

Penyuluhan Pembuatan Desain Packaging dan Digitalisasi Sosial Media kepada Pengrajin Manik-Manik di Lembang Angin-Angin

Counseling On Packaging Design And Social Media Digitalization To Bead Craftsman In Lembang Angin-Angin

Claudio Claudio¹, Emilio Juan Pablo², Efraim Kevin³, Etha Sandarinding⁴, Gabryella Ivanka Rerungan⁵ Isak Pasulu⁶

¹⁻⁶Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: gabryellaivankarerungann@gmail.com

Article History:

Received: 29 Januari 2022

Revised: 14 Februari 2022

Accepted: 27 Februari 2022

Keywords:

Logo creation and digital technology, Developing UMKM, increase sales.

*Abstract:*The work program for creating logo and packaging designs as well as digital technology is a service to the community engaged in the production business of bead craftsmen in Lembang Angin- Angin. These bead craftsmen have been established in Lembang Angin-angin for a long time, but their marketing methods are still very minimal and there is a lack of community skills related to UMKM. Therefore, these UMKM need to be given counseling about the importance of branding and the use of digital marketing so that their marketing system can be better so that they can expand the target market coverage and support marketing activities through business accounts on digital media. The method used is by providing counseling in the form of making a logo. , packaging and training on how to manage digital media for selling beads. This program has the potential to increase the sales appeal of beaded products, as well as serve as a symbol of product identity to make it easier for consumers to remember the product. This will support increased marketing activities and increase sales of the bead business.

Abstrak: Program kerja pembuatan desain logo dan kemasan serta teknologi digital merupakan sebuah pengabdian pada masyarakat yang bergerak dalam bidang usaha produksi pengrajin manik-manik di Lembang Angin- angin. Pengrajin manik-manik ini sudah lama berdiri di Lembang Angin-angin, tetapi dalam cara pemasarannya masih sangat minim dan kurangnya keterampilan masyarakat terkait UMKM. Oleh sebab itu, UMKM ini perlu diberikan penyuluhan tentang pentingnya branding dan pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya dapat menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target pasar serta menunjang kegiatan pemasaran melalui akun bisnis di media digital. metode yang digunakan yaitu dengan memberikan penyuluhan berupa pembuatan logo, kemasan dan pelatihan bagaimana cara mengelola media digital untuk penjualan hasil dari manik-manik. Dari program ini memiliki potensi meningkatkan daya tarik penjualan produk hasil manik-manik, juga sebagai symbol identitas produk agar memudahkan konsumen mengingat produk tersebut. Hal ini akan menunjang kegiatan pemasaran meningkat dan meningkatkan penjualan usaha manik-manik.

Kata-kata kunci: Pembuatan logo dan teknologi digital, Mengembangkan UMKM, meningkatkan Penjualan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu bangsa dan daerah tak terkecuali di Indonesia. UMKM merupakan salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia. Di era digitalisasi sekarang ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengembangkan jenis usahanya baik dari segi branding maupun dalam pemanfaatan media digital. UMKM sendiri dapat diartikan sebagai suatu wadah usaha untuk rakyat kecil yang tidak terlepas dari aktifitas keseharian. Dari hal ini diperlukannya pengembangan dan pemberdayaan UMKM dimana tingginya tingkat persaingan yang mengharuskan para pelaku UMKM harus berinovasi pada produknya dan memanfaatkan media digital sebagai perluasan area pemasaran produk. Sesuai hasil penelitian dan observasi pada pengrajin manik-manik di Lembang Angin-angin, permasalahan yang ditemukan kurangnya inovasi dari produk yang telah diproduksi.

Pembuatan desain logo (branding) dan kemasan serta teknologi digital menjadi salah satu upaya yang ditempuh untuk menunjang optimalnya pengembangan UMKM. Branding merupakan salah satu elemen untuk menunjukkan identitas dari suatu. Hal ini merupakan salah satu cara untuk tetap bertahan dalam dunia pasar yang terus berkembang. Pada inti dari program pembuatan logo ini, supaya masyarakat dan konsumen dapat mengetahui dan mengenal komunitas pengrajin manik-manik tersebut. Walaupun logo bukan merupakan identitas yang paling utama, akan tetapi dengan hanya melihat logo, kita bisa langsung mengenal identitas komunitas tersebut dan juga kemasan yang perannya sangat penting dalam suatu usaha, karena dari kemasan ini memberikan image yang lebih baik dan memadai untuk pelanggan. Selain pembuatan logo dan kemasan, penggunaan media digital juga merupakan program yang dijalankan untuk mendorong majunya UMKM. Masih banyak pelaku UMKM yang belum menerapkan teknologi digital dan belum mengerti sebesar apa manfaat dan peran dari penggunaan media digital ini. salah satu media digital yang digunakan yaitu Facebook. Facebook merupakan suatu aplikasi yang mudah di akses dan gratis yang dapat digunakan untuk membantu pelaku usaha memasarkan berbagai produknya. Facebook memiliki fitur yang memudahkan pelaku usaha membuat profil dan mempromosikan produknya serta mengoptimalkan kegiatan usahanya. Oleh sebab itu maka pengembangan UMKM perlu optimal karena keberadaan UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi.

METODE

Kegiatan observasi dilakukan untuk mengkaji permasalahan yang terjadi di masyarakat, termasuk potensimasyarakat di kawasan Lembang Angin-Angin. Program ini dilaksanakan di tiap rumah usaha para pengrajin. Berjalannya program ini membutuhkan waktu selama 3 hari untuk mengumpulkan beberapa data yang diperlukan untuk menjalankan program ini. Teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi dan data yaitu melakukan observasi para pengrajin manik-manik. Pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk sebagai berikut:

- a) Menggunakan metode penyuluhan tentang pentingnya logo dan kemasan (branding) dalam perkembangan bisnis. Penyuluhan juga disertai dengan memberikan beberapa contoh usaha yang telah menggunakan logo untuk memperkenalkan usahanya serta memberikan contoh kemasan yang memadai untuk lebih menarik pelanggan dan juga dari kemasan ini dapat memberi kepuasan tersendiri bagi pelanggan.
- b) Menggunakan metode dengan cara memberikan praktek langsung disertai tutorial memposting produknya ke dalam media digital. Adapun media digital yang digunakan adalah Facebook, Instagram, dan WA. Dengan cara ini juga merupakan suatu upaya memberikan pengetahuan baru untuk para pengrajin yang minim pengetahuan tentang media digital tentang bagaimana mengoptimalkan fitur-fitur dalam media digital.
- c) Membuat kemasan produk. Konsultasi Individual : Setiap pengrajin memiliki produk yang berbeda, visi merek, dan kebutuhan unik. Mulai dengan sesi konsultasi individual untuk memahami produk mereka dan visi mereka terkait kemasan.

HASIL

Hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Potensi ekonomi kreatif desa melalui pengembangan UMKM yang diharapkan sebagai suatu upaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi masyarakat agar terbentuknya inovasi baru untuk produk yang telah diproduksi. Observasi dan pemberian materi tentang logo, kemasan dan teknologi digital. Pengumpulan data ini berguna untuk memulai program kerja sehingga tujuannya tepat sasaran.



Gambar 1. Pemberian materi tentang logo

Dalam kegiatan ini, logo didesain mengambil sumber inspirasi dari cara pembuatan manik-manik. Logo ini mempunyai makna sendiri yaitu gambar rumah yang berarti usaha berjalan di tiap-tiap rumah masyarakat Lembang Angin-angin, gambar orang sendiri diambil dari cara pembuatan beserta hasilnya yang akan dipromosikan, dan lingkaran yang artinya melingkupi semua para pengrajin yang memproduksi kerajinan manik-manik serta pemilihan kemasannya sudah dipertimbangkan agar tampilannya lebih menarik.

KESIMPULAN

Hasil PKM di Lembang Angin-angin dengan tema Potensi ekonomi kreatif desa melalui pengembangan UMKM mencapai hasil sebagai berikut:

1. Pembuatan desain logo (branding) merupakan suatu asset yang bernilai bagi sebuah pelaku UMKM. Oleh sebab itu, logo harus memiliki keunikan sendiri yang dapat membedakan dengan UMKM lainnya. Untuk membuat logo sendiri dilakukan dengan meninjau beberapa pertimbangan yang dimaksudkan agar tidak adanya kemiripan serta logo juga dapat menggambarkan dengan jelas identitas pengrajin tersebut. Logo yang

baik yaitu logo yang tetap menarik dan mudah diingat oleh masyarakat.

2. Kemasan pada umumnya digunakan sebagai tempat dan pelindung suatu produk. Dengan adanya kemasan yang ditawarkan kepada masyarakat, diharapkan dapat memberi dampak yang baik untuk produknya, dengan adanya kemasan juga dapat memberi nilai tambah jual dalam persaingan pasar.
3. Teknologi digital melalui pemanfaatan media digital salah satu upaya memungkinkan para pelaku UMKM memasarkan produk agar konsumen mengenal produk yang dihasilkan. Meskipun ada beberapa tantangan yang dihadapi pelaku UMKM berkaitan dengan pemasaran melalui media social, baik itu factor internal maupun keterbatasan kualitas SDM nya yang masih rendah untuk mengelola, namun upaya yang telah dilakukan oleh Tim KKN diharapkan dapat memberi dampak yang baik kedepannya dan dapat mendorong penjualan produk yang optimal.

DAFTAR REFERENSI

- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191-202.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing.
- Rizianiza, I., Mungil, D., & Idhil, A. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 144-152.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *Jurnal Manajerial*, 12(2), 198.