



**Optimalisasi Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.(UMKM)
Melalui Pembuatan Logo dan Promosi Berbasis Media Sosial di Kelurahan
Tambangan**

Rusmewahni^{1*}, Eka Mayastika Sinaga¹, Benhart Nainggolan¹, Christin Natalia Sianaipar¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya¹

E-mail: rusmewahni@gmail.com*

ABSTRACT

The target of the Real Working Group (KKN) activities entitled "Optimizing the Marketing Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) for Brown Sugar through Logo Creation and Promotion Based on Digital Marketing in Tambangan Subdistrict" is more targeted at the people of Tambangan Subdistrict, in order to increase MSMEs in the Subdistrict. Mining. Several considerations in choosing MSMEs in Tambangan Village have many disadvantages compared to other potential UT'IKM. In this way, we are trying to help maximize sales of MSME products by using a door-to-door system, utilizing social media as a promotional system, and logos on MSME products in Tambangan Village.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs

ABSTRAK

Sasaran kegiatan Kelompok Kerja Nyata (KKN) yang berjudul "Optimalisasi Skategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Gula Merah melalui Pembuatan Logo dan Promosi Berbasis Digital Marketing di Kelurahan Tambangan " lebih menyasarkan kepada masyarakat Kelurahan Tambangan, guna meningkatkan UMKM di Kelurahan Tambangan. Beberapa pertimbangan dalam memilih UMKM di Kelurahan Tambangan ini memiliki banyak kekurangan ketimbang potensi UMKM yang lainnya. Dengan demikian kami berusaha untuk membantu memaksimalkan penjualan produk UMKM tersebut dengan menggunakan sistem *door to-door*, memanfaatkan media sosial sebagai sistem promosi, dan logo pada produk UMKM di Kelurahan Tambangan.

Kata kunci: Pemasaran Digital, UMKM

PENDAHULUAN

Kelurahan Tambangan merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kecamatan Padang Hilir Kota Tebing Tinggi. Penduduk Kelurahan Tambangan sebanyak jiwa yang menempati luas wilayah 13.734 Km2. Kelurahan Tambangan terdiri dari 3 Lingkungan Masyarakat

Tambangan banyak bermata pencaharian sebagai pedagang, peternak buruh dan lain-lain. Agama yang dianut oleh masyarakat mayoritas muslim.

Sasaran kegiatan Kelompok Kerja Nyata (KKN) yang berjudul "Optimalisasi Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Gula Merah melalui Pembuatan Logo dan Promosi Berbasis Digital Marketing di Kelurahan Tambangan " lebih menyasarkan kepada masyarakat Kelurahan Tambangan, guna meningkatkan UMKM di Kelurahan Tambangan. Beberapa pertimbangan dalam memilih UMKM di Kelurahan Tambangan ini memiliki banyak kekurangan ketimbang potensi UTIKM yang lainnya. Dengan demikian kami berusaha untuk membantu memaksimalkan penjualan produk UMKM tersebut dengan menggunakan sistem door to-door, memanfaatkan media sosial sebagai sistem promosi, dan logo pada produk UMKM di Kelurahan Tambangan.

Potensi yang ada di Kelurahan Tambangan yaitu dalam Masyarakat Kelurahan Tambangan dimana banyaknya Ibu Rumah Tangga yang memiliki kemampuan serta ketrampilan yang dapat dijadikan untuk meningkatkan perekonomian dalam rumah tangga. Dimana dapat membuka peluang dalam UMKM dengan menggunakan skill kemampuan serta keterampilan yang mereka miliki.

METODE PELAKSANAAN

Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan sebagai berikut:

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam usulan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat ditawarkan yaitu: pembuatan desain logo untuk produk Gula Merah yang baik dan menarik. Selain itu juga dilakukan pelatihan untuk mengelola pemasaran dengan memanfaatkan media teknologi informasi, internet dan komunikasi khususnya media untuk pemasaran seperti social media dan lainnya. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

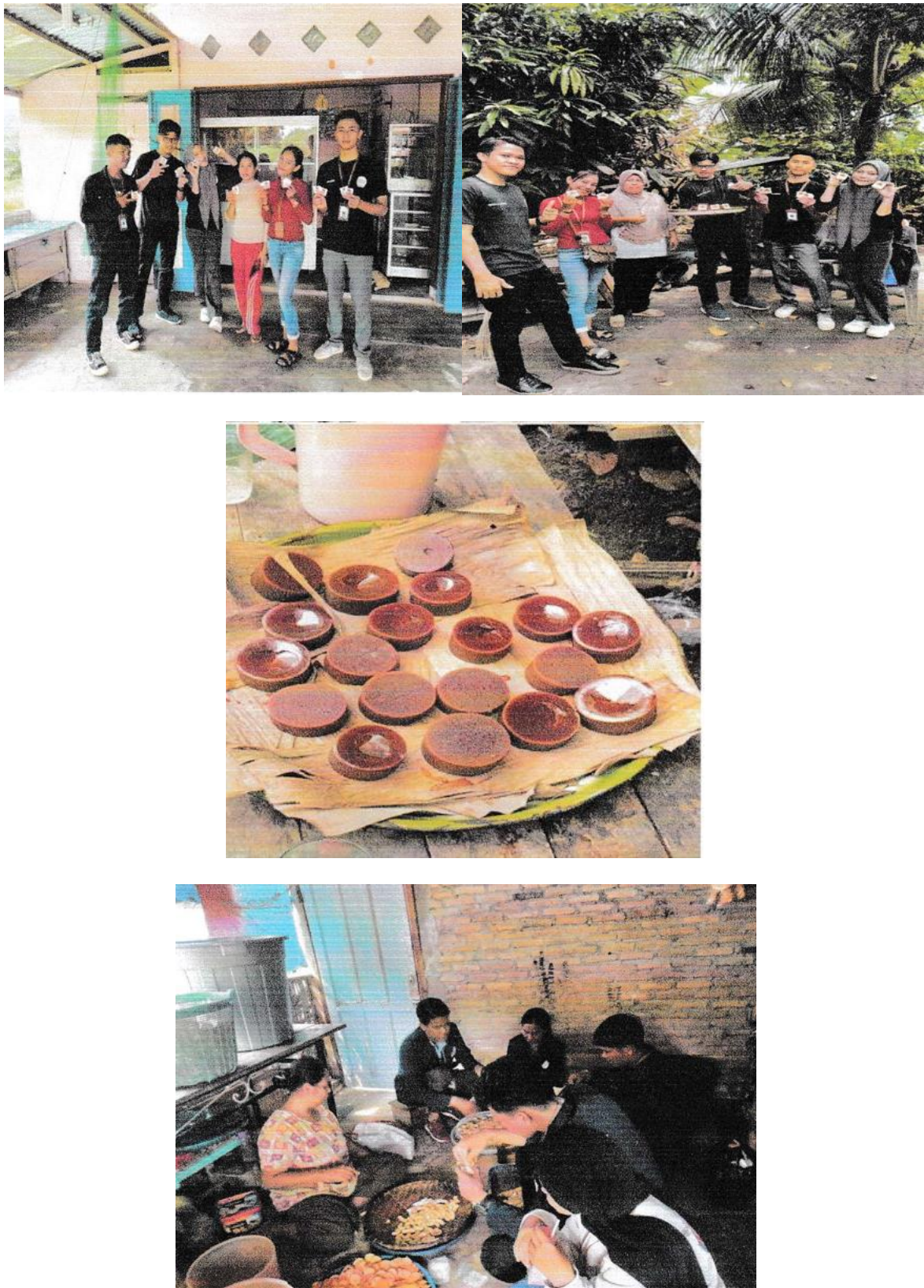
1. **Tahap Persiapan** : Pada tahapan ini dilakukan presurvey di lokasi yang dipilih dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Kegiatan pra survey dilakukan beberapa hari sebelum pelaksanaan PKM.
2. Pembuatan desain logo dan kemasan untuk penguatan branding produk gula merah yang menarik.

3. Pelatihan, pendampingan pemanfaatan social media khususnya facebook dan media internet untuk memasarkan produk Gula Merah. Peserta selama pelatihan adalah Pemilik/pengelola usaha pembuatan gula merah.

Pada saat kegiatan PKM agenda kegiatan yang dilakukan adalah dengan memberikan ceramah yakni presentasi materi mengenai pembuatan logo dengan mengulas tentang aspek brand identity dalam berwirausaha. Kegiatan ceramah ini dibawakan oleh 2 (dua) pembicara yakni dosen manajemen pemasaran dan kewirausahaan. Setelah itu sesi tanya jawab kepada para peserta PKM. Para peserta diberikan informasi mengenai pentingnya pembuatan logo suatu produk dan strategi branding dalam pemasaran dan penjualan di media *online*. Pemberian materi kemudian dikhususkan mengenai materi pemasaran digital sebagai bagian dari promosi penjualan. Pemberian materi pemasaran digital mengenai apa itu pemasaran digital, elemen-elemen dari pemasaran digital, dan bagaimana langkah melakukan pemasaran digital.

4. Metode selanjutnya yang diterapkan adalah pendampingan, dimana narasumber memberikan masukan terhadap perancangan yang telah dibuat dari nama brand, logo, dan menghadirkan kisah dari lahirnya produk UMKM nya. Dalam metode pendampingan ini narasumber melontarkan pertanyaan kepada peserta terkait perancangan pemasaran digital. Pendampingan Partisipasi Mitra Kegiatan pengabdian ini merupakan kegiatan yang berkelanjutan, yang mana dalam kegiatan ini hanya dibatasi pada penguatan branding dengan pembuatan logo yang baku dan menarik dengan melakukan desain logo untuk produk Gula Merah dan pembekalan strategi pemasaran dengan menggunakan media social media maupun internet. Pengelola dan karyawan adalah warga sekitar yang sebelumnya dilakukan pelatihan tentang produksi dan pemasaran oleh pemilik usaha Gula Merah, mereka antusias tentang rencana pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

Evaluasi kegiatan : Setelah memberikan ceramah mengenai strategi branding untuk meningkatkan penjualan selanjutnya dilaksanakan kegiatan pengevaluasian kegiatan PKM. Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan cara melihat pemahaman peserta yakni para pelaku UMKM melalui kegiatan tanya jawab yang dilakukan. Dari sesi tanya jawab ini akan dilihat bagaimana respon dari para peserta apakah telah memahami materi yang telah disampaikan.



Gambar 1
Kegiatan kunjungan pelaku UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Mengunjungi rumah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah, dan berdiskusi menanyakan bagaimana logo awal, warna seperti apa yang di minta apa yang harus dirubah serta ukuran yang akan dicetak menjadi stiker.

Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM. Desain logo kemasan ingin dibuat dengan ukuran yang lebih besar karena, tulisan terlalu kecil sehingga sulit dibaca. Desain kemasan yang baru dibuat lebih besar agar informasi yang ada di desain logo kemasan terbaca dengan jelas.

2. Hasil Sosialisasi pentingnya pemberian logo pada suatu produk. Label yang baik akan menciptakan minat konsumen Fauzi, R.U.A (2020). Label akan memberikan kesan menarik bagi konsumen. Dalam label terdapat beberapa informasi terkait dengan produk (Kadi et al,2022) Tim Pengabdian memberikan sosialisasi pentingnya pemberian logo untuk stempel dan stiker pada produk yang sangat dibutuhkan karena sebagai tanda pengenalan produk tersebut kepada masyarakat luas. Stiker dibuat semenarik mungkin untuk menarik dan mudah diingat masyarakat luas. 1. Pemasaran produk yang dilakukan secara *online* Media sosial merupakan platform di era digital yang digunakan untuk media bersosialisasi melalui internet. Fauzi et al. (2021). Pemasaran produk dilakukan secara *online* melalui pihak jasa ketiga (platform jual-beli). Hal ini bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran. Produk yang dijual. Pendataan dilakukan untuk mempermudah pencatatan dan pendaftaran produk kedalam akun platform jual-beli dengan mencantumkan harga yang telah disepakati. Dokumentasi produk dan pemberian diskon dilakukan untuk menarik minat konsumen merupakan salah satu langkah pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM gula merah di desa tambangan.

KESIMPULAN

UMKM di Kelurahan Tambangan bisa dibilang sudah hampir maksimal dalam hal pembuatan, pengemasan dan pemasaran. Tetapi ada beberapa UMKM yang tidak memiliki label penamaan di kemasan produknya sehingga konsumen yang tertarik kepada Produk yang dipasarkan tidak tahu siapa dan dimana pemilik UMKM tersebut. Beberapa UMKM di Kelurahan Tambangan juga rata-rata sudah beroperasi lebih dari 3 tahun dan sudah ada yang masuk ke dalam pasar modern Seperti Irian dan Maft lainnya bahkan ada juga yang melakukan penjualan sampai di luar pulau sepefti ke pulau Jawa.

Melalui visual branding dengan menggunakan label dan logo produk yang telah didesain tentunya akan mempermudah mitra dalam mengenalkan produk minuman bubuk kepada masyarakat selain di lingkungan sekitarnya. logo produk menjadi pembeda antara merek produk mitra dengan produk kompetitornya, sehingga produk dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen dan tentunya diharapkan akan meningkatkan daya tarik pembeli secara lebih luas. Penjualan UMKM Gula Merah dapat ditingkatkan dengan desain ulang kemasan produk. Kemasan produk yang diperbaharui tidak meninggalkan karakter apapun bagi pelanggan lama, namun memberikan kesan baru yang lebih menarik dan mudah diingat bagi calon pelanggan baru. Desain logo dan kemasan yang baru diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan di dalam dan kota, tidak selalu warga lokal desa.

Simpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah bahwa pelaksanaan pembekalan tentang pentingnya branding dan pemasaran telah berjalan dengan baik. Demikian juga pembuatan desain logo juga sudah dilaksanakan dengan baik berdasarkan hasil komunikasi dengan mitra dan masukan dari pelanggan. Pelatihan pemasaran berbasis sosial media telah dilakukan dengan baik dan bermanfaat meningkatkan omset penjualan.

REFERENSI

- Hafid Mukhlisin. 20 Mei 2018. Kupas Tuntas Praktis Adobe PhotoShop CS4, IlmuKomputer.org
- I. Kusumaningayu, A. Rolalisasi, I. K. L. E. Cahyo, and M. R. Kurniawan, “Re-Desain Kemasan Sebagai Strategi Peningkatan Omset Pada Umkm Pia „Mehen“ Di Kecamatan Pandaan,Kabupaten Pasuruan,” pp. 111–118, 2020.
- Iqbal Soenardi, Agus Hekso P. 2012. Modul Pelatihan Corel Draw Graphics Suite X5 Lanjut, Diklat Teknis Umum Corel Draw Graphics Suite X5 Tingkat Lanjut. Pp: 25-78
- Madcoms. 2009. Facebook. Penerbit : Andi. Yogyakarta : p:6
- Munawir Nasir, Jafar Basalamah, Aditya Halim Perdana Kusumah. 2019. Kegiatan E-Marketing sebagai bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar, Celebes Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, <http://journal.ildikti9.id/CER/indexVol> 1, No. 1, April 2019. Pp: 01-08.
- S. Nasional, H. Riset, A. Dutahatmaja, F. R. Masruchin, L. Hakim, and A. Fajar, “Pendampingan Branding Desain dan Kemasan Produk Di Wisata Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo Eproceeding 2 nd SENRIABDI 2022,” vol. 2, pp. 63–80, 2022.

Yuli Yana. 2018. 40 Manfaat Internet Dalam Berbagai Bidang, [https:// manfaat.co.id/40-manfaat-internet-da lam-berbagai-bidang](https://manfaat.co.id/40-manfaat-internet-dalam-berbagai-bidang),13 Mei 2019.