait kendala yang dihadapi. Tujuan dari pelatihan tersebut yaitu, membantu masyarakat mengenal pasar global, memberi pemahaman tentang UMKM, membantu membuat logo produk sebelum produk tersebut di pasarkan secara *online*, dan membantu masyarakat mencari solusi terkait kendala yang dihadapi selama menjalankan UMKM di daerah pesisir. Bagi para pelaku UMKM, *branding* menjadi langkah awal dalam mendapatkan pangsa pasar dan memastikan usahanya tetap dikenal.

2. Metode

Mitra yang terlibat dalam kegiatan ini adalah Masyarakat di Kelurahan Arung Dalam yang bekerja sebagai pelaku UMKM. Peserta pelatihan yang hadir sejumlah 30 orang, mereka sangat bersemangat dalam mengikuti pelatihan digitalisasi UMKM. Metode pelaksanaan dengan memberikan pelatihan pada tanggal 11 Agustus 2023 di Aula Kelurahan Arung Dalam. Pelaksanaan pelatihan dilakukan selama kurang lebih 2 jam termasuk sesi praktik pembuatan desain produk melalui Canva dan tanya jawab.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelatihan branding UMKM yang telah dilaksanakan pada 11 Agustus 2023 telah memberikan dampak yang baik bagi masyarakat pesisir pantai yang memiliki usaha UMKM. Di bagian pra kegiatan, tim mempersiapkan konsep acara sedetail mungkin. Mulai dari lokasi, peralatan yang diperlukan, pemateri dan susunan kepanitiaan, hingga materi pelatihan yang perlu disiapkan. Selama kegiatan berlangsung, dilakukan observasi kepada warga terkait kendala-kendala yang dihadapi. Selain itu, terdapat sesi tanya jawab yang membantu warga menanyakan masalahnya terkait kegiatan UMKM yang sedang dijalankan. Kegiatan pelatihan berlangsung sekitar dua jam dan setelah kegiatan ini selesai, beberapa warga telah mempunyai desain produk tersendiri yang dibuat selama pelatihan tersebut.

Saat kegiatan pelatihan berlangsung, tim membantu para warga membuat desain produk melalui aplikasi Canva ([Gambar 1](#)). Selain itu, kami juga melakukan observasi secara langsung dengan bertanya terkait kendala yang dihadapi selama menjalankan UMKM mereka. Beberapa warga menceritakan kendala yang dihadapi seperti sepi pelanggan dan pendapatan yang cenderung tidak ada perubahan karena target pasar mereka hanya tetangga sekitar. Oleh karena itu, pemberian pelatihan digitalisasi ini diharapkan mampu memberikan peluang kepada warga untuk memasarkan produknya secara global. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis mendorong para pengusaha untuk menguasai pasar. Strategi pemasaran melalui strategi *product branding* ini berperan sebagai saluran untuk menarik calon pembeli. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, hasil yang telah dicapai adalah sebagai berikut. *Pertama*, pelaku UMKM dapat memahami pasar global dan strategi untuk memasarkan produknya. *Kedua*, pelaku UMKM dapat memiliki logo produk tersendiri. *Ketiga*, meningkatkan pendapatan penduduk dan memperbaiki ekonomi daerah.



Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan digitalisasi

4. Kesimpulan

Wilayah pesisir merupakan wilayah yang dikenal kaya akan hasil lautnya sehingga roda perekonomian mengandalkan kekayaan alam dan pariwisata. Tetapi, tidak hanya itu, ternyata UMKM juga bisa menjadi potensi sumber pendapatan masyarakat, namun kurang berkembang. Setelah pelatihan, mitra telah memahami urgensi promosi digital dan telah memiliki logo untuk produknya.

Ucapan Terima Kasih

Atas terselenggaranya kegiatan pengabdian Kuliah Kerja Nyata Muhammadiyah - Aisiyah (KKN MAs 2023), kami ucapkan terima kasih Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) dan juga Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung yang telah mendanai kegiatan ini sehingga kegiatan ini dapat terlaksana sebagaimana mestinya. Ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada Perangkat Kelurahan Arung Dalam yang telah banyak membantu dan memfasilitasi kami dalam melaksanakan kegiatan.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License