

Transformasi Bisnis dengan Digital Marketing : Branding, Promosi, dan Desain Grafis

Reza Sofian Romadona¹ , Eka Haryati², Callista Salsabila Putri Hardiansyah³,
Muhammad Faraz Maulal Khoir⁴, Paramitha Cahyani⁵

¹ Department of Manajemen, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

² Department of Pendidikan Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Indonesia

³ Department Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁴ Department of Pendidikan Teknik Informasi, Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya, Indonesia

⁵ Department of Pendidikan Biologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

 reza2100011106@webmail.uad.ac.id, ekaharyati200@gmail.com, L100220279@student.ums.ac.id,
fanasya02@gmail.com, pc467@ums.ac.id

Abstract

Branding on a product ushama is one of the most important components that is used as a business identity. This means a clear visual identity, customers often feel hesitant to shop one of which is Logo and banner are basic elements that are important to inform customers about who the business owner is and what they offer. Based on observations and interviews many of them have not realized that attractive logos and banners can be a tool to attract buyers' attention. MSMEs in Sugihan Village still rely on word of mouth marketing methods, without utilizing the potential of graphic design and visual branding. As a result, many customers pass by these shops without being interested in entering because they do not know the products or services available. However, some obstacles such as limited budget, limited human resources and tight competition. Therefore, as MSME actors must be able to utilize existing resources creatively and effectively. Involving family members or closest relatives to be able to help in terms of MSME branding and being able to recognize the uniqueness of their own products and highlight all their advantages compared to others.

Keyword:

Transformasi Bisnis dengan Digital Marketing : Branding, Promosi, dan Desain Grafis

Abstrak

Branding pada suatu produk usaha merupakan salah satu komponen terpenting yang dijadikan identitas sebuah usaha. Artinya identitas visual yang jelas, pelanggan sering kali merasa ragu untuk berbelanja salah satunya yaitu logo dan banner adalah elemen dasar yang penting untuk memberi tahu pelanggan tentang siapa pemilik bisnis dan apa yang mereka tawarkan. Berdasarkan observasi dan wawancara banyak dari mereka belum menyadari bahwa logo dan banner yang menarik bisa menjadi alat untuk mengambil perhatian pembeli. UMKM yang ada di desa sugihan masih mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan potensi desain grafis dan visual branding. Akibatnya, banyak pelanggan yang melewati toko-toko tersebut tanpa tertarik untuk masuk karena tidak mengetahui produk atau layanan yang tersedia. Namun, beberapa kendala seperti terbatasnya anggaran, keterbatasan sumber daya manusia dan

persaingan yang ketat. Oleh karena itu sebagai pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan sumber daya yang ada secara kreatif dan efektif. Melibatkan anggota keluarga ataupun kerabat terdekat untuk bisa membantu dalam hal branding UMKM dan dapat

Kata kunci:

1. Pendahuluan

Melalui hasil observasi yang kami lakukan di Desa Sugihan, terlihat bahwa banyak UMKM di desa ini mengalami kesulitan dalam membangun identitas bisnis yang jelas. Salah satu kendala utama yang ditemui adalah minimnya elemen visual dalam branding, di mana sebagian besar UMKM tidak memiliki logo, banner, atau tanda pengenal di tempat usaha mereka. Logo merupakan sebuah tanda yang secara langsung tidak menjual, tetapi memberi suatu identitas sebagai alat pemasaran yang signifikan, bahwa logo dapat membantu membedakan produk usaha satu dengan yang lainnya (Febriani et al. 2022). Hal ini membuat UMKM terlihat kurang profesional dan sulit dikenali oleh calon pelanggan. Selain itu, ketiadaan elemen visual yang konsisten membuat bisnis-bisnis tersebut kesulitan untuk membedakan diri dari pesaing, sehingga calon pembeli sering bingung dengan produk atau layanan yang mereka tawarkan.

Berdasarkan penelitiannya (Ainun, Maming, dan Wahida 2023) menyatakan bahwa branding pada suatu produk usaha merupakan salah satu komponen terpenting yang dijadikan identitas sebuah usaha. Artinya identitas visual yang jelas, pelanggan sering kali merasa ragu untuk berbelanja salah satunya yaitu logo dan banner adalah elemen dasar yang penting untuk memberi tahu pelanggan tentang siapa pemilik bisnis dan apa yang mereka tawarkan .

Desa sugihan merupakan desa yang memiliki banyak UMKM masih mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan potensi desain grafis dan visual branding. Akibatnya, banyak pelanggan yang melewati toko-toko tersebut tanpa tertarik untuk masuk karena tidak mengetahui produk atau layanan yang tersedia. Situasi ini diperburuk dengan rendahnya pemahaman di kalangan pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan promosi yang efektif. Berdasarkan observasi dan wawancara banyak dari mereka belum menyadari bahwa logo dan banner yang menarik bisa menjadi alat untuk mengambil perhatian pembeli.

Penelitian ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam memajukan usaha mereka melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam aspek branding, promosi, dan desain grafis dan memberdayakan pemuda desa agar terlibat dalam mendukung UMKM lokal melalui kolaborasi digital.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilakukan kepada para pelaku UMKM dan Remaja di desa Sugihan, Kecamatan Bendosar, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Kegiatan dimulai pada hari Sabtu, 31 Agustus 2024, Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di Gedung pertemuan RT 02 RW 04. Acara dihadiri oleh 35 peserta, termasuk pelaku UMKM dan pemuda-pemudi desa. Tahapan yang dilakukan meliputi:

1. Perizinan

Sebelum pelaksanaan sosialisasi, tim KKN Mas bersilaturrehmi dan meminta permohonan izin kepada Ketua RT 02/RW 04 Desa Sugihan untuk mendapatkan persetujuan penggunaan tempat dan pelaksanaan acara. Tim juga berkoordinasi dengan pemuda desa setempat untuk memastikan acara berjalan lancar dan tidak mengganggu aktivitas warga sekitar.

2. Persiapan dan Undangan

Tim penyelenggara menyebarkan undangan kepada para pelaku UMKM dan pemuda-pemudi di Desa Sugihan melalui komunikasi langsung serta penyebaran pesan WhatsApp. Peserta yang diundang adalah pelaku UMKM lokal dan para pemuda yang memiliki minat di bidang digital marketing dan desain grafis. Undangan berisi informasi detail tentang waktu, lokasi, dan tema kegiatan, yakni "Transformasi Bisnis dengan Digital Marketing: Branding, Promosi, dan Desain Grafis".

3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan menampilkan dua materi, materi pertama yaitu berfokus pada dasar-dasar digital marketing, termasuk pentingnya branding dalam meningkatkan citra bisnis. Peserta diajarkan bagaimana menciptakan identitas merek yang unik melalui elemen-elemen visual seperti logo, warna, dan desain. Materi kedua yaitu pemahaman tentang strategi promosi digital yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial dan iklan online. Hal ini ditekankan pada cara menarik pelanggan melalui kampanye digital yang tepat sasaran dan hemat biaya.

4. Pengenalan dan penayangan Video Tutorial Desain Grafis

Tim menampilkan video tutorial yang memuat panduan langkah-langkah dalam membuat desain grafis, khususnya desain banner untuk bisnis. Tutorial ini menampilkan penggunaan perangkat lunak desain yang mudah diakses dan digunakan oleh pemula.

5. Praktek Pembuatan Desain Banner

Setelah penayangan video, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan pembuatan desain banner yang sudah dibuat oleh peserta. Melalui panduan instruktur, setiap peserta mencoba merancang banner untuk usaha mereka. Tim pendamping dan membantu peserta dalam mengaplikasikan teknik yang telah dipelajari dari tutorial seperti memilih warna, tata letak, dan elemen visual yang relevan untuk branding bisnis masing-masing.

6. Penutupan

Kegiatan diakhiri dengan sesi tanya jawab, di mana peserta dapat berkonsultasi langsung tentang tantangan yang mereka hadapi dalam branding dan promosi.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Sosialisasi "Transformasi Bisnis dengan Digital Marketing: Branding, Promosi, dan Desain Grafis" yang dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus 2024 di Desa Sugihan, RT 02, dihadiri oleh 35 peserta yang terdiri dari para pelaku UMKM serta pemuda-pemudi desa.

Kegiatan ini berhasil dilaksanakan sesuai rencana, dengan beberapa hasil signifikan sebagai berikut:

1. Tingkat Kehadiran dan Partisipasi

Sebanyak 40 undangan yang disebar, terdapat 35 peserta hadir dan aktif mengikuti kegiatan, yang mencakup para pelaku UMKM dan pemuda yang tertarik dalam bidang digital marketing dan desain grafis. Para peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama saat sesi tanya jawab dan praktik pembuatan desain banner. Hal ini menunjukkan ketertarikan besar terhadap materi yang disampaikan, mengindikasikan bahwa topik ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Gambar 2. Kegiatan sosialisasi



2. Tim penyelenggara menyebarkan undangan kepada para pelaku UMKM dan pemuda-pemudi di Desa Sugihan melalui komunikasi langsung serta penyebaran surat. Peserta yang diundang adalah pelaku UMKM lokal dan para pemuda yang memiliki minat di bidang digital marketing dan desain grafis. Undangan berisi informasi detail tentang waktu, lokasi, dan tema kegiatan, yakni "Transformasi Bisnis dengan Digital Marketing: Branding, Promosi, dan Desain Grafis". Tujuannya untuk memberikan informasi kepada para pelaku UMKM dan remaja di RT 02 desa Suguhan.
3. Pelaksanaan Kegiatan
Pelaksanaan kegiatan ini di mulai dengan sambutan dari ketua pelaksana dan ketua RT 02.

Gambar 1. Sambutan ketua RT pada kegiatan sosialisasi UMKM



Penjelasan singkat mengenai tujuan sosialisasi, yaitu membantu pelaku UMKM memahami pentingnya digital marketing, branding, promosi, serta meningkatkan keterampilan dalam desain grafis.

- Materi pertama membahas tentang pengenalan digital marketing
Pada materi pertama ini memaparkan mengenai pentingnya usaha dalam mengikuti perkembangan zaman, yaitu salah satunya dengan mendigitalisasikan usaha melalui platform yang ada. Banyaknya penggunaan internet terutama dikalangan remaja. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang bagi remaja dalam membangun usaha dengan menggunakan media promosi digitalisasi. Tujuannya untuk membuka peluang bisnis dengan memanfaatkan penggunaan internet (Fadhli dan Pratiwi 2021).

Gambar 3. Penyampaian materi digital marketing pada UMKM



- Materi pentingnya branding

Pada materi kedua ini memaparkan pentingnya branding demi meningkatkan usahanya melalui langkah-langkah dalam memberanding usaha, tantangan dalam melakukan branding, dan memberikan satu contoh penerapan branding pada salah satu brand kopi. Tujuan adanya materi ini untuk memberikan kesadaran bagi para pelaku UMKM untuk memiliki brand agar dapat membedakan usaha dengan para pesaing, membangun kepercayaan konsumen, meningkatkan daya saing, loyalitas pelanggan, dan memudahkan pemasaran serta meningkatkan nilai bisnis (Rezky et al. 2021).

Gambar 4. Penyampaian materi pentingnya branding

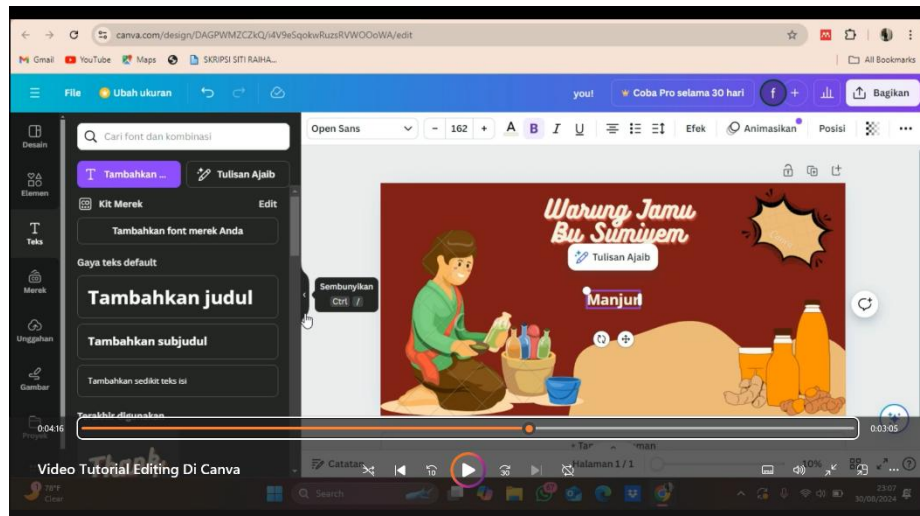


- Pengenalan dan penayangan video tutorial desain grafis
Pengenalan desain grafis untuk mengenalkan mengenai pentingnya desain grafis dalam membangun identitas visual bisnis. Peserta akan diajarkan dasar-dasar desain grafis, seperti cara membuat logo, banner. Tujuannya untuk memberikan pemahaman dasar dalam penggunaan warna, elemen, dan desain yang dibutuhkan untuk mengembangkan brand usaha (Saehan et al. 2023).

Gambar 5. Penegnalan desain grafis



Gambar 6. Penayangan video Langkah-langkah pembuatan desain grafis



4. Praktek Pembuatan Desain Banner

Praktek pembuatan desain banner ini dilakukan oleh peserta kegiatan sosialisasi setelah penjelasan materi dan penayangan sosialisasi untuk memberikan kesempatan kepada peserta mengkreasikan idenya pada karya desain banner sesuai dengan usahanya. Tujuannya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan membuat desain usaha dengan mengimplementasikan sosialisasi yang didapat (Iskandar, Sari, dan Fathurrohlim 2023).

Gambar 7. Karya desain banner peserta kegiatan sosialisasi





4. Kesimpulan

Sosialisasi "Transformasi Bisnis dengan Digital Marketing: Branding, Promosi, dan Desain Grafis" yang diadakan di Desa Sugihan memberikan hasil yang positif bagi pelaku UMKM dan pemuda setempat. Sosialisasi ini berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman para peserta mengenai pentingnya branding serta promosi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Peserta menjadi lebih paham bahwa elemen visual seperti logo dan banner memiliki peran penting dalam menciptakan identitas bisnis yang menarik perhatian konsumen.

Selain itu, melalui sesi praktik desain grafis, para peserta memperoleh keterampilan dasar yang bisa mereka terapkan untuk membuat materi promosi yang mendukung branding dan promosi digital mereka. Tutorial video dan bimbingan langsung membantu peserta mengatasi kurangnya pengetahuan sebelumnya mengenai desain grafis.

Namun, beberapa kendala seperti terbatasnya anggaran, keterbatasan sumber daya manusia dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu sebagai pelaku UMKM harus bisa memanfaatkan sumber daya yang ada secara kreatif dan efektif. Melibatkan anggota keluarga ataupun kerabat terdekat untuk bisa membantu dalam hal branding UMKM dan dapat mengenali keunikan produk sendiri dan tonjolkan segala kelebihanannya dibandingkan yang lain.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini tim mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang sudah terlibat dalam pendaan yang sudah mendukung terwujudnya pelaksanaan program kegiatan ini. Selain itu tim mengucapkan terimakasih banyak kepada dosen pendaming lapangan yang sudah turut memberikan saran dan masukan kepada tim.

Referensi

- Ainun, Nurul, Rian Maming, dan Altri Wahida. 2023. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm." *Jesya* 6(1): 674-81.
- Fadhli, Khotim, dan Nia Dwi Pratiwi. 2021. "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumenposkopi Zio Jombang." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2(2): 603-12. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/684/585>.
- Febriani, Elfira, Ratna Mira Yojana, Dorina Hetharia, dan Richard A. Rambung. 2022. "Perancangan logo produk pada usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bogor." *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)* 5(3): 376-86.
- Iskandar, Joko, Yayak Kartika Sari, dan Ahmad Fathurrohlim. 2023. "Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa* 1(8): 1417-24.
- Rezky, Syarifah Fadillah et al. 2021. "Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri." *Abdimas Iptek* 1(1): 39-44.
- Saehan, Andi, Kusmanto Kusmanto, Sudi Suryadi, dan Tatang Hidayat Pohan. 2023. "Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)* 3(2): 44-48.