



Optimalisasi *Branding* Produk dan *Digital Marketing* pada Karang Taruna Desa Keboan Anom

Nur Ravita Hanun✉, Hadiah Fitriyah, Arief Senja Fitriani, Anastasya Putri Hidayat, Henna Handayani

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

✉ hanun@umsida.ac.id

doi <https://doi.org/10.31603/ce.4402>

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini memiliki tujuan diantaranya memberikan pelatihan *branding* produk dan pemasaran digital kepada kelompok karang taruna Desa Keboan Anom, Kecamatan Gedangan, Sidoarjo Jawa Timur. Masalah yang terjadi pada Mitra yaitu belum memiliki label usaha dan masih menerapkan cara manual dalam memasarkan produknya. Pemasaran manual dilakukan dengan menitipkan produk ke warung di sekitar tempat tinggal, tanpa adanya bantuan pemasaran *online*. Permasalahan yang diangkat adalah peningkatan *branding* produk, dan peningkatan manajemen pemesanan produk dengan implementasi teknologi informasi. Solusi yang ditawarkan adalah pelatihan *branding* produk dan pembuatan *website*. Penerapan aplikasi kepada mitra melalui kegiatan transfer *knowledge* melalui pelatihan dan pendampingan mitra dalam penggunaan *website*. Pelaksanaan kegiatan dengan metode *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menjalin keterbukaan, kepercayaan dan memahami persepsi, sikap serta pengalaman persoalan yang dimiliki oleh mitra dalam melakukan *branding* produk, kemudian dilanjutkan pada pendampingan yaitu penyuluhan dan pelatihan penggunaan *website* yang meliputi desain iklan, *upload* konten.

Kata Kunci: Pelatihan, *Branding*, *Digital marketing* Pengabdian masyarakat

1. Pendahuluan

Dalam konteks mode pemasaran digital, industri ritel tradisional kebanyakan menghadapi dampak yang besar. Dampak ini dirasakan belum pernah terjadi sebelumnya akibat keunggulan kompetitif pemasaran tradisional menghilang (Sukmasetya et al., 2020). Perusahaan atau bisnis yang tidak mengikuti perubahan akan tertinggal dan ditinggalkan oleh konsumen mereka, karena keinginan dan perilaku konsumen pun ikut berubah pada era ini terlebih lagi dalam kondisi pandemi Covid-19 semua bisnis beralih dari konvensional ke digital/*online*.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada satu Desa yang ada di Kabupaten Sidoarjo. Desa Keboan Anom memiliki potensi yang luar biasa besar untuk menjadi desa mandiri, kreatif bahkan berpeluang besar menjadi percontohan desa tangguh bagi desa-desa lain di Indonesia dalam menghadapi pandemi. Hal tersebut dikuatkan dengan adanya potensi kapasitas sumber daya manusia (SDM) dan semangat untuk membuat perubahan besar bagi desanya. Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan berjarak ± 10 km dari Kampus I Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Akses jalan aspal yang sudah baik dan dapat ditempuh waktu sekitar 45 menit perjalanan. Mata pencaharian masyarakat Desa Keboan adalah buruh, petani (bagi yang memiliki

ladang atau sawah sendiri), dan wirausaha dalam skala mikro (Achmad Dafiq Husni et al., 2019); (Supriyanto, 2015).

Di Desa Keboan Anom, Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu desa mitra UMSIDA. Di desa tersebut terdapat karang taruna yang aktif melakukan kegiatan untuk menanam sayur dan buah. Sayur dan buah yang mereka tanam seperti kangkung, bayam, tomat, cabe, belimbing dan pepaya sebagaimana yang ditunjukkan pada Gambar 1. Hasil panen dari tanaman tersebut mereka olah mejadi produk yang memiliki nilai ekonomis seperti stik bayam, Abon cabe, keripik gayam, sinom, susu kedelai dan aneka produk lainnya (Hanun et al., 2020).



Gambar 1. Kegiatan karang taruna Desa Keboan Anom memproduksi produk olahan hasil pangan

Program kemitraan masyarakat UMSIDA bagi kelompok karang taruna Desa Keboan Anom Kecamatan Gedangan sebagai penggerak ekonomi masyarakat ini untuk memberikan solusi melalui pelatihan dan pendampingan usaha. Kelompok karang taruna Desa Keboan Anom berupaya mengembangkan potensi yang ada di desa dengan memaksimalkan hasil panen dari kebun di bantaran sungai menjadi produk olahan pangan. Kegiatan berkebun ini awalnya dilaksanakan setiap akhir pekan. Di awali dengan membersihkan lahan dari sampah dan rumput, kemudian menyiapkan lahan untuk siap ditanami bibit sayur atau buah. Ketika buah dan sayur tersebut siap dipanen, ketua karang taruna menghubungi semua anggota untuk melakukan panen bersama. Hasil sayur dan buah diolah oleh anggota karang taruna menjadi produk bernilai ekonomis.

Kegiatan seperti ini sudah jarang terlaksana sebab setelah adanya pandemi, kelompok karang taruna harus melakukan *social* dan *phsycal distancing* sehingga tidak dapat berproduksi seperti biasanya. Sedangkan banyak anggota karang taruna yang menganggur sebab adanya pemutusan hubungan kerja maupun belum mendapatkan pekerjaan. Sehingga mereka tidak memiliki pendapatan. Kondisi pandemi saat ini, tim abdimas menggunakan strategi pemasaran *less contact* untuk mengenalkan produk ke masyarakat sehingga aneka produk mereka dikenal masyarakat dan dapat berproduksi secara berkelanjutan serta mampu meningkatkan kesejahteraan kelompok karang taruna. Pendampingan kelompok pemuda di sentra industri kreatif Desa Keboan Anom ini, telah didukung peran dosen UMSIDA yang mengembangkan program inovasi *branding* produk dan pelatihan pemasaran usaha melalui *website*.

Target kegiatan ini adalah anggota karang taruna yang kurang produktif (menganggur) diberi keterampilan untuk mengoptimalkan produk olahan makanan produksi karang

taruna Desa Keboan Anom. Karang taruna juga mengajak masyarakat terlibat dalam kegiatan. Dalam hal meningkatkan produktivitas dalam pengembangan keterampilan pengolahan hasil pangan.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan metode pengabdian untuk memecahkan masalah yang terdapat pada mitra, langkah-langkah diantaranya adalah:

2.1. Identifikasi permasalahan mitra

Berdasarkan masalah yang dialami oleh mitra di atas, pendekatan pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan pendekatan metode Presman. Metode ini diawali dengan observasi dan pengamatan melalui tahapan identifikasi kemudian mencari solusi terkait masalah yang dialami oleh mitra.

2.2. Pelatihan *branding* produk

Hasil olahan pangan berupa stik bayam, kripik gayam, sinom, dan susu kedelai di *branding* sehingga masyarakat akan mengenal produk-produk karang taruna Desa Keboan Anom. Dengan adanya *branding* produk ini akan memunculkan karakteristik tersendiri bagi produk-produk karang taruna Desa Keboan Anom.

2.3. Pelatihan penggunaan *digital marketing*

Tahapan ini dilakukan dengan pelatihan para anggota karang taruna menggunakan aplikasi pemasaran berbasis *web* yang diawali dengan transfer *knowledge* secara dasar, pelatihan, pendampingan, dan upload dan mencoba secara mandiri.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdampak Covid-19 yang dilakukan pada mitra berlangsung sejak tanggal 05 Desember 2020 hingga tanggal 17 Januari 2021. Langkah ini dimulai dari tahap yang dilakukan dalam sesi diantaranya adalah:

3.1. Identifikasi permasalahan mitra

Kegiatan dilakukan pada 05 Desember 2020 jam 09.00-13.00, pembukaan dan pengidentifikasian permasalahan yang dihadapi mitra ini diawali oleh Ketua Tim Abdimas dan pengurus serta anggota karang taruna Desa Keboan Anom sebagaimana yang ditunjukkan pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Pengidentifikasian permasalahan

3.2. Pelatihan *branding* produk

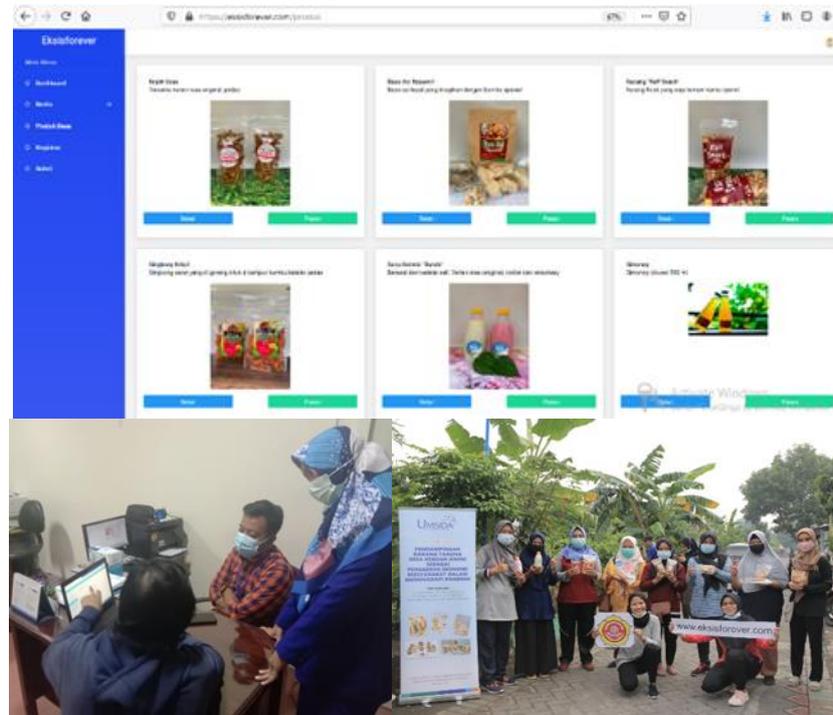
Pelatihan dilakukan dengan klinik *branding* masing-masing produk. Tim abdimas mereview apa yang menjadi kekurangan produk tersebut. Hasil dari klinik ini, tim abdimas membantu mendesignkan logo produk mitra dan memberikan masukan agar kemasan lebih menarik. Produk - produk karang taruna seperti stik bayam, kripik gayam, sinom dan sari kedelai telah di-*branding*. Dengan telah *branding* produk tersebut telah memunculkan karakteristik tersendiri bagi produk-produk karang taruna Desa Keboan Anom sebagaimana yang ditunjukkan pada [Gambar 3](#).



Gambar 3. Hasil kegiatan pelatihan *branding* produk

3.3. Pelatihan pengelolaan *website* sebagai *digital marketing*

Setelah *website* yang dibuat tim abdimas umsida siap digunakan. Dilaksanakan pendampingan kepada anggota kartar yang mengelola *website* www.eksisforever.com Web ini mengupdate kegiatan karang taruna dan sebagai media pemasaran produk-produk karang taruna. Acara abdimas ditutup dengan melaksanakan senam dan mini bazar produk karang taruna yang mengundang warga sekaligus *launching website* milik karang taruna Desa Keboan Anom. Melalui kegiatan bazar dan *launching website* ini masyarakat dapat mengenal produk karang taruna yang telah ter-*branding* dan dapat melakukan pembelian secara *online* melalui *website* tersebut sebagaimana kegiatan tersebut ditunjukkan pada [Gambar 4](#).



Gambar 4. Pelatihan dan *launching website*

3.4. Evaluasi kegiatan dan penyusunan rencana tindak lanjut

Tahap ini digunakan untuk mengevaluasi program yang telah dibuat dari tahap perencanaan awal sampai tahap pelatihan pengelolaan *website*. Program kemitraan yang diusulkan bersifat berkelanjutan. Untuk menindaklanjuti program yang telah terlaksana pada tahun ini, rencana tahap selanjutnya, yaitu:

- a. Pendampingan dan sosialisasi fungsi kepengurusan (*stewardship*) manajemen suatu organisasi.
- b. Pendampingan pengajuan PIRT ke dinas terkait.

4. Kesimpulan

Keberhasilan program-program pengabdian masyarakat ini pada akhirnya akan memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara mitra dan tim abdimas itu sendiri. Dampak positif bagi tim abdimas adalah mengetahui kegiatan-kegiatan di dalam usaha yang di jalankan oleh mitra, serta permasalahannya. Sedangkan bagi mitra adalah meningkatkan keinginan untuk maju, sikap mental positif, pola pikir kritis yang pada akhirnya mampu mengembangkan diri dan lingkungan. Peran mitra, baik secara materi maupun non-materi sangat membantu terlaksananya program pengabdian masyarakat. Berdasarkan pembahasan yang sudah tertera juga dapat disimpulkan bahwa program pengabdian masyarakat Desa Keboan Anom terhadap pemanfaatan digital *marketing* sebagai media pemasaran global telah berjalan dengan baik dimana tingkat partisipasi masyarakat demi mengikuti sosialisasi dan menambah wawasan mereka tentang pentingnya teknologi pada era saat ini. Karang taruna dan masyarakat juga antusias dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh tim abdimas.

Acknowledgement

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada DRPM UMSIDA yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat dan semua pihak yang telah berpartisipasi serta turut serta guna membantu kelancaran kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Achmad Dafi Husni, Any mardiyanti, A. Z., Arif Gema Setiawan, Fatchur Rochman Kabarudin, Nuriyah, L., Hakim, L., Merry Amanda Permatasari, Mufidatul Nizak, Moch Dani Septiyan, M. J. M., Myta Fauziah Samsu, Novita Ernita Tisnawati, Nurul Alfiaturrohmaniah, Rico Ryan Ernanda, V. Q. A. R., & Lely Ika Mariyati. (2019). Pengabdian Masyarakat di Desa Keboan Anom Tahun 2019 (Rohman Dijaya (ed.)). UMSIDA Press. <https://drpm.umsida.ac.id/wp-content/uploads/2020/09/Buku-KKN-Keboananom-2019>
- Hanun, N. R., Fitriyah, H., & Azzara, R. (2020). Kemandirian Ekonomi Melalui Optimalisasi Peran Karang Taruna. *Berdikari*, 08(02), 115-122. <https://journal.umy.ac.id/index.php/berdikari/article/view/8881/5640>
- Sukmasetya, P., Haryanto, T., Sadewi, F. A., Maulida, R. B. G., Aliudin, H. S., & Sugiarto, B. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Media Pemasaran Global untuk Meningkatkan Penjualan Produksi pada Home Industry. *Community Empowerment*, 5(2), 28-35. <https://doi.org/10.31603/ce.v5i2.3514>
- Supriyanto, A. (2015). Profil Desa Keboan Anom Gedangan Sidoarjo. <http://kkndesakeboananom.blogspot.com/2015/08/pos-bindu.html>



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