

PELATIHAN OPTIMALISASI BRANDING/MEREK DAN DIGITALISASI UMKM DI NAGARI SAWAH LAWEH KABUPATEN PESISIR SELATAN

David Malik¹; Yulihardi²; Edi Suandi³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baiturahmah
Jln. Aie Pacah, Kec. Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat 25586
E-mail : davidmalik@fekon.unbrah.ac.id (Koresponding)

Abstract: This community service program aims to enhance the branding and digital skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Nagari Sawah Laweh, Pesisir Selatan Regency. In today's digital era, strong branding and an online presence are critical for MSMEs to remain competitive and expand their market reach. This program includes training sessions focused on effective branding strategies, the use of digital platforms for business, and practical steps to establish a sustainable online presence. Participants will be introduced to essential digital tools and social media marketing techniques that can help them increase visibility and strengthen customer engagement. The outcomes of this program are expected to boost the entrepreneurial capacity of local MSMEs, empowering them to compete in the broader market while fostering regional economic growth. This initiative also aims to foster a digitally empowered MSME community that can adapt to rapid technological advancements and capitalize on digital opportunities

Keywords: *MSMEs, Branding, Digitalization, Social Media Marketing, Nagari Sawah Laweh*

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, terutama di daerah-daerah pedesaan seperti Nagari Sawah Laweh, Kabupaten Pesisir Selatan. Meski berkontribusi besar terhadap ekonomi lokal, UMKM di wilayah ini masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal optimalisasi branding dan penerapan digitalisasi untuk pemasaran. Branding yang kuat dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM, sementara digitalisasi memungkinkan akses pasar yang lebih luas dan efektif.

Di era digital, strategi branding dan kemampuan untuk memanfaatkan platform digital menjadi kebutuhan yang krusial untuk mempertahankan daya saing. Sayangnya, banyak pelaku UMKM di Nagari Sawah Laweh belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam kedua aspek ini. Oleh karena itu, Universitas Baiturahmah melalui program pengabdian masyarakatnya bertujuan memberikan pelatihan kepada UMKM setempat, untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam hal branding dan digitalisasi.

Dengan program ini, diharapkan UMKM di Nagari Sawah Laweh mampu mengoptimalkan potensi mereka dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi.

METODE

Pelatihan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan yang meliputi ceramah, pelatihan praktis, dan diskusi interaktif. Tahapan pertama adalah sesi ceramah, di mana peserta diberikan pemahaman mendasar tentang pentingnya branding dalam membangun identitas produk. Materi ini mencakup konsep dasar branding, elemen visual seperti logo, warna, dan desain kemasan yang menarik, serta cara menciptakan cerita merek (brand story) yang mampu menarik perhatian konsumen. Setelah sesi ceramah, pelatihan dilanjutkan dengan praktik digitalisasi yang fokus pada pemanfaatan platform digital untuk pemasaran. Peserta diajarkan cara menggunakan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, serta marketplace online untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dan efisien. Pelatihan

praktis ini meliputi tutorial pembuatan konten visual, penggunaan fitur-fitur promosi digital, dan strategi membangun interaksi dengan pelanggan melalui media online.

Pada tahap akhir, diadakan sesi diskusi interaktif di mana peserta diberi kesempatan untuk berbagi kendala yang mereka hadapi dalam branding dan digitalisasi bisnis mereka. Para pelatih memberikan solusi praktis yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi masing-masing UMKM, serta menawarkan tips manajemen konten sederhana yang bisa diterapkan secara mandiri. Diskusi ini juga mencakup pendampingan singkat untuk memastikan bahwa peserta dapat mempraktikkan materi yang telah dipelajari dengan baik. Metode-metode ini diharapkan mampu memberikan pemahaman menyeluruh kepada peserta, sekaligus membekali mereka dengan keterampilan praktis untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui branding dan digitalisasi yang optimal.

HASIL

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta mengenai branding dan digitalisasi. Peserta yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran secara konvensional kini mulai memahami pentingnya branding yang konsisten dan penggunaan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Sebagian besar peserta berhasil merancang logo dan elemen visual sederhana yang mencerminkan identitas merek mereka.

Selain itu, pelatihan ini berhasil membekali peserta dengan keterampilan dasar dalam menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. Peserta mampu membuat akun bisnis pada platform media sosial, mengatur tampilan produk yang lebih menarik, dan memanfaatkan fitur seperti story dan promosi berbayar. Setelah pelatihan, banyak peserta yang menyatakan ketertarikan untuk terus menggunakan media digital dalam pemasaran dan merasa lebih percaya diri dalam menghadapi pasar yang lebih luas.

PEMBAHASAN

Pelatihan optimalisasi branding dan digitalisasi UMKM di Nagari Sawah Laweh telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman peserta terkait strategi branding yang efektif dan pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Melalui pelatihan ini, peserta memahami bahwa branding bukan hanya sekadar memiliki logo atau nama yang menarik, tetapi juga mencakup penciptaan identitas merek yang dapat membangun kepercayaan konsumen. Dengan memahami elemen-elemen dasar branding, para peserta belajar untuk mengidentifikasi nilai unik produk mereka dan mengomunikasikannya secara efektif kepada target pasar.

Selain konsep dasar branding, pelatihan ini memperkenalkan peserta pada pentingnya memiliki “brand story” atau cerita merek yang mampu membangun keterikatan emosional dengan konsumen. Sebuah cerita merek yang kuat tidak hanya membuat produk lebih mudah diingat, tetapi juga menciptakan kedekatan yang dapat memengaruhi keputusan konsumen. Peserta pelatihan diajarkan cara menyusun cerita merek yang otentik dan relevan, sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penerapan cerita merek ini menjadi nilai tambah bagi produk UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.

Digitalisasi yang diajarkan dalam pelatihan ini juga memberikan wawasan baru bagi peserta tentang strategi pemasaran modern yang efektif. Para peserta diperkenalkan pada berbagai platform digital, seperti media sosial dan marketplace, yang dapat digunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran memungkinkan UMKM untuk memperkenalkan produk secara visual dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Sebagai contoh, peserta diajarkan cara membuat konten visual yang menarik untuk promosi di Instagram atau Facebook, dan memanfaatkan fitur promosi berbayar untuk meningkatkan jangkauan pemasaran.

Selain aspek teknis, pelatihan ini juga membahas kendala umum yang dihadapi UMKM dalam menerapkan strategi digital, seperti keterbatasan akses internet, keterbatasan waktu dalam mengelola akun media sosial, dan kurangnya pemahaman tentang fitur digital yang relevan. Untuk mengatasi tantangan ini, para pelatih memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan oleh UMKM di Nagari Sawah Laweh, seperti penggunaan aplikasi pemasaran otomatis untuk menghemat waktu dan penyusunan jadwal konten agar manajemen media sosial lebih terstruktur. Pendekatan ini membantu peserta memaksimalkan efektivitas strategi digital tanpa mengganggu waktu operasional utama mereka.

Selama diskusi interaktif, peserta juga diajak untuk berbagi pengalaman dan mendiskusikan kesulitan yang mereka hadapi dalam branding dan digitalisasi, baik di tingkat operasional maupun strategi. Diskusi ini membuka wawasan peserta mengenai berbagai teknik yang dapat diterapkan untuk mengatasi hambatan spesifik yang mereka alami, seperti bagaimana memilih platform digital yang sesuai dengan karakter produk mereka dan cara mengukur keberhasilan kampanye digital. Saling berbagi pengalaman ini juga memberikan perspektif baru bagi peserta dan membangun rasa kebersamaan di antara pelaku UMKM di daerah tersebut.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan praktis bagi peserta, tetapi juga membentuk pola pikir yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan. Para peserta kini lebih siap untuk menerapkan branding yang efektif dan memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian integral dari strategi pemasaran mereka. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa dengan panduan yang tepat, pelaku UMKM di daerah pedesaan juga mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan meningkatkan daya saing bisnis mereka. Ke depannya, dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak akan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan dari pencapaian yang telah diperoleh dalam

pelatihan ini.

SIMPULAN

Pelatihan optimalisasi branding dan digitalisasi UMKM di Nagari Sawah Laweh berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta mengenai branding dan pemasaran digital. Para peserta kini memiliki pengetahuan dasar untuk membangun identitas merek yang kuat dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang branding dan keterampilan digital, UMKM di Nagari Sawah Laweh diharapkan dapat bersaing lebih kompetitif dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya pelatihan serupa untuk memberdayakan UMKM di daerah lain. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan institusi pendidikan juga sangat diperlukan agar UMKM di daerah pedesaan dapat mengatasi tantangan-tantangan digitalisasi dan berkembang secara mandiri dalam jangka panjang

DAFTAR RUJUKAN

- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Frinces, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam.
- Kementrian Koperasi UMKM RI, 2005, *Peran UKM dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*, www.google.com, diakses 12 Maret 2012.
- Sarosa, P. (2005). *Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: Dream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

- Syaiful Bahri Djamarah, 2008, Psikologi Belajar , Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryana. (2003). Kewirausahaan Teori dan Praktek. Jakarta: Salemba Empat
- Suryana. 2003. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.
- Muhamad, M. (2014). Program Pendidikan Karakter dan Pemaknaan Pengembangan Soft Skill di SMK NU Gresik. *Jurnal Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan 2 (2)*.
- Nayla, A. P. (2014). *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*. Laksana.
- Prihatminingtyas, B. (2019). *Etika Bisnis: Suatu Pendekatan dan Aplikasinya Terhadap Stakeholders*. CV IRDH.
- Pearce, John, Robinson, Jr., Richard B. (1994). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. USA: Richard D. Irwin, Inc.
- Sriwidodo, H. (2010). *Manajemen: Sumber Daya Manusia*. YKPN