

## Digitalisasi *Branding* UMKM Gula Aren Cek Midut Di Batang Hari Ogan Tegineneng, Pesawaran, Lampung

Dian Refyawati<sup>1</sup>, Salma Nur Azizah<sup>2</sup>, Dwi Indah Murdiyanti<sup>3</sup>, Rahman Pansamara<sup>4</sup>,  
Chintiya Rahmi Maharani<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Prodi Pendidikan Bahasa Inggris, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Prodi Psikologi Islam, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Syariah, Prodi Hukum Tata Negara, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Prodi Pendidikan Matematika, UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

Email: [dianrefyawati@radenintan.ac.id](mailto:dianrefyawati@radenintan.ac.id)

**Abstrak** – UMKM (Usaha Mikro, Kecil & Menengah) merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia, namun di era digital seperti saat ini UMKM membutuhkan inovasi baru dalam hal pemasaran produk yaitu dengan cara pemasaran daring. Untuk melakukan pemasaran daring dibutuhkan peran *digital branding*. Tim pengabdian KKN UIN Raden Intan Lampung 2023 berbasis kemandirian ekonomi bermitra pada salah satu UMKM di Desa Batang Hari Ogan yaitu Gula Aren Cek Midut untuk melakukan program digitalisasi branding. Tujuan dilakukan digitalisasi branding pada UMKM yaitu untuk memperkenalkan UMKM di dunia digital serta diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Metode yang dilakukan dalam pengabdian ini yaitu metode teknologi tepat guna, yang mana merupakan metode yang digunakan untuk kegiatan yang menawarkan ipteks baru yang lebih modern/unsur kebaruan daripada ipteks lama. Program *digital branding* ini dilakukan dengan beberapa cara berupa (1) pembuatan logo (2) pembuatan akun instagram (3) pendaftaran google maps (4) pembuatan banner dan (5) pembuatan linktree.

**Kata Kunci:** UMKM, Digital, *Branding*.

**Abstract** – *UMKM (Micro, Small & Medium Enterprises) are one of the means to improve the economy in Indonesia, but in the digital era like today UMKM need new innovations in terms of product marketing, namely by means of online marketing. To carry out online marketing, digital branding is needed. The 2023 Raden Intan Lampung UIN KKN service team based on economic independence partnered with one of the UMKM in Batang Hari Ogan Village, namely Gula Aren Cek Midut to carry out a branding digitization program. The purpose of digitizing branding for UMKM is to introduce UMKM in the digital world and is expected to expand the marketing reach of UMKM. The method used in this service is the appropriate technology method, which is a method used for activities that offer new science and technology that are more modern/new elements than the old science and technology. This digital branding program is carried out in several ways, namely (1) creating a logo (2) creating an Instagram account (3) registering for Google Maps (4) creating banners and (5) creating a link tree.*

**Keywords:** *UMKM, Digital, Branding*

### 1. PENDAHULUAN

Salah satu ukuran keberhasilan pemerintahan suatu negara yaitu dari sektor ekonomi. Pembangunan sektor ekonomi ini juga tidak lepas dari peran masyarakat yang memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia ini juga sebagai sarana mengentaskan kemiskinan karena UMKM menyebabkan angka penyerapan tenaga kerja meningkat.

Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto, UMKM merupakan salah satu cara untuk menjaga momentum pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. Kontribusi UMKM pada tahun 2023 terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) di Indonesia sebesar 61% dan menyerap sebanyak 97% tenaga kerja.

Menurut Fadly & Utama (2020) perkembangan zaman sekarang mewajibkan UMKM untuk memperbaharui sistem penjualannya agar dapat bersaing di era digital, pemasaran daring merupakan salah satu cara efektif yang dapat diterapkan di masa sekarang. Untuk melakukan pemasaran daring tersebut diperlukan peran dari *digital branding*, karena dengan branding yang baik maka suatu

produk akan mudah diingat orang, memperluas pasar, dll. *Digital branding* ini dapat berupa logo, sosial media, dll.

Dalam rangka menyelesaikan pengabdian KKN berbasis Kemandirian Ekonomi ini, penulis menetapkan salah satu UMKM di Desa Batang Hari Ogan yaitu Gula Aren Cek Midut untuk menjadi objek program “Digitalisasi Branding UMKM” dengan tujuan memperkenalkan UMKM di Desa Batang Hari Ogan di dunia digital dengan branding yang baik dan juga diharapkan dapat memperluas jangkauan pemasaran produk Gula Aren Cek Midut.

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 2.1. Metode

Penulis melakukan pengabdian dengan cara survey beberapa UMKM (Usaha Menengah, Kecil dan Mikro) di Desa Batang Hari Ogan, Kecamatan Tegineneng untuk menentukan UMKM yang cocok menjadi objek program kerja “Digitalisasi Branding UMKM” kami dan Gula Aren Cek Midut terpilih sebagai objek program kerja kami. Setelah itu, kami melakukan kunjungan ke rumah owner Gula Aren Cek Midut untuk menjelaskan mengenai program kerja kami yaitu “Digitalisasi Branding UMKM” & menawarkan kepada owner mengenai kesediaan owner Gula Aren Cek Midut untuk menjadi objek program kerja kami.

Pengabdian ini menggunakan metode teknologi tepat guna, yang mana merupakan metode yang digunakan untuk kegiatan yang menawarkan ipteks baru yang lebih modern/unsur kebaruan daripada ipteks lama.

### 2.2. Perancangan *Digital branding*

Tahap perancangan *digital branding* kit meliputi 3 aspek perancangan, yaitu perancangan brand identity, perancangan social media & perancangan aspek pendukung.

#### a. Perancangan brand identity

Brand identity merupakan elemen yang akan menjadi poin utama yang dikenal oleh pelanggan, perancangan brand identity disini yaitu pembuatan logo serta tagline.

#### b. Perancangan social media

Social media yang digunakan dalam program kerja “Digitalisasi Branding UMKM” disini adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang didesain bagi pengguna untuk membagikan berbagai foto, video dan berinteraksi dengan sesama pengguna lainnya. Instagram Gula Aren Cek Midut akan diisi oleh foto produk gula aren.

#### c. Perancangan aspek pendukung

Aspek pendukung disini meliputi 3 hal yaitu pendaftaran lokasi Gula Aren Cek Midut ke Google Maps, pembuatan linktree dan pembuatan banner Gula Aren Cek Midut.

### 2.3. Lokasi & Waktu Pelaksanaan

Lokasi : Rumah *Owner* Gula Aren Cek Midut. Jl. Hj. Maya, RT 12 RW 02, Desa Batang Hari Ogan, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran

Waktu Pelaksanaan : 10 Agustus 2023 & 16 Agustus 2023

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Tentang Gula Aren Cek Midut

Gula Aren Cek Midut merupakan salah satu UMKM yang berasal dari Desa Batang Hari Ogan dan Cek Midut ialah nama pemilik (*owner*) produk gula aren tersebut. Gula Aren Cek Midut berdiri sejak 5 tahun lalu yaitu sekitar tahun 2018. Gula Aren Cek Midut merupakan seorang agen gula aren, Cek Midut mengambil produk gula aren kepada salah satu *supplier* gula aren yaitu Gula Aren Ranau yang berlokasi di daerah Pesawaran.

Cek Midut menjual produk gula arennya di pasar tradisional & juga kepada para usaha – usaha yang membutuhkan gula aren, misalnya usaha es dugan, es cendol, dll. Cek Midut menjelaskan bahwa pemasaran Gula Aren Cek Midut ini paling banyak ke daerah Sekampung, Kabupaten Lampung Timur yaitu sebanyak 1 kuintal (100 kg) gula aren sekali pesan.

Harga gula aren yang dijual oleh Cek Midut yaitu sebesar Rp 25.000/Kg, dengan modal Rp 20.000/Kg. Namun Cek Midut juga sering menjual gula aren secara eceran kepada warga sekitar Batang Hari Ogan, yaitu seharga Rp 6000/biji gula aren.

Dalam suatu usaha pasti ada kendalanya, Cek Midut menjelaskan bahwa kendalapaling besar dalam usaha gula aren ini adalah jika pembeli membatalkan pesanan, yang mengakibatkan kerugian karena gula aren ini bisa mencair.



**Gambar 1.** Produk Gula Aren Cek Midut

### 3.2. Hasil Perancangan *Digital branding* Gula Aren Cek Midut

#### 1. *Brand Identity*

*Brand identity* adalah poin utama yang akan dikenal oleh pelanggan, dan brand identity tersebut dapat dilihat dari logo & tagline. Logo Gula Aren Cek Midut dilambangkan dengan huruf C & M yang berarti Cek Midut serta ditambahkan elemen gula aren agar lebih menjelaskan mengenai jenis usaha yang ada didalam logo. Selain itu terdapat tagline “Gula Aren Asli” yang menjelaskan bahwa produk yang dijual oleh owner merupakan gula aren asli tanpa ada campuran. Selain itu dipilihnya tema warna coklat karena menyesuaikan warna gula aren.



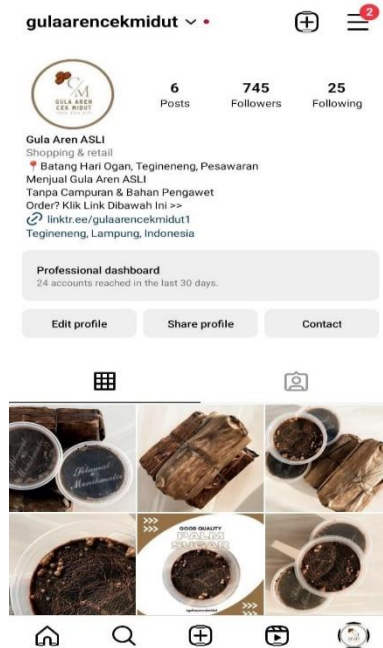
**Gambar 2.** Logo Gula Aren Cek Midut

#### 2. *Social Media*

Untuk memperkenalkan produk Gula Aren Cek Midut didunia digital, penulis menggunakan platform Instagram. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Huang, Yang & Lee (2017) menjelaskan bahwa media sosial membuat perubahan mendasar pada bisnis dengan menyediakan saluran gratis

untuk promosi. Dengan adanya saluran gratis tersebut, para pelaku UMKM dapat dengan mudah melakukan promosi di media sosial.

Gula Aren Cek Midut dengan akun @gulaareckmidut dibuat untuk memperkenalkan produk Gula Aren Cek Midut dengan cara memposting foto – foto produk gula aren serta menyertakan akses untuk memesan gula aren di dalam *linktree* yang berisikan nomor whatsapp & lokasi untuk pemesanan Gula Aren Cek Midut.



Gambar 3. Instagram Gula Aren Cek Midut @gulaareckmidut

### 3. Aspek Pendukung

#### a. Linktree

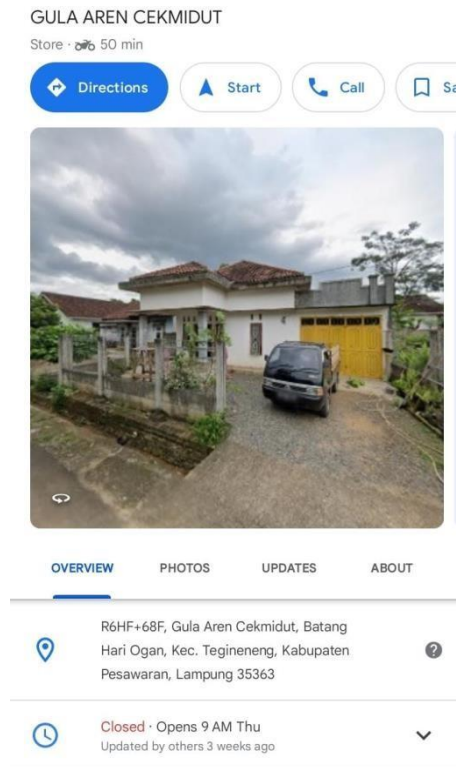
Linktree adalah sebuah *tool* yang berfungsi untuk memasukkan banyak link atau tautan ke dalam satu URL. Linktree yang dibuat yaitu berisi nomor whatsapp owner Gula Aren Cek Midut serta *link* Google Maps rumah owner Gula Aren Cek Midut. Tujuan dibuatnya Linktree ini agar memudahkan pembeli untuk mendapatkan akses untuk membeli produk gula aren.



Gambar 4. Linktree Gula Aren Cek Midut

### b. Pendaftaran Google Maps

Google Maps adalah salah satu layanan dari Google untuk mengakses peta online secara gratis, oleh karena itu Google Maps banyak digunakan oleh orang – orang. Pendaftaran Google Maps ini bertujuan agar pembeli/calon pembeli gula aren dapat dengan mudah menemukan alamat tempat membeli Gula Aren Cek Midut.



Gambar 5. Google Maps Gula Aren Cek Midut

### c. Pembuatan Banner

Tujuan dibuatnya banner adalah untuk menginformasikan mengenai produk yang dijual oleh Gula Aren Cek Midut. Banner yang telah dibuat diletakkan di depan rumah *owner* Gula Aren Cek Midut agar pembeli dapat lebih mudah untuk menemukan lokasi pembelian gula aren.



Gambar 6. Design Banner Gula Aren Cek Midut





Gambar 7. Foto bersama owner Gula Aren Cek Midut

#### 4. KESIMPULAN

Program Digitalisasi Marketing UMKM dilakukan sebagai salah satu program pengabdian KKN UIN Raden Intan Lampung 2023 di Desa Batang Hari Ogan dengan “Gula Aren Cek Midut” menjadi objek program kami. Program Digitalisasi Branding ini bertujuan untuk memperkenalkan UMKM di dunia digital dan diharapkan akan memperluas jangkauan pemasaran Gula Aren Cek Midut. Cara *digital branding* yang kami lakukan yaitu berupa : (1) Pembuatan logo, (2) Pembuatan akun instagram, (3) Pendaftaran lokasi ke google maps, (4) Pembuatan Banner, dan (5) Pembuatan linktree.

Dengan diadakannya program “Digitalisasi Branding UMKM” diharapkan UMKM Gula Aren Cek Midut dapat mengembangkan bisnisnya di dunia digital dengan memanfaatkan akses yang sudah kami sediakan yaitu di akun instagram @gulaarencekmidut.

#### REFERENCES

- Darmawan, Larasari, Mu'id, Maulidin, Susanto, 2022, “Implementasi Digital branding PadaUMKM Bidang Kuliner Di Kota Malang Dalam Rangka Akselerasi UMKM Go- Digital”, JP2T, Vol 3 No. 1, h. 33-39
- Fadly, H. D., Utama, 2020, *Membangun Pemasaran Online dan Digital branding ditengahPandemi Covid-2019*. Jurnal Ecoment Global, Vol. 5 No. 2
- Sarfiah, Atmaja, Verawati, 2019, “UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa”. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan), Vol. 4 No. 2
- Raynard Pardede, 2023, *Pertumbuhan UMKM Diperlukan untuk Jaga Momentum Pemulihan Ekonomi*, Kompas.id, dilihat 04 September 2023, <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/03/15/pertumbuhan-umkm-diperlukan-untuk-jaga-momentum-pemulihan-ekonomi>
- Arum Putri, 2022, *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia*, Kompas.com, dilihat 04 September 2023 <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia#:~:text=Peran%20UMKM%20dalam%20perekonomian%20Indonesia%20Dilansir%20dari%20situs.masyarakat%20berpendapatan%20rendah%20untuk%20menjalankan%20kegiatan%20ekonomi%20produktif.>