

Socialization and Training on Branding and Product Marketing in the Marketplace for MSME Owners in Candipari Region

Sosialisasi dan Pelatihan Branding Serta Pemasaran Produk di Marketplace untuk Pemilik UMKM Daerah Candipari

Wiwik Widhianingsih, Novia Ariyanti, Reza Tus Zahro, Wafid Aida

wiwikwidhia9@gmail.com, noviaariyanti@umsida.ac.id

Teknik Industri, Informatika, Laboratorium Medis, Manajemen

Fakultas Sains dan Teknologi

Fakultas Ilmu Kesehatan

Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstract. Sidoarjo is an area in Indonesia known as an industrial city. This is evidenced by the many industries that have emerged in Sidoarjo. This industry starts from small MSME (Micro, small, medium enterprise) to large industries. Technological progress is unavoidable in this day and age. This causes those who cannot keep up with technological developments will be eroded and experience natural selection. Especially for MSME (Micro, Small, Medium Enterprise) competition, which is basically a competition to dominate the market with their own products, it will be very difficult if they are not able to master technology. For this reason, we students of community service team 12 carried out socialization and assistance regarding branding and marketing methods. Which aims to provide knowledge that a unique brand name for a product is very important to maintain the product in the market. While the socialization of our method provides knowledge on how to trade in a marketplace like Shopee starting from the advantages to the weaknesses of the marketplace.

Keywords: Industry, Technology, Marketplace

Abstrak. Sidoarjo merupakan daerah di Indonesia yang dikenal dengan kota industri. Ini dibuktikan dengan banyaknya perindustrian yang muncul di Sidoarjo. Perindustrian ini dimulai dari UMKM kecil sampai industri besar. Kemajuan teknologi tidak bisa dihindari di zaman sekarang. Hal ini menyebabkan mereka yang tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi akan tergerus dan mengalami seleksi alam. Apalagi untuk persaingan UMKM yang dasarnya merupakan persaingan menguasai pasar dengan produk sendiri akan sangat sulit bila tidak mampu menguasai teknologi. Untuk itu kami mahasiswa tim pengabdian masyarakat kelompok 12 melakukan sosialisasi dan pendampingan mengenai branding maupun metode pemasaran. Yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan bahwa nama brand yang unik untuk sebuah produk sangat penting untuk mempertahankan produk dipasaran. Sedangkan sosialisasi metode kami berikan pengetahuan bagaimana cara berdagang di marketplace seperti Shopee dimulai dari keunggulan hingga kelemahan marketplace.

Kata kunci: Industri, Teknologi, Marketplace

ANALISIS SITUASI

UMKM menjadi pondasi perekonomian di Indonesia di era industri 4.0 saat ini. Kemunculan UMKM membantu meningkatkan pendapatan negara dan mampu mengentaskan kemiskinan di masyarakat. Pengentasan kemiskinan ini perwujudan dari semakin banyak lapangan pekerjaan yang muncul. Di era digitalisasi yang berotasi pada kemajuan teknologi memungkinkan UMKM berkembang sangat pesat. Kemudahan yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi ini dapat dilihat dari aktivitas perdagangan yang tidak harus tatap muka, kegiatan jual beli melalui marketplace menjadi marak di masyarakat. Anggapan bahwa berdagang di marketplace sangat terjamin menjadi dorongan dan paksaan untuk seluruh masyarakat Indonesia

menguasai teknologi. Namun, pertanyaannya apakah dalam presentasi seratus persen masyarakat mampu mengikuti perkembangan teknologi?

Kemajuan teknologi tidak bisa dihindari di zaman sekarang. Hal ini menyebabkan mereka yang tidak bisa mengikuti perkembangan teknologi akan tergerus dan mengalami seleksi alam. Apalagi untuk persaingan UMKM yang dasarnya merupakan persaingan menguasai pasar dengan produk sendiri akan sangat sulit bila tidak mampu menguasai teknologi. Akhirnya, UMKM yang lemah dalam teknologi akan mengalami kemerosotan hingga gulung tikar. Kebanyakan UMKM yang lemah dengan teknologi adalah UMKM dengan produk *handmade* dan pemiliknya yang merupakan generasi X atau generasi yang lahir sekitar tahun 1960-1980. Bisa disebutkan bahwa sebagian besar masyarakat paruh baya saat ini kesulitan mengikuti perkembangan teknologi era digitalisasi.

Sidoarjo merupakan daerah di Indonesia yang dikenal dengan kota industri. Ini dibuktikan dengan banyaknya perindustrian yang muncul di Sidoarjo. Perindustrian ini dimulai dari UMKM kecil sampai industri besar seperti produsen beton. Tidak terkecuali perindustrian di desa Candipari Porong, di desa ini banyak muncul UMKM masyarakat baik dibidang jasa maupun barang. Di Candipari ditemukan banyak sekali UMKM yang produknya merupakan produk *handmade* seperti keripik, kerupuk, tanaman hias, tas hingga kerajinan rajutan. Hal ini tentunya merupakan potensi dari desa tersebut dalam menyejahterakan masyarakatnya.

Mahasiswa pengabdian masyarakat kelompok 12 telah melakukan *survey* yang dilakukan tanggal 21 Januari 2022. Dalam kegiatan *survey* ini, kami mendatangi beberapa pemilik UMKM diantaranya yaitu produsen kerajinan tangan rajutan dan produsen keripik. Dari survei didapatkan informasi bahwa pemilik UMKM memiliki hambatan dalam penjualan dikarenakan kurangnya penguasaan teknologi dibidang pemasaran. Pemilik mengakui bahwa masih kurang menguasai konsep berdagang di *marketplace*. Sehingga pemasaran yang selama ini bisa dilakukan yaitu memposting produk di status *whatsapp* dan *facebook* saja. Selain itu, mereka melakukan penjualan dengan bantuan *reseller*. Namun, kelemahan dari menjual produk ke *reseller* adalah pengurangan laba yang didapatkan produsen.

Berdasarkan permasalahan yang ada kami mahasiswa pengabdian masyarakat kelompok 12 menimbang solusi yang bisa ditawarkan kepada pemilik UMKM, yaitu melakukan sosialisasi dan pendampingan mengenai branding maupun metode pemasaran. Sosialisasi branding ini kami berikan untuk memberikan pengetahuan bahwa nama brand yang unik untuk sebuah produk sangat penting untuk mempertahankan produk dipasaran. Sedangkan sosialisasi metode kami berikan pengetahuan bagaimana cara berdagang di *marketplace* seperti Shopee dimulai dari keunggulan hingga kelemahan *marketplace*. Selain pemberian sosialisasi, kami juga turun langsung memberikan pendampingan yaitu emmbimbing dan megarahkan pemilik UMKM dalam menguasai teknologi diantaranya pengoperasian Shopee, pembuatan video tutorial yang bisa diupload di Youtube, dan pembuatan artikel yang digunakan untuk mempromosikan produk UMKM.

SOLUSI DAN TARGET

Melalui kegiatan KKN-P ini ditawarkan solusi bagi permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan yakni:

1. Sosialisasi mengenai pentingnya branding produk dan pemasaran di *marketplace*
2. Pelatihan pembuatan akun Shopee, pengadaan video di Youtube, dan pembuatan artikel
3. Pengajaran strategi penjualan dengan *reseller*

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan pada tanggal 2 Februari 2022 di Balai Desa Candipari untuk kegiatan sosialisasi. Peserta kegiatan adalah 10 orang perwakilan ibu-ibu Candipari, pemilik UMKM sekitar Balai Desa, dan perwakilan karang taruna. Sedangkan untuk kegiatan pendampingan dan pelatihan dilaksanakan tanggal 3 Februari 2022 di rumah produksi UMKM rajutan ibu erna. Dengan peserta yaitu mitra UMKM ibu erna rajut.

PELAKSANAAN

Metode kegiatan sosialisasi dan pendampingan yang digunakan ada tiga tahap, yaitu dapat ditunjukkan pada diagram alir berikut:



Berikut penjelasan terkait peran/partisipasi mitra dalam pelaksanaan program

1. Tahap awal
 - *Survey* ke tempat-tempat UMKM Candipari.
 - Mahasiswa pengabdian masyarakat kelompok 12 berkoordinasi dengan kepala desa bahwa akan melakukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan.
 - Pembuatan undangan sebaran yang akan diajukan kepada peserta.
2. Tahap Pelaksanaan
 - Mahasiswa pengabdian masyarakat kelompok 12 menyiapkan sarana dan prasarana untuk kegiatan sosialisasi dan pendampingan.
 - Peserta pelatihan mengikuti sosialisasi dan pendampingan hingga selesai.
3. Tahap Evaluasi
 - Peserta sasaran mampu mengaplikasikan ilmu *branding* dan pemasaran yang telah disosialisasikan.
 - Peserta mampu melakukan penjualan di *marketplace*.
 - Peserta mampu melakukan promosi di media sosial secara mandiri.

HASIL DAN LUARAN

Adapun hasil dan luaran dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan ini adalah sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM mampu menerapkan strategi *branding* dan pemasaran terhadap produk dagangan mereka.
2. Pemilik UMKM mampu melakukan pemasaran dan penjualan produk di *marketplace*.
3. Pemilik UMKM mampu mengoperasikan media sosial yang lebih luas sebagai media pemasaran produk.

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan mengenai *branding* dan pemasaran ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para pemilik UMKM di desa Candipari dalam memanfaatkan teknologi yang ada seperti digitalisasi berjualan di *marketplace*. Pentingnya *branding* ini yaitu untuk mempertahankan nama produk di tengah persaingan pasar yang ketat. Sedangkan, pentingnya strategi pemasaran yang baik adalah untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk secara luas. Diharapkan dengan kegiatan ini mampu meningkatkan SDM Candipari dalam bidang teknologi maupun perekonomian.

REFERENCES

- Surya, Awang dan Wilana. Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi. 2021; 6(1): 23-28.
- Apriyanti, Masayu Endang. Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. 2018; 10(1): 20-27.
- Pranata, Zedy Artades. Analisis Pengaruh Fungsi Aplikasi, Kegunaan, dan Manfaat yang Dirasakan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Belanja Online Di Yogyakarta. 2019; 2(2): 46-62.

LAMPIRAN



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Pentingnya *Branding* dan Pemasaran Di Balai Desa.



Gambar 2. Pelaksanaan Pendampingan dan Pelatihan Bersama Mitra UMKM Erna Rajut.



Gambar 3. Salah Satu Produk Unggulan UMKM Rajut.