



---

## PEMANFAATAN *BRANDING* DAN E-COMMERCE SEBAGAI SARANA DIGITAL MARKETING PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

Oleh

Rifki Chandra Giri<sup>1</sup>, Saeful Anwar<sup>2</sup>, Erni Yuningsih<sup>3</sup>, Andy Lasmana<sup>4</sup>, Lulu Julia<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Djuanda Bogor

Email: <sup>1</sup>[rifikicg28@gmail.com](mailto:rifikicg28@gmail.com), <sup>2</sup>[saeful.anwar@unida.ac.id](mailto:saeful.anwar@unida.ac.id),

<sup>3</sup>[Erni.yuningsih@unida.ac.id](mailto:Erni.yuningsih@unida.ac.id), <sup>4</sup>[Andy.lasmana@unida.ac.id](mailto:Andy.lasmana@unida.ac.id),

<sup>5</sup>[lulujuliaaaaaaaaa@gmail.com](mailto:lulujuliaaaaaaaaa@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 26-08-2023

Revised: 06-09-2023

Accepted: 27-09-2023

### Keywords:

Branding, E-Commerce, UMKM

**Abstract:** *KKN ini bermaksud untuk meningkatkan nilai ekonomi para pelaku UMKM baik pada segi branding dan juga digital marketing melalui e-commerce. KKN ini memakai metode survey langsung dan Study Kasus analisis terhadap objek dengan Metode Deskriptif dan case Analysis. Adapun pemanfaatan teknologi pada e-commerce sebagai sarana pemasaran digital marketing pada UMKM di Desa Palasari, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor. Pemasaran penawaran secara langsung antar teman, dari orang ke orang, sehingga berdampak bagi penjualan yang monoton dan belum banyak diketahui oleh secara luas. Media mulut ke mulut membuat UMKM ini belum berkembang. Dengan pemanfaatan e-commerce sebagai sarana pemasaran digital dan peningkatan branding diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar yang lebih luas. Solusi yang ditawarkan adalah dengan membuat banner, memberikan pemahaman terkait digital marketing, kemudian dilanjutkan dengan pendampingan yaitu penyuluhan dan pelatihan penggunaan e-commerce dan membuat label untuk meningkatkan nilai branding pada UMKM.*

---

## PENDAHULUAN

Menurut Syardiansyah, (2019) Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah kegiatan intrakulikuler yang memadukan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan metode pemberian pengalaman belajar dan bekerja kepada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Salah satu kegiatan yang menambah daya kritis dan pengalaman bagi mahasiswa dalam bentuk nyata yaitu melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata. Program KKN merupakan mata kuliah intrakulikuler yang wajib ditempuh oleh mahasiswa pada tiap-tiap program studi di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan.

Tujuan umum dari pelaksanaan KKN adalah untuk menerapkan, mengamalkan, dan membudayakan ilmu pengetahuan dan teknologi guna memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa memberikan pengalaman praktis kepada praktikan dalam mengaplikasikan teori dan praktik Laia, B., & Zai, E. P. (2020). Kegiatan KKN ini memiliki tujuan untuk membentuk, membina dan mengembangkan program pemberdayaan masyarakat melalui *digitalisasi marketing* pada UMKM.



Daya saing merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Dengan menggunakan kinerja atau dengan melihat indikator tertentu sebagai acuan, maka dapat diukur tingkat kekuatan dan kelemahan suatu daya saing (Purwana, 2017). Dengan maraknya pengguna sosial media, bisa dijadikan peluang untuk pengusaha UMKM dalam mengembangkan usahanya, khususnya dibidang pemasaran produk. Produk-produk tersebut bisa terpasarkan secara digital, Ini pentingnya mengapa perlunya ada digital marketing (Gumilang, 2019).

Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pelaku UMKM tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sector pajak negara, selain ditunjang oleh industry skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industry skala kecil.

Digital marketing menurut (Prabowo, 2018; Siswanto, 2015) merupakan suatu cara yang dapat membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk ataupun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak. Digital marketing menjadi salah satu media yang sering digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran moderen. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa di akses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet, sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya.

Pengembangan UMKM bertujuan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang terjadi pada UMKM, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam penunjang perekonomian. Pada saat perekonomian Indonesia mengalami resesi justru pelaku UMKM tidak terkena dampak negatif dari resesi tersebut karena sebagian besar pelaku UMKM dapat mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi khususnya dengan alat bantu media social dengan market share yang luas. Manfaat pemasaran digital bagi perusahaan dan UMKM antara lain adalah dapat terhubung dengan mudah dengan konsumen secara *online*, konversi penjualan yang lebih tinggi bagi konsumen tertarget, biaya pemasaran yang lebih hemat, dapat melayani konsumen secara real time dan potensi peningkatan daya jual bagi UMKM (Brian, 2019)

Desa Palasari memiliki potensi berkembangnya UMKM karena di Desa Palasari terdapat banyak usaha kecil yang masi belum dapat dikelola secara *digital*. Sebagai contoh, di Desa Palasari banyak sekali warga yang menanam berbagai bibit tanaman yang unggul tetapi belum mampu memasarkannya secara *digital*, padahal apabila pemilik usaha tersebut mampu mengelola *digital marketing* maka produk tersebut dapat menjangkau konsumen lebih luas lagi.

Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) Toko Mama Alfa adalah UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Berlokasi di Kampung Babakan, RT 01/07, Desa Palasari, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. UMKM ini memiliki permasalahan pada pemasaran dan penjualan produknya, terletak pada pemilik UMKM yang belum mampu



mengelola *digital marketing*, hal tersebut menyebabkan usaha ini memiliki pasar atau konsumen yang terbatas.

Untuk membantu UMKM Toko Mama Alfa tersebut, mahasiswa KKN kelompok 12 Universitas Djuanda tertarik untuk membantu pengoptimalan digitalisasi, yang diharapkan nantinya dapat bermanfaat demi kemajuan UMKM kedepannya.

Berikut ini beberapa permasalahan yang terjadi di UMKM Desa Palasari Kecamatan Cijeruk Bogor, diantaranya :

1. UMKM belum memasarkan produknya dengan memanfaatkan *digital marketing* dan *marketplace*.
2. Tempat produksi UMKM belum memiliki penanda *google maps*.
3. Tempat Produksi UMKM belum memiliki banner.
4. Belum mempunyai label pada kemasannya.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang terjadi di UMKM Desa Palasari Kecamatan Cijeruk Bogor tersebut, terdapat beberapa tujuan pelaksanaan pengabdian ini sebagai berikut:

1. Membantu memasarkan produknya melalui *marketplace* di *ecommerce*. Seperti yang kita ketahui bahwa *digital marketing* memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan memperluas pangsa pasar, dari itu kami mengharapkan dengan memasarkan produk melalui *marketplace* di berbagai media social dapat meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM di Desa Palasari Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor.
2. Pembuatan penanda *google maps* bagi UMKM tentunya memiliki banyak manfaat karena melalui fitur *google maps* kita dapat menampilkan informasi-informasi penting bisnis seperti nama, alamat, titik koordinat lokasi di peta, foto produk, nomor kontak, jam layanan, penilaian, bahkan testimoni dari pelanggan.
3. Banner memiliki fungsi sebagai media pemasaran yang berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Pemasangan banner pada UMKM bertujuan untuk mengiklankan semua produk yang di produksi oleh UMKM Desa Palasari sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya.
4. Melalui label, konsumen dapat memperhatikan, membaca, memahami informasi pada label yang tercantum pada kemasan agar produk yang kita beli sesuai dengan keinginan kita.

## **METODE**

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui survey langsung dan Study Kasus analisis terhadap objek dengan Metode Deskriptif dan case Analysis.

### **Tempat dan Waktu Pengabdian**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mengikuti lamanya masa KKN, yaitu satu bulan yang dimulai dari tanggal 17 Juli sampai dengan 17 Agustus 2023. Kegiatan ini meliputi survey langsung, persiapan, pengumpulan data, menganalisis data, dan penyusunan laporan. Waktu dan kegiatan dilaksanakan ini bersifat fleksibel. Tempat (Objek) pada penelitian ini yaitu UMKM Mama Alfa yang terletak di Desa Palasari Kecamatan Cijeruk Kabupaten bogor.

### **Metode Pengumpulan Data**

Model pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah Data Subyek. Untuk



Sumber Data yang digunakan adalah Data primer dan Data Sekunder

a. Data Primer

Sumber Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan para informan. Informan adalah orang yang dapat dimintai keterangan tentang suatu fakta atau pendapat melalui tanya jawab/ wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM Ruang Pintar dan UMKM Katakita. Dalam penelitian kali ini Data Primer yang digunakan adalah observasi dan wawancara langsung dengan para informan selama di lapangan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder didapat dari objek mengenai sejarah, profil, peraturan dan kebijakan, serta dokumentasi kegiatan- kegiatan yang berkaitan dengan tempat usaha mikro di Desa Palasari Kecamatan Cijeruk kabupaten Bogor.

**Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian lapangan merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara melaksanakan peninjauan dan penelitian langsung di lapangan.

a. Observasi

Observasi dilakukan agar mendapatkan informasi di lapangan yang berkaitan dengan pelaku usaha mikro dalam memproduksi produknya yaitu keripik singkong dan kecipring peneliti menggunakan teknik observasi secara langsung. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan mencari dan mengumpulkan berbagai informasi yang dibutuhkan, sehingga penelitian ini bersifat riil atau fakta dan sesuai dengan apa yang terjadi dilapangan.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai media dalam mengumpulkan data agar dapat menggali atau memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan penelitian, antara lain mengenai bagaimana sumber daya manusia yang dilakukan oleh pengelola keripik singkong dan kecipring peneliti langsung mencari informan yang menurutnya berkaitan dengan apa yang dibutuhkan dalam produksi keripik singkong dan kecipring, wawancara dilakukan dengan cara terstruktur dan terukur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara memotret keadaan dan proses yang sedang dilakukan di usaha mikro keripik singkong dan kecipring sebagai bukti nyata bahwa peneliti benar benar meneliti tempat tersebut. Dokumentasi dapat digunakan sebagai bahan acuan dan data awal dalam melakukan wawancara dengan melakukan penelusuran tentang kegiatan yang terjadi pada data yang ada melalui observasi dan wawancara, sekaligus dapat dijadikan sebagai bahan pendamping dari informasi yang telah diperoleh sebelumnya melalui observasi dan wawancara. Adapun dokumentasi kegiatan adalah sebagai berikut:



Pelepasan kegiatan KKN yang diagendakan oleh Universitas Djuanda merupakan awal dari perjalanan kelompok 12 melalui kegiatan KKN ini. Pelepasan dilaksanakan pada hari Jum`at 21 juli 2023 bertempat di Lapangan Universitas Djuanda dengan dihadiri oleh seluruh peserta kegiatan KKN.



Mahasiswa kelompok 12 melaksanakan kegiatan pembukaan di kantor Desa palasari Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor, pada tanggal 25 juli 2023, kegiatan ini dimulai pukul 09.00 WIB- selesai dengan dihadiri oleh kepalaDesa Palasari Bapak Aif Syaripudin beserta staff, pembimbing lapangan yaitu bapak Saeful Anwar serta mahasiswa yang tergabung dalam kelompok 12. Acara dimulai dengan pembukaan yang dipandu oleh mahasiswa dan dilanjutkan oleh sambutan-sambutan mulai dari ketua kelompok 12, pembimbing lapangan, dan kepala Desa Palasari. Pda kesempatan tersebut Rifki Chandra Giri selaku ketua Kelompok 12 mewakili para anggota kelompok menyampaikan tujuan kegiatan KKn yang dilakukan selama 1 bulan di Desa Palasari dan juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Desa Palasari yang telah memberikan kesempatan dan mengizinkan untuk melakukan kegiatan KKN.

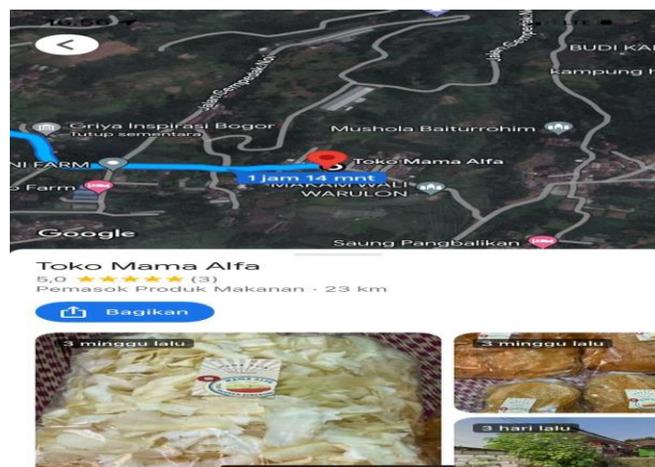




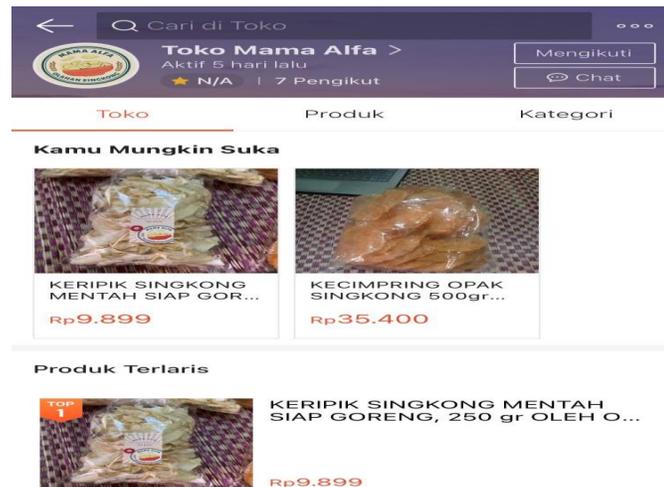
Dokumentasi pemasangan banner ini diambil pada tanggal 1 Agustus 2023. Dimana banner memiliki fungsi sebagai media pemasaran yang berisi publikasi iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Pemasangan banner pada UMKM Mama Alfa ini bertujuan untuk mengiklankan semua produk yang di produksi oleh UMKM sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya.



Dokumentasi penerapan label ini diambil pada 1 Agustus 2023. Dimana label memiliki fungsi untuk memberikan informasi tentang isi produk yang di beri label tanpa harus membuka kemasan dan juga sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.



Penitikan lokasi ini dilakukan pada 31 Juli 2023 dilakukan untuk memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi UMKM dan juga memberikan titik lokasi yang lebih akurat serta konsumen bisa melihat hasil review produk dan foto tempat UMKM tersebut.



Pembuatan akun *e-commerce* dilakukan pada tanggal 31 Juli 2023. Akun *ecommerce* berfungsi untuk memasarkan produk secara luas dan juga memudahkan konsumen dari jauh untuk membeli produk melalui *e-commerce* atau lebih tepatnya shopee.



Penutupan kegiatan KKN dilaksanakan pada hari Jum`at 25 Agustus 2023 bertempat di kantor Desa Palasari, kegiatan ini merupakan kegiatan terakhir kami melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Semoga Japapun yang kami berikan dapat bermanfaat khususnya bagi UMKM Desa Palasari dan juga umumnya untuk masyarakat sekitar yang ada di Desa palasari. Tentu dari kegiatan ini kami kelompok 12 juga banyak sekali mendapatkan ilmu serta pengaman hidup yang nyata dalam bermasyarakat.

## HASIL

Berdasarkan hasil yang telah didapat dari wawancara dan observasi dengan para pemilik UMKM yang terletak di Desa Palasari Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor, kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dan *branding* memiliki tujuan untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan kepada pelaku UMKM di Desa Palasari yaitu UMKM Mama Alfa dalam penggunaan *digital marketing* dan *branding*, menumbuhkan dan meningkatkan semangat inspirasi kepada para UMKM dalam menjalankan bisnis yang berbasis *online*.

Menurut Atmaja & Novitaningtyas, (2021) saat ini pengaruh digital marketing berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan UMKM dalam bersaing memasarkan produknya. Namun, sayangnya masih banyak pemilik UMKM yang belum menyadari hal ini,



sehingga perlu diberikan edukasi dan sosialisasi secara tepat dan konsisten. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM di Desa Palasari Cijeruk membantu untuk memperluas pemasaran produknya melalui digital marketing agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas.

## PEMBAHASAN

Adapun hasil diskusi kelompok kami selama penelitian di UMKM Desa Palasari, Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor, sebagai berikut :

### 1. Membantu membuat publikasi banner

Sebagai media promosi agar lebih mudahnya keterlihatan lokasi umkm dan juga dikenal oleh masyarakat sekitar dan masyarakat luas.



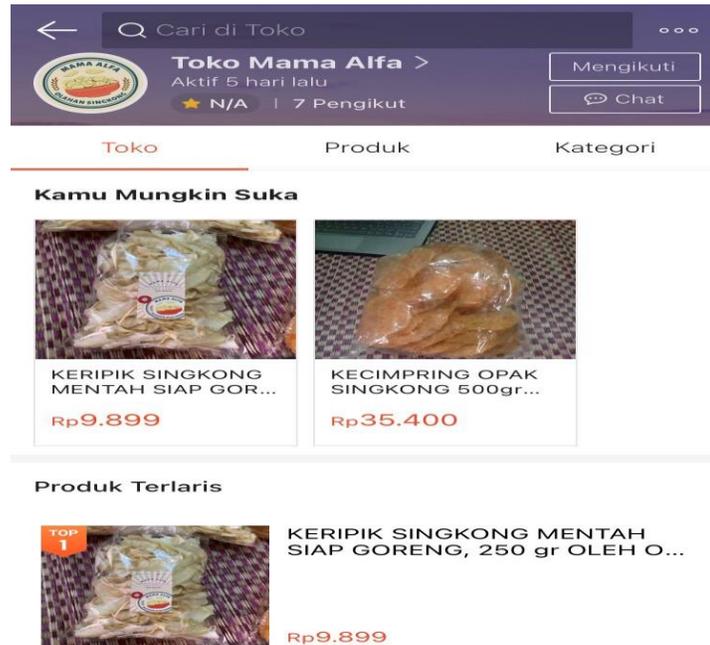
### 2. Membuat desain label dan logo UMKM

Sebagai identitas dari UMKM dan juga memberikan informasi kepada konsumen



### 3. Membuatkan e-commerce berupa shopee

Sebagai sarana *marketplace* agar bisa bersaing di pasar *online* di era digitalisasi ini.



## KESIMPULAN

Program Kegiatan pengabdian mahasiswa Universitas Djuanda kepada masyarakat yang berlangsung pada tanggal 17 Juli – 17 Agustus 2023 yang bertempat di UMKM Mama Alfa di Desa Palasari, Kecamatan Cijeruk Kab. Bogor. Kegiatan Pengabdian Masyarakat merupakan realisasi salah satu dari Tri Dharma perguruan tinggi untuk melakukan pengabdian terhadap masyarakat. Program Kuliah tersebut bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, melalui program Pengabdian Masyarakat mahasiswa mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di dalam ruangan kelas untuk kemudian di terapkan melalui praktek langsung di lapangan. Setelah kurang lebih satu bulan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) berlangsung, kami dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah terprogramkan bisa berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan meskipun terdapat beberapa perubahan dan penambahan kegiatan. Berdasarkan pengalaman dan kondisi lapangan yang kami peroleh dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), dapat kami simpulkan sebagai berikut:

1. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah terencana dapat berjalan dengan baik meskipun pada waktu kegiatan yang telah direncanakan berubah jadwal karena faktor yang tidak terencana
2. Mahasiswa memperoleh pengalaman belajar melalui keterlibatannya dengan masyarakat yang secara langsung menemukan, merumuskan, memecahkan dan menanggulangi permasalahan yang berada di lapangan
3. Membentuk mahasiswa menjadi lebih dewasa dalam menyikapi permasalahan yang ada dan dapat memahami bagaimana hidup bermasyarakat.
4. Mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu kemasyarakatan yang tidak didapatkan di bangku kuliah dan masyarakat dapat menyerap ilmu yang dimiliki mahasiswa dalam meningkatkan wawasan mereka untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pemilik UMKM Mama Alfa sangat antusias dalam hal perubahan demi kemajuan usaha mereka.



## SARAN

Setelah berakhirnya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini semoga selama satu bulan dapat membantu UMKM dalam memahami bahwa kegiatan Pengabdian Masyarakat ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan usahanya, sehingga pihak-pihak tersebut dapat mendukung secara penuh program kerja yang dilaksanakan mahasiswa selama Pengabdian Masyarakat. Adapun saran yang dapat diberikan untuk UMKM adalah Kepada UMKM Desa Palasari dapat melanjutkan program-program yang telah dibuat oleh mahasiswa KKN serta dapat menerapkan konsep pelaksanaan kegiatan sebagaimana yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKN.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Syardiansyah (2019), Pengertian dan Program Kuliah Kerja Nyata (KKN).
- [2] Brian (2019), Manfaat pemasaran digital bagi Perusahaan dan UMKM serta potensi peningkatan daya jual bagi UMKM.
- [3] Ziraluo, M., Fau, H. S., Simanullang, N. R., Laia, B., & Gaurifa, D. (2022). FILOSOFI DAN MAKNA OMO SEBUA (RUMAH ADAT BESAR) DI DESA BAWOMATALUO KECAMATAN FANAYAMA KABUPATEN NIAS SELATAN. *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 72-87.
- [4] Gumilang (2019), Maraknya dan pentingnya *digital marketing*.
- [5] Atmaja & Noviningtyas (2021), Pengaruh *digital marketing* dan keunggulan persaingan pasar.
- [6] Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Organizational Performance. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 101-112.