

Peningkatan Branding Melalui Digital Marketing

Titiek Widyastuti¹, Nafi Ananda Utama, dan Sukuriyati Susilo Dewi

Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183

e-mail : titiekw@umy.ac.id

DOI: 10.18196/ppm.44.647

Abstrak

Pandemi Covid-19 berimbas pada berbagai sektor, termasuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Kondisi tersebut menjadikan pengusaha harus berinovasi agar usahanya tetap bertahan, salah satunya dengan digital marketing. Digital marketing bagi pengusaha merupakan bagian yang sangat penting demi kelangsungan dan kemajuan usahanya, karena dengan menggunakan digital marketing produknya akan lebih dikenal masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas. Dalam implementasinya, digital marketing membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk bisa menghadirkan iklan produk yang bisa menarik minat konsumen untuk membelinya. Tahap pertama yang harus dilakukan adalah membuat desain produk dengan tampilan yang menarik, kemudian mengiklankannya secara online. Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS) Bantul yang beranggotakan pengusaha UKM masih sedikit anggotanya yang memahami digital marketing. Saat ini produk yang dihasilkan oleh anggota IPAS Bantul masih belum dikenal oleh masyarakat luas, karena produk yang dihasilkan kebanyakan informasinya masih disediakan secara offline. Untuk itu maka dilakukan pelatihan dan praktik Peningkatan Branding Melalui Digital Marketing Pada Anggota Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah Bantul. Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam membuat desain produk usaha dengan Canva dan mengiklankannya secara online. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang digital marketing serta peserta bisa membuat desain produk menggunakan Canva dan telah memanfaatkannya untuk beriklan di beberapa media sosial.

Kata Kunci: Desain produk, Digital Marketing, IPAS Bantul

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 berimbas pada berbagai sektor, termasuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM). Kondisi tersebut menjadikan pengusaha harus berinovasi agar usaha yang digeluti tetap bertahan. Salah satunya dengan digital marketing untuk membantu para pelaku usaha dalam melakukan promosi dan penjualan produk. Model pemasaran dengan menggunakan internet atau online diprediksi akan menjadi sebuah nilai tambah bagi produk atau jasa di masa mendatang [1]. Teknologi informasi dan komunikasi memberikan banyak dampak positif bagi perkembangan masyarakat perkotaan dan pedesaan [2]. Saat ini UKM mulai berkembang dari sekedar menghasilkan produk dan memasarkan di wilayahnya, UKM mulai menggunakan koneksi internet dalam proses pemasaran, guna menjangkau pasar yang lebih luas [3]. Digital marketing bagi pengusaha merupakan bagian yang sangat penting saat ini demi kelangsungan dan kemajuan usahanya. Pemanfaatan internet sebagai alat pemasaran digital saat ini adalah hal yang wajib dilakukan untuk mendapatkan target yang sesuai dengan segmen pasarnya [4]. Manajemen usaha berbasis media sosial melalui kerangka pemasaran online diperlukan untuk memperluas segmentasi pasar [5]. Pemasaran melalui digital marketing dapat mengembangkan usaha karena dengan menggunakan digital marketing ini pangsa pasar dan produknya akan lebih dikenal masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas (bisa jadi bagi yang tidak memanfaatkan digital marketing tertinggal oleh pesaing lain yang sudah menggunakannya).

Digital marketing merupakan pemanfaatan sumber daya pada internet sebagai tempat pemberi informasi produk yang dimiliki [6]. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis internet. Selain itu digital marketing merupakan cara periklanan yang memiliki efek yang sangat berpengaruh [7]. Kelebihan digital marketing antara lain: kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif,

membangun nama *brand*. Dalam implementasinya, *digital marketing* membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk bisa menghadirkan iklan produk yang indah dan jelas serta mudah diakses sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membelinya. Desain produk sangat penting karena ketika orang membeli barang pasti akan melihat desainnya terlebih dahulu. Tahap pertama yang harus dilakukan adalah membuat foto-foto produk dengan tampilan yang menarik. Ada beberapa macam aplikasi untuk ini, salah satunya adalah menggunakan Canva. Penggunaan aplikasi Canva dinilai cukup mudah, tidak perlu menguasai aplikasi yang rumit dan kalau tidak ada laptop bisa menggunakan HP atau *smartphone* [8]. Desain yang dibuat dengan Canva ini nantinya akan menghasilkan foto produk untuk penjualan secara *online*.

Ikatan Pengusaha Aisyiyah (IPAS) Bantul merupakan organisasi yang aktif dan inovatif. Berbagai kegiatan telah dilakukan oleh IPAS Bantul, baik sebagai penyelenggara ataupun anggotanya mengikuti pameran, pelatihan, kegiatan sosial ekonomi di berbagai *event* yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta. IPAS Bantul yang mempunyai anggota sekitar 75 pengusaha UKM, diketuai oleh Ibu Dyah Herningtyas Noviani, SH. Jenis usaha yang dilakukan oleh anggota IPAS Bantul beranekaragam, di antaranya: jasa rias, jasa boga (*bakery* dan keik, kuliner, katering, bumbu instan), jasa busana (batik, *ecoprint*, *bed cover*, *fashion* kulit, konveksi), jasa pariwisata. Produk yang dihasilkan oleh anggota IPAS Bantul masih banyak yang belum bisa dibeli atau didapatkan informasinya oleh masyarakat luas, karena produk-produk yang dihasilkan sebagian besar informasinya masih disediakan secara *offline*. Hal lain yang dapat memengaruhi tingkat daya jual produk anggota IPAS Bantul adalah masih sedikitnya anggota IPAS Bantul yang paham terhadap pembuatan foto produk dan cara pemasaran menggunakan *digital marketing*. Untuk itu maka akan dilakukan pelatihan dan praktik Peningkatan *Branding* Melalui *Digital Marketing* Pada Anggota “IPAS” Bantul.

Kegiatan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam membuat desain produk usaha dengan Canva dan mengiklankannya secara *online*. Aplikasi Canva dipilih karena merupakan aplikasi desain grafis *online* yang mudah untuk digunakan, bahkan bagi pemula. Canva juga dapat diakses melalui perangkat *desktop* maupun *mobile* [9]. Banyak aplikasi *online* yang bisa digunakan, sehingga perlu diajarkan dan dipahami kepada anggota IPAS Bantul beberapa aplikasi yang bisa dipakai dan pemanfaatannya dalam *digital marketing*. Dengan adanya kegiatan berupa pelatihan membuat desain produk menggunakan Canva dan penyuluhan/peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan *digital marketing* ini diharapkan semakin banyak anggota IPAS Bantul yang bisa membuat foto produk komersial serta dapat memilih dan memanfaatkan *digital marketing* untuk promosinya sehingga bisa meningkatkan *branding*-nya dan meningkatkan omzet penjualannya.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berjudul Peningkatan *Branding* Melalui *Digital Marketing* Pada Anggota “IPAS” Bantul dibagi menjadi tiga kegiatan yang dilakukan secara bertahap, meliputi: Persiapan, Pelaksanaan Kegiatan, dan Monev.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Tahap	Kegiatan
1	Persiapan, Rapat Koordinasi Tim Pengabdi dengan Mitra
2	Pelaksanaan Kegiatan: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Penyuluhan tentang <i>Digital Marketing</i> ➤ Pelatihan dan Praktik Pembuatan <i>Design Product</i> ➤ Bantuan Sarana Pelatihan
3	Monitoring dan Evaluasi <ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i> terkait materi Penyuluhan dan Pelatihan ➤ Survei terkait pelaksanaan program ➤ Kemampuan peserta membuat <i>Design Product</i>

Persiapan kegiatan dimulai dengan pertemuan koordinasi untuk menampung permasalahan yang ada, menganalisis, dan menemukan penyelesaian masalah yang disepakati dan macam kegiatan yang akan dilakukan. Rapat Koordinasi melalui musyawarah untuk mufakat tentang teknis pelaksanaan kegiatan. Koordinasi dilakukan Tim Pengabdi dan Mitra (Gambar 1).



Gambar 1. Tim Pengabdi melakukan koordinasi dengan Mitra

Pelaksanaan kegiatan bertempat di Gedung PDM Bantul, dilaksanakan pada tanggal 3-4 Maret 2021, diikuti oleh 15 peserta aktif. Materi yang diberikan meliputi: Penyuluhan tentang *Digital Marketing* serta Pelatihan dan Praktik Pembuatan *Design Product*. Hari pertama Penyuluhan *Digital Marketing* dengan narasumber Ir. Nafi Ananda Utama, M.S. Dilanjutkan dengan diskusi seputar praktik digital *marketing* oleh tim beserta mahasiswa. Dalam kegiatan ini banyak diskusi yang didapatkan sebagai *sharing* praktik baik dalam digital *marketing*. Hari kedua khusus materi Canva, sebagai narasumber adalah Kartika Efendi. Dalam sesi ini kepada peserta diberikan pengetahuan tentang pemanfaatan aplikasi Canva untuk berbagai keperluan desain. Dilanjutkan dengan praktik membuat desain produk dengan Canva. Pada kesempatan ini peserta berlatih membuat desain produk dari usahanya. Untuk dapat terselenggaranya kegiatan ini maka setiap peserta membutuhkan sarana, antara lain: laptop/HP, internet, flashdisk. Selain itu, karena pelaksanaannya masih dalam situasi Pandemi Covid-19, maka ketika kegiatan berlangsung dipastikan semua peserta harus dalam kondisi sehat. Untuk tetap menjalankan proses maka kepada setiap peserta dilakukan pemeriksaan suhu, penyemprotan badan, serta wajib mencuci

tangan, dan memakai masker. Untuk hal tersebut maka kepada setiap peserta dibagikan: Pulsa (internet) senilai Rp.100.000,- (seratus ribu rupiah). Flashdisk 16 GB, Hand Sanitizer 600ml, Masker 1 paket (5 biji). Pulsa internet dan flashdisk diharapkan masih bisa dipakai setelahnya untuk melanjutkan kegiatan belajar desain dengan Canva, hingga peserta bisa membuat desain produknya menjadi yang terbaik.



Gambar 2. Penyerahan bantuan dan sarana yang diperbantukan

Monitoring dan *Evaluasi* dilakukan untuk melihat keberhasilan dan mengawal keberlanjutan program. *Monev* yang dilakukan meliputi: *Pretest* dan *Posttest* terkait materi kegiatan, survei terkait pelaksanaan kegiatan, dan kemampuan membuat *design product*.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Penyuluhan tentang *Digital Marketing* serta Pelatihan dan Praktik Pembuatan *Design Product* dibuka oleh Ketua IPAS Ibu Dyah Herningtyas Noviani, SH. (Gambar 3)



Gambar 3. Pembukaan acara

Penyuluhan tentang *Digital Marketing*

Materi berisikan cara menarik perhatian konsumen secara acak pada sosial media seperti perkiraan penggunaan *hashtag* pada *caption* yang akan digunakan pada postingan di sosial media, cara *copywriting* yang menarik pada postingan, menggunakan Google Business dan cara analisis ketertarikan pasar. Pada dasarnya, materi yang diberikan sangat memberi ilmu yang bermanfaat pada peserta dikarenakan ilmu tersebut banyak dibutuhkan untuk mengembangkan usaha.



Gambar 4. Peserta Digital Marketing dan Narasumber (Ir. Nafi Ananda U., M.S)



Gambar 5. Kelas Penyuluhan Digital Marketing

Setelah materi digital marketing diberikan, peserta diberikan beberapa cara digital marketing dalam postingan sosial media. Peserta mempraktikkan memasang iklan di Shopee, Instagram, dan Facebook.



Gambar 6. Mahasiswa Dendy Dio Damar-Beriklan di Medsos



Gambar 7. Mahasiswa Prima Saka-Beriklan melalui Shopee

Dari hasil kegiatan ini maka peserta menjadi paham tentang berbagai cara beriklan di media sosial dan mengenal beberapa macam media sosial sebagai tempat untuk mengiklankan produk, serta bagaimana iklan bisa menarik konsumen. saai ini semua peserta sudah mempunyai iklan di media sosial, baik di WhatsApp, Instagram, Facebook, maupun Shopee.

Ada peningkatan pengetahuan peserta setelah adanya kegiatan ini. Berdasarkan hasil tes yang dilakukan terhadap peningkatan pemahaman tentang digital *marketing* ini dapat diketahui bahwa pengetahuan peserta mengenai digital *marketing* meningkat, penguasaan materi digital *marketing* sebelum penyuluhan hanya 69%. Setelah penyuluhan meningkat menjadi 81%.

Pelatihan dan Praktik Pembuatan *Product Design*

Pelatihan didahului dengan pemberian teori tentang aplikasi Canva, dilanjutkan dengan praktik pemanfaatan Canva untuk berbagai keperluan. Dan diakhiri dengan masing-masing peserta membuat *design product* usahanya. *Design product* yang sudah dibuat ini nantinya akan digunakan untuk mengiklankan produk lewat sosial media. Hal-hal yang dipelajari dalam Pelatihan dan Praktik menggunakan aplikasi Canva meliputi: Mempelajari Fungsi Fitur Canva, Membuat Kolase Foto, Membuat *Flyer* Kegiatan, Animasi *Flyer*, Bikin Sendiri Desain mu, Membuat Logo Usaha, Membuat Kartu Nama, Membuat Presentasi.



Gambar 8. Peserta Pelatihan Canva dan Narasumber (Kartika Effendi)



Gambar 9. Kelas Pelatihan Canva



Gambar 10. Suasana praktik membuat desain produk

Pada akhir Pelatihan Desain Produk dengan Canva, peserta bisa membuat desain produk masing-masing usahanya. Desain produk yang dihasilkan sudah cukup baik (Gambar 11). Hasil praktik pada Pelatihan Desain Produk dengan Canva, diketahui bahwa peserta sudah cukup mampu untuk membuat desain produk dengan Canva. Hal ini dikarenakan antara lain karena beberapa peserta sebelumnya sudah pernah mempelajari tentang Canva. Walaupun demikian masih ada peningkatan pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan Canva setelah adanya pelatihan ini.



Gambar 11. Desain Produk Hasil Karya Para Peserta

Terhadap hasil karya desain produk yang berhasil dibuat oleh peserta pada saat praktik, sebagian besar sudah cukup bagus. Namun demikian masih ada beberapa yang bisa ditingkatkan lagi. Beberapa kekurangan misalnya tidak mencantumkan *contact person*. Hal seperti ini dianggap kurang sempurna dikarenakan konsumen yang ingin memesan atau tertarik dengan produk yang diiklankan tidak tahu harus bagaimana menghubunginya.

Berdasarkan evaluasi yang diadakan, pengetahuan tentang desain dengan Canva mengalami peningkatan; sebelum pelatihan penguasaan materi sudah baik, yaitu 80%, setelah pelatihan penguasaan materi Canva meningkat menjadi 85%.

Simpulan

1. Peserta mempunyai pengetahuan tentang digital *marketing* dan memahami bagaimana caranya agar konsumen tertarik pada produk yang diiklankan. Ada peningkatan pengetahuan sebelum dan setelah dilakukan penyuluhan, sebelum penyuluhan tingkat pemahaman hanya 69%, dan setelah penyuluhan meningkat menjadi 81%.
2. Peserta bisa membuat desain produk menggunakan aplikasi Canva dan telah memanfaatkannya untuk beriklan di beberapa media sosial. Peserta sudah mempunyai iklan di media sosial, seperti: di WhatsApp, Instagram, Facebook, maupun Shopee. Pengetahuan tentang desain dengan Canva juga mengalami peningkatan, sebelum pelatihan penguasaan materi sudah baik, yaitu 80%, setelah pelatihan penguasaan materi Canva meningkat menjadi 85%.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian, Publikasi, dan Pengabdian (LP3M) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang telah membiayai kegiatan PKM ini melalui Surat Penetapan Kepala LP3M UMY dengan nomor: 551/PEN-LP3M/II/2021 tentang Penerima Pendanaan Pengabdian Kepada Masyarakat Program Peningkatan Tri Dharma Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Tahun 2020/2021 Batch 2. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada IPAS Bantul yang telah bekerjasama dengan baik sebagai mitra pada kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Ayuliana, A., & Adrianto, . D. (2021). Meningkatkan Pangsa Pasar UKM (Usaha Kecil Menengah) Melalui Pemanfaatan E-Commerce. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 1(2). Retrieved from <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/27>
- GeovanneFarell, Thamrin, Igor Novid, 2019. Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol.19, No.1, 2019, pp. 42-47
- Heidrick and Struggles, 2009. *The Adoption of Digital Marketing in Financial. Services Under Crisis*.

- Herningtyas, R., & Wirasenjaya, A. M. . (2021). Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Di Dusun Lopati Kelurahan Trimurti Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.18196/ppm.23.403>
- Nayoan, A., 2019. Cara Menggunakan Canva: Tutorial Membuat Design Gratis. <https://www.niagahoster.co.id/blog/cara-menggunakan-canva/>
- Nurdiarti, R. P., Wulandari, A. ., & Akbar, M. . (2021). Manajemen Usaha Berbasis Media Sosial Pada UMKM “Bakpia Ivan” Di Desa Janten, Bantul. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.18196/ppm.23.429>
- Styawan, D., tth. Cara Menggunakan Canva Gratis di PC dan Smartphone. <https://www.kawangadget.com/cara-menggunakan-canva/>
- Wibowo, A., Delima, R., & Santosa, H. B. (2021). Pelatihan Pemanfaatan TIK Untuk Pemasaran Produk Unggulan Desa Pada Desa Binaan Yayasan Trukajaya Di Jawa Tengah . *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 1(2). Retrieved from <https://prosiding.umy.ac.id/semnasppm/index.php/psppm/article/view/8>
- Winanta, A., & Ghozali, M. . (2021). Inisiasi Pemasaran Online Kelompok Usaha Kerajinan Anyaman Bambu Dusun Tangkil Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.18196/ppm.23.391>