

LAPORAN PENGABDIAN



PENGUATAN STRATEGI DIGITAL BRANDING PRODUK UMKM PADA SENTRA KERAJINAN KHAS YOGYAKARTA

Ari Retno Purwanti, S.H., M.H., NIS : 19690307 199301 2001, NIDN : 0507036903
Puji Handayani Putri, S.T., M.Kom, NIS : 19900222 201601 2 001, NIDN
:0522029002

Pengabdian ini dilaksanakan atas dana bantuan dari
Universitas PGRI Yogyakarta melalui Anggaran LPPM Tahun 2023/2024

PRODI HUKUM BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN HUKUM
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Pengabdian : Penguatan Strategi Digital Branding Produk UMKM Pada Sentra Kerajinan Khas Yogyakarta
2. Mitra Pengabdian : Pengrajin Kulit Arum Handycraff
3. Nama Mitra : Pengrajin Kulit Arum Handycraf
4. Identitas Ketua Pengabdi
 - a. Nama Lengkap : Ari Retno Purwanti, S.H., M.H.
 - b. Pangkat/Golongan : Penata/Lektor, III C
 - c. NIS : 19690307 199301 2 001
 - d. Fakultas/Prodi : Fakultas Bisnis dan Hukum/ Hukum Bisnis
 - e. Telp/Email : 081802703229 / ariretno@upy.ac.id
5. Identitas Anggota 1
 - a. Nama : Puji Handayani Putri, S.T., M.Kom.
 - b. Pangkat/Golongan : Penata/Lektor, III C
 - c. NIS : 19900222 201601 2 001
 - d. Fakultas/Prodi : Fakultas Sains dan Teknologi/ Informatika
 - e. Telp/Email : 082323565460 / pujihp@upy.ac.id
6. Anggota Mahasiswa
 - a. Nama : Muhammad Fahriezal
 - b. NPM : 2311110005
 - c. Fakultas/Prodi : Fakultas Sains dan Teknologi/ Informatika
 - d. Telp/Email : 0895612492478 / muhammadfahriezalr@gmail.com
7. Anggota Mahasiswa
 - a. Nama : Ahmad Rhizki Pamungkas
 - b. NPM : 23111100001
 - c. Fakultas/Prodi : Fakultas Sains dan Teknologi/ Informatika
 - d. Telp/Email : 083870160596 / ahmadrhizki234@gmail.com
8. Lokasi Pengabdian : Pokdarwis Desa Wisata Manding RT 07 Manding Sabdodadi Bantul
9. Luaran yang dihasilkan : JETISH: Journal of Education Tecnology Information Sosial Sciences and Health E-ISSN: 2964-2507 P ISSN: 2964-819X
10. Waktu pelaksanaan : Maret-Agustus 2024
11. Biaya Pengabdian : Rp. 4000.000,-
12. Sumber Dana : LPPM Universitas PGRI Yogyakarta

Yogyakarta, 31 Juli 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi

Ketua Pengabdian

Dr Sigit Handoko, S.H, M.H
NIS. 196511101992021001

Ari Retno Purwanti, S.H., M.H.
NIS. 19690307 199301 2 001

Menyetujui,
Kepala Pusat Pengabdian Masyarakat

Bintang Wicaksono, M.Pd
NIS. 19890123 201404 1 014

KATA PENGANTAR

Puji syukur pengabdian panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan rahmatNya, sehingga pengabdian mampu menyelesaikan Laporan Pengabdian dengan judul “Penguatan Strategi Digital Branding Produk UMKM Pada Sentra Kerajinan Khas Yogyakarta”. Pengabdian merupakan penerapan ilmu kepada masyarakat dan merupakan salah satu kewajiban seorang dosen untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi yang meliputi Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Dalam kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian banyak mendapatkan bantuan berupa bimbingan dan saran dari berbagai pihak, dan pada kesempatan ini, ijin peneliti mengucapkan terima kasih kepada Yth:

1. LPPM Universitas PGRI Yogyakarta yang telah mendanai penelitian ini,
2. Bintang Wicaksono, M.Pd, selaku Kepala Pusat Pengabdian Universitas PGRI Yogyakarta,
3. Mitra UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)
4. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Pengabdian menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Pengabdian banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan. Akhir kata pengabdian ucapkan terimakasih, semoga Laporan Pengabdian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, Juli 2024

Tim Pengabdian

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman pengesahan.....	ii
Kata pengantar	iii
Daftar isi.....	iv
Daftar tabel	v
Daftar gambar	vi
Daftar Lampiran	vii
BAB I. Pendahuluan	1
A. Analisis Kondisi Mitra	1
B. Permasalahan Mitra.....	2
C. Tujuan dan Manfaat	2
BAB II. Solusi Permasalahan dan Target Luaran	3
BAB III. Metode dan Tahapan Pelaksanaan	5
BAB IV. Hasil Pelaksanaan Kegiatan.....	6
A. Pelaksanaan Kegiatan.....	6
B. Partisipasi Masyarakat	6
C. Kebermanfaatan Kegiatan Pengabdian	6
BAB V. Luaran yang dicapai	9
BAB VI. Rencana Tindak Lanjut.....	10
BAB VII. Kesimpulan dan Saran.....	11
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luaran/Kebermanfaatan bagi Mitra	3
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengabdi melihat bahan baku kulit.....	7
Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan	7
Gambar 3. Foto produk dalam web UMKM	8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Surat Kesediaan Mitra

Lampiran 2. Presensi peserta pelatihan

BAB I PENDAHULUAN

UMKM sejak COVID mengalami penurunan dalam penjualan dan memproduksi produk UMKM. Saat ini UMKM mulai bangkit secara perlahan. Oleh karena itu, pengabdian membantu pelaku UMKM agar dapat memasarkan produk Unggulan UMKM lebih luas dan memberikan pengetahuan tentang membranding produk agar dapat bersaing dengan pesaingnya serta dapat memiliki Hak Cipta produk.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2022. UMKM menyumbangkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Pengembangan kapasitas dari pengrajin agar dapat meningkatkan hasil produk dan penjualan/pemasaran. Berdasarkan penelitian yang relevan permasalahan yang ada pada UMKM adalah 1) Aspek mentalitas pengrajin karena pengembangan usaha yang tradisional, 2) Tidak memiliki sifat yang visioner, 3) Masalah Desain yang kurang menarik, 4) Strategi pemasaran yang masih sederhana belum menggunakan media-media yang efektif, 5) Penyediaan bahan baku yang mengalami kenaikan harga. (Mulyatini & Herlina : 2014).

A. ANALISIS SITUASI

Pengrajin Kulit Arum Handycraf merupakan pengrajin Tas dan souvenir. Sejak pandemi hingga saat ini mengalami penurunan dalam tingkat penjualan dan pemasaran hasil produk serta belum membranding produk serta usahanya untuk meningkatkan kualitas branding produk. UMKM seharusnya melakukan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Hal ini diartikan dengan menganalisa apa saja kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman terhadap produk yang dihasilkan. Dari hasil ini maka akan ditemukan sesuatu yang paling unggul yang membedakan produk UMKM dengan produk lain. Ciri khas dari suatu produk UMKM itu yang akan dijadikan materi promosi seperti spesifikasi kulit yang digunakan, model dan harga produk UMKM. Karena ciri khas dari produk akan menentukan brand.

B. PERMASALAHAN MITRA

Permasalahan yang ada di Pengrajin Kulit Arum adalah

1. Kemampuan IT dari pekerjaanya masih terbatas sehingga kurangnya akses dalam pemasaran produk.
2. Membranding produk UMKM untuk membedakan hasil dari produk UMKM yang lainnya.

C. TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuannya dan manfaat dari kegiatan pengabdian diantaranya :

- a. Memberikan Pengetahuan tentang Branding yaitu manfaat Branding Produk.
- b. Memberikan ketrampilan tentang cara Digital Branding Produk secara online melalui web E-commerce.
- c. Meningkatkan kualitas pelayanan dalam penjualan produk
- d. Meningkatkan kualitas produk

BAB II SOLUSI PERMASALAHAN DAN TARGET LUARAN

Tabel 1. Luaran/Kebermanfaatan bagi Mitra

Jenis Luaran	Indikator
Luaran/Kebermanfaatan Bagi Mitra	
Peningkatan Pengetahuan	Adanya peningkatan pengetahuan tentang apa itu branding, manfaat branding, cara branding produk yang efektif.
Peningkatan Ketrampilan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya ketrampilan membuat logo branding produk 2. Strategi pemasaran digital. Situs Web UMKM dibuat desain yang menarik, navigasi yang sederhana, tampilan yang responsive diberbagai perangkat dan konten yang relevan. Sehingga memudahkan transaksi bisnis antar pelaku UMKM.
Peningkatan kualitas pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan web UMKM untuk mempromosikan produk/ layanan UMKM. 2. Menggunakan <i>Teknik retargeting /remarketing</i> untuk menargetkan pengunjung yang sebelumnya telah mengunjungi situs web/mengklik iklan. 3. Menggunakan/memiliki situs web yang professional dan informatif sebagai dasar dari strategi pemasaran digital.
Peningkatan kualitas produk	<ol style="list-style-type: none"> 4. Pengrajin kulit di Arum Handycraff berusaha menggunakan bahan kulit asli dan sintetis agar dapat menyesuaikan harga di pasaran.
Luaran Pengabdian	
Artikel Ilmiah pada jurnal nasional terakreditasi SINTA	JETISH: Journal of Education Tecnology Information Sosial Sciences and Health E-ISSN: 2964-

Membangun brand dengan terbuka dan menyesuaikan dari produk usaha UMKM. Prinsip dari branding adalah membuat produk UMKM yang memiliki ciri yang khas yang berbeda dengan produk UMKM yang lainnya. Mengembangkan visualisasi produk, prinsip-prinsip dalam cara branding produk UMKM yaitu :

1. Menggunakan gambar atau foto berkualitas tinggi yang relevan dengan produk,
2. Memilih font yang mudah dibaca dan ukuran yang tepat,
3. Menyesuaikan warna yang digunakan dalam identitas merek,
4. Menghindari menggunakan warna yang terlalu mencolok agar visualitas dan tetap elegan,
5. Memastikan tulisan itu mudah dipahami .

Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut diatas visualisasi merek akan mampu mencerminkan identitas yang kuat, memberikan kesan professional, dan dapat mudah dikenali dengan pelanggan. Sedangkan untuk memaksimalkan efektivitas branding halaman web dan media social harus di isi dengan konten yang sejalan dengan identitas merek UMKM.

BAB III METODA PELAKSANAAN

Pengabdian dengan Mitra yaitu Pengrajin Kulit Arum Handycrafts mengadakan pertemuan untuk menanyakan permasalahan yang dihadapi, yaitu :

1. Permasalahan dalam bidang produksi itu adanya kenaikan harga barang baku kulit sehingga mempengaruhi biaya produksi maka juga akan berpengaruh pada harga suatu produk tas atau handycrafts yang dihasilkan. Hal tersebut juga akan mempengaruhi pada produksi tas, sehingga pengrajin pun menjadi berkurang pendapatannya karena hanya sedikit produk yang dihasilkan.
2. Permasalahan dalam bidang manajemen kurang adanya koordinasi dengan baik antara pimpinan dan pekerja,
3. Permasalahan pemasaran kurangnya kemampuan Ilmu Teknologi yang dimiliki pekerja yang ada di mitra sehingga belum mampu membuat Web pemasaran produk dari mitra.

Pengabdian dilaksanakan selama 2 hari dengan peserta pelatihan berjumlah 20 orang. Pengabdian berlokasi di Pendopo Pokdarwis Desa Wisata Manding RT 07 Manding Sabdodadi Bantul. Partisipasi Mitra dalam pelaksanaan program adalah sebagian dari pekerja yang mendapatkan pelatihan dan pemberian pengetahuan tentang pembuatan brand yang akan dipergunakan dalam produk-produk yang dihasilkan.

Peran Pengabdian pertama adalah memberikan materi penyuluhan terhadap arti pentingnya brand produk dari UMKM di tinjau dari Hukum Bisnis sedangkan pengabdian kedua akan membantu pemasaran produk melalui web UMKM ditingkat Nasional dan International. Selain itu mendukung digital branding pada konten web UMKM. Mahasiswa membantu kegiatan selama pengabdian berlangsung. Keahlian pengabdian dibidang Informatika yaitu pada pengembangan web UMKM, serta pemasaran secara digital.

Pelaksanaan Evaluasi akan dapat dilihat hasilnya setelah adanya web pemasaran yang dihasilkan oleh pengabdian dengan ada atau tidaknya kenaikan pemesanan produk dari UMKM ini. Begitu pula pembuatan branding ini juga akan diketahui dikemudian hari apakah brand dari produk ini memiliki pengaruh terhadap kenaikan produksi dengan meningkatnya pemesanan atau penjualan.

BAB IV HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian dilaksanakan dalam 2 hari yaitu hari Kamis 7 Maret 2024 Pengabdi melakukan diskusi dengan pemilik yang sekaligus pokdarwis Desa Wisata Manding tentang permasalahan yang terjadi di Mitra Arum Handycraf. Hari kedua pada hari Jumat, 8 Maret 2024 dengan mengadakan penyuluhan dengan materi Penguatan Strategi Digital Branding Produk.

Upaya melakukan branding agar efektif dan tidak memerlukan banyak biaya diperlukan strategi diantaranya :

1. Menggunakan media sosial, seperti facebook, instagram, youtube dan twitter atau apapun yang banyak digunakan untuk meningkatkan eksistensi merek dan sebagai lahan promosi
2. Website, diupayakan website semenarik mungkin sehingga menarik pelanggan. Deskripsikan secara jelas dan lengkap semua hal tentang produk yang dihasilkan.
3. Signature Email. Signature biasanya berisi nama pengirim, brand, alamat dan kontak sang pengirim
4. Email Marketing (Mailchimp), Mailchimp adalah layanan email marketing terbaik yang memungkinkan pengrajin mengirimkan email berbentuk surat ataupun *newsletter* ke banyak penerima dalam waktu bersamaan. Keunggulan *mailchimp* sebagai email marketing pengrajin adalah template yang beragam membuat pengrajin bebas memilih template yang digunakan untuk meraih perhatian pelanggan. Satu hal yang penting, *Mailchimp* juga memungkinkan pengrajin untuk membuat campaign untuk strategi *Google*.

B. Partisipasi Masyarakat

Memberikan dukungan berupa lokasi pengabdian. Peserta pengabdian yang merupakan pengrajin UMKM.

C. Kebermanfaatan Kegiatan Pengabdian

1. Menjalinkan kerjasama dengan Mitra UMKM. Mitra terbantu dengan adanya pemasaran produk secara online.
2. Mendapatkan ilmu tentang membranding produk hasil UMKM

3. Foto produk UMKM yang dihasilkan difoto menggunakan kamera profesional dan di upload/di promosikan secara online melalui web UMKM <https://ranum.handycrafts.com>

Berikut beberapa foto dokumentasi kegiatan pengabdian.

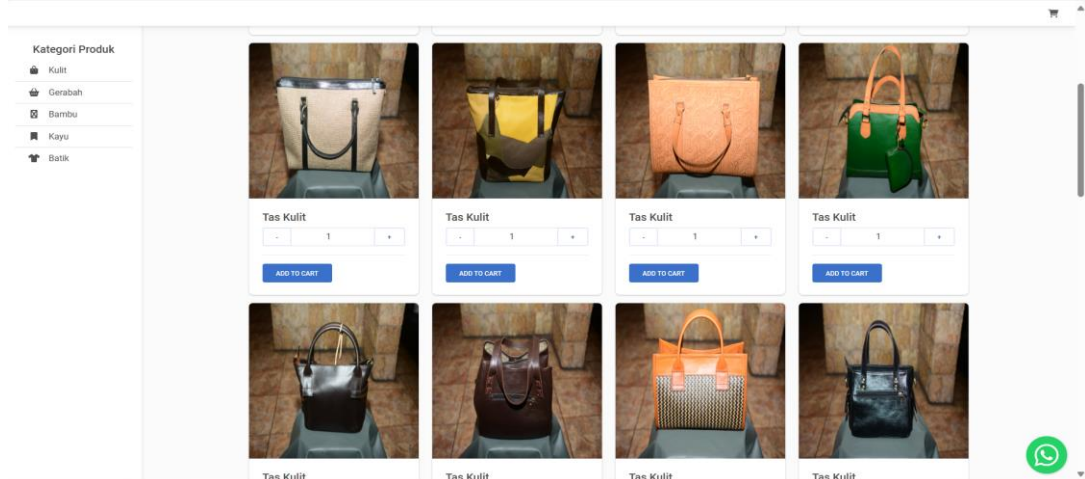


Gambar 1. Pengabdian melihat bahan baku kulit



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan

Inilah contoh produk tas yang dihasilkan oleh Pengrajin Kulit “Arum” Handycrafts



Gambar 3. Foto produk dalam web UMKM

Adapun produk UMKM kerajinan kulit tampil di web UMKM <https://ranum-handycrafts.com> pada menu kategori produk kulit. Tampilan web dibuat dengan navigasi sederhana, template sederhana, untuk memudahkan penggunaanya dalam bertransaksi. Foto produk berkualitas dilengkapi dengan font yang jelas dipahami serta memiliki detail barang berupa informasi spesifikasi barang dan harga barang. Memiliki kode barang serta tombol pesan jumlah barang. Invoice/kuitansi otomatis dapat menghitung total pesanan. Adanya fitur komunikasi antara pelanggan dengan pelaku UMKM.

BAB V LUARAN YANG DICAPAI

Luaran yang dicapai diantaranya :

1. Melakukan Pemasaran Online berbasis Progressive Web Apps secara nasional dan Internasional melalui Media Masa, untuk memperluas pangsa pasar melalui Web Online, Web sering dikunjungi oleh Masyarakat baik ditingkat Nasional maupun International
2. Membangun Brand Produk UMKM dengan cara melengkapi konten /Isi web antara lain mengambil foto/gambar produk, membuat kode barang, menerapkan tamplate Web, Menginformasikan spesifikasi barang, mencantumkan harga barang.
3. Luaran berupa artikel/jurnal pengabdian di JETISH: Journal of Education Tecnology Information Sosial Sciences and Health E-ISSN: 2964-2507 P ISSN: 2964-819X

BAB VI RENCANA TINDAK LANJUT

Rencana tindak lanjut yang akan dilakukan oleh tim pengabdian yaitu meningkatkan digital branding produk melalui kualitas logo yang memiliki ciri khas tertentu. Pengabdian akan memberikan pelatihan pembuatan logo produk serta membantu menguruskan HAKI logo produk supaya memiliki kekuatan hukum bisnis. Selain itu pengabdian akan memberikan pelatihan berupa pembuatan buku katalog produk UMKM untuk menarik minat pelanggan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pelaksanaan pengabdian dengan pemberian materi tentang Strategi Digital Branding telah terlaksana dengan baik dan pengenalan Web UMKM kerajinan kulit tampil di web UMKM <https://ranum-handycrafts.com> pada menu kategori produk kulit

B. Saran

Pengrajin Kulit Arum Handycrafts dan pekerjanya dapat meningkatkan lagi kemampuan menggunakan media social agar menambah peluang penjualan produk secara online.

DAFTAR PUSTAKA

1. Amstrong, G. & Kotler. P. 1997. Prinsip-prinsip pemasaran. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga
2. Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. Pemasaran, Edisi pertama. Salemba Empat. Jakarta
3. Ifah Bunga .A Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan UMKM di Era Digital , Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 2
4. Kotler, P & Keller, K.L .(2012). Marketing Management (14th edition). Boston : Pearson Education Presentice Hall.
5. Kotler, K.L (2013) Strategi Brand Management, USA: PEARSON.
6. Setiadi, N.J. 2003. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta : Kencana.
7. Sudarwati, Y., & Satya, V. (2013) Strategi pengembangan merek usaha mikro, kecil, dan menengah Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik 4(1) , 89-101
8. *Rangkuti*, Freddy. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. Direktorat Pelayanan Publik.
9. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Indonesia. Prednada Media Group. *Neumeier*, Marty. 2003

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Kesediaan Mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA MITRA DALAM PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SAMSIDI
Jabatan : PEMILIK
Nama mitra : Pengrajin Kulit Arum Handycraft
Bidang usaha : UMKM Kerajinan Kulit
Alamat : Desa Wisata Manding RT 07 Manding Sabdodadi Bantul

Menyatakan bersedia untuk bekerja sama menjadi Mitra UMKM dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul pengabdian “Penguatan Strategi Digital Branding Produk UMKM pada Sentra Kerajinan Khas Yogyakarta berbasis Web UMKM” bersama,

Tim Pengabdian : 1. Ari Retno Purwanti, S.H., M.H. (Ketua)
2. Puji Handayani Putri, S.T., M.Kom. (Anggota)
Program Studi : 1. Hukum Bisnis
2. Informatika
Perguruan Tinggi : Universitas PGRI Yogyakarta

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 25 Januari 2024
Yang membuat pernyataan



Lampiran 2. Presensi Peserta Pelatihan