



PEMANFAATAN DIGITAL BRANDING DALAM UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN UMKM (STUDI KASUS PALEMBANG HARUM)

Oleh

Alkindi Aras Akbar¹, Siti Rahayu Pratami Lexianingrum², Desy Misnawati³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas Binadarma

Email: ¹alkindiaras@gmail.com, ²siti.rahayu.pratami.lexianingrum@binaarma.ac.id,

³desy_misnawati@binadarma.ac.id

Article History:

Received: 14-07-2024

Revised: 26-07-2024

Accepted: 29-08-2024

Keywords:

Koneksi Matematis,

Tabula Pot, Cabe

Rawit

Abstract: Dalam era digital saat ini, pemanfaatan digital branding telah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Artikel ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana penerapan digital branding dapat meningkatkan kinerja pemasaran UMKM, dengan studi kasus pada Palembang Harum, sebuah produk lokal khas Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital branding yang diterapkan secara strategis mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Selain itu, artikel ini juga mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengimplementasikan digital branding serta memberikan rekomendasi untuk mengoptimalkan pemanfaatannya

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Sebagai tulang punggung ekonomi nasional, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang. Meskipun perannya strategis, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal komersialisasi dan akses pasar yang lebih luas.

Kemajuan teknologi digital menawarkan peluang baru bagi UMKM untuk mengatasi tantangan pemasaran. Digital branding sebagai strategi pemasaran modern memungkinkan UMKM meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Melalui digital branding, UMKM dapat membangun identitas merek yang kuat, menarik calon pelanggan, serta membangun loyalitas konsumen. Platform digital seperti media sosial, situs web, dan e-commerce menciptakan peluang bagi UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif.

Palembang Harum, sebuah UMKM yang bergerak di bidang kuliner khas Palembang, menjadi contoh relevan dalam konteks digital branding. Dalam upaya meningkatkan pemasaran dan menjangkau lebih banyak konsumen, Palembang Harum menerapkan berbagai strategi digital branding, seperti penggunaan media sosial untuk beriklan dan partisipasi aktif dalam platform e-commerce. Studi kasus Palembang Harum ini penting untuk dikaji karena



memberikan wawasan mengenai bagaimana UMKM dapat menerapkan digital branding secara efektif.

Seiring perkembangan teknologi dan perangkat lunak, UMKM memiliki peluang besar untuk memproduksi konten visual yang menarik tanpa biaya besar. Dengan pelatihan dan pemahaman yang tepat tentang strategi digital branding, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan media foto dan video untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka di pasar.

Kemajuan teknologi fotografi dan videografi, seperti kamera smartphone yang canggih hingga aplikasi pengeditan foto yang mudah digunakan, memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menghasilkan konten visual yang profesional tanpa biaya besar. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan foto dan video untuk meningkatkan presentasi produk, menarik perhatian calon pembeli, dan membangun citra positif di mata konsumen.

METODE

Program magang di Palembang HARUM dirancang melalui tiga tahapan utama: persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi dan pelaporan.

1. **“Tahap Persiapan”** Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan meliputi pengumpulan informasi terkait perusahaan, penyesuaian program dengan kebutuhan peserta, serta pengembangan keterampilan yang diperlukan sebelum magang dimulai. Keterampilan yang dikembangkan meliputi keterampilan teknis dan non-teknis yang relevan dengan bidang yang akan digeluti oleh peserta.
2. **“Tahap Pelaksanaan Magang”** Tahap ini merupakan inti dari program magang, di mana peserta mulai terlibat langsung dalam kegiatan perusahaan. Kegiatan ini mencakup pelaksanaan tugas-tugas yang sesuai dengan bidang magang peserta, serta pengembangan keterampilan profesional dan bisnis. Peserta magang mendapatkan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dalam situasi kerja nyata, dengan bimbingan dari mentor yang ditunjuk oleh perusahaan.

“Tahap Evaluasi dan Pelaporan” Tahap akhir dari program magang ini mencakup evaluasi terhadap performa peserta magang dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Evaluasi dilakukan secara menyeluruh untuk memberikan masukan konstruktif bagi peserta. Selain itu, peserta juga diwajibkan untuk menyusun laporan magang yang mendokumentasikan seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan, tantangan yang dihadapi, serta pelajaran yang dipetik selama periode magang. Laporan ini akan menjadi bahan pertimbangan dalam penilaian akhir dan refleksi program.

HASIL

Selama magang di Palembang HARUM, saya telah berhasil mencapai sejumlah pencapaian dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai aspek operasional dan pemasaran bisnis tersebut. Salah satu pencapaian yang dicapai adalah dalam pembuatan foto desain dinding, dimana saya berhasil menciptakan elemen dekoratif yang meningkatkan estetika dan suasana di toko Palembang HARUM. Selain itu, saya juga berhasil membuat foto produk yang berkualitas tinggi untuk keperluan media sosial. Melalui foto-foto tersebut, minat dan kepercayaan pelanggan dapat ditingkatkan, sekaligus memperkuat identitas merek Palembang HARUM.



Selanjutnya, saya juga berhasil membuat video iklan edisi lebaran yang menarik perhatian audiens. Video tersebut tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga membantu Palembang HARUM memperkenalkan produknya ke pasar baru melalui platform media sosial. Di samping itu, saya juga berperan dalam merancang desain list menu yang memberikan informasi yang diperlukan kepada pelanggan dan mencerminkan branding bisnis. Demikian pula, dalam pembuatan desain hampers edisi lebaran, saya berhasil menciptakan desain yang menarik, memperkuat daya tarik visual produk, dan meningkatkan brand image Palembang HARUM.

Kontribusi saya juga meliputi peran sebagai editor dan kreatif di Palembang HARUM. Memberikan ide-ide baru untuk media marketing, memberikan wawasan dalam pembuatan foto produk, video, dan desain grafis, serta menghasilkan ide-ide yang memperkaya nuansa baru dalam promosi di Palembang HARUM. Turut serta Sebagai produser dan editor dalam pembuatan video promosi yang memenuhi standar profesional, bertujuan untuk bersaing dengan brand-brand besar lainnya dan meningkatkan digital branding Palembang HARUM.

Salah satu pencapaian utama saya adalah Saya telah mendapatkan banyak pengalaman editing dan pengalaman baru di bidang kreatif yang menghasilkan konten visual yang berkualitas tinggi untuk media sosial Palembang HARUM. Pencitraan produk yang saya kembangkan telah membantu meningkatkan penjualan dan menarik perhatian pelanggan potensial.

Namun, selama magang, terdapat kendala yang dihadapi, terutama dalam kurangnya ide atau bahan referensi saat membuat poster foto dan pembuatan video dengan tema klasik namun modern. Untuk mengatasi hal tersebut, solusi yang ditemukan adalah dengan berdiskusi langsung dengan pemilik Palembang HARUM untuk mendapatkan bantuan dan menyelesaikan program dengan lancar. Ini menunjukkan adanya kerjasama yang baik antara kami dan pihak Palembang HARUM dalam mengatasi tantangan dan mencapai tujuan bersama.

pada kegiatan magang di PALEMBANG HARUM ada beberapa tugas atau proyek yang telah saya realisasikan antara lain;

Membuat Foto Desain Dinding



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 1 Pemasangan Foto Desain Dinding



Pembuatan foto desain dinding untuk menjadi elemen dekoratif yang menambah estetika dan suasana pada toko di Palembang HARUM.

Membuat Foto Produk Untuk Keperluan Media Sosial



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 2 Foto Produk kue Pie Buah

Menampilkan produk atau layanan dengan foto berkualitas tinggi dapat menarik minat dan kepercayaan pelanggan. Foto yang bagus dapat menyoroti fitur, kualitas, dan manfaat produk. Foto produk yang konsisten dengan identitas visual merek membantu dalam membangun dan memperkuat brand identity. Ini menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Dengan adanya foto produk dapat menunjukkan detail produk, seperti tekstur, dan warna. Ini membantu konsumen untuk lebih memahami apa yang mereka beli dan membuat keputusan pembelian yang lebih informasi.

Membuat Video Iklan Hampers edisi lebaran

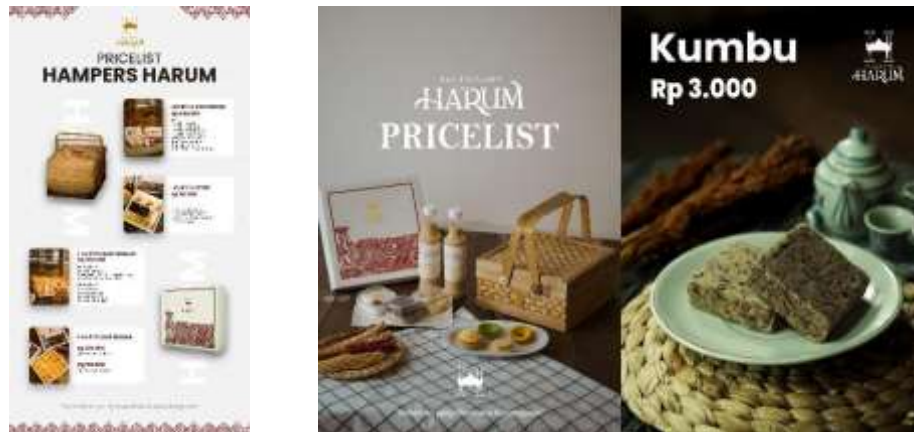


Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3 Potongan Clip Video Iklan Hampers Palembang HARUM

Video iklan cenderung lebih menarik perhatian dibandingkan dengan teks atau gambar statis. Video dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik dan dinamis, sehingga meningkatkan engagement dari audiens. Dengan memanfaatkan platform media sosial, video iklan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Ini membantu UMKM untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar baru tanpa perlu investasi besar dalam iklan tradisional.

Membuat Desain List Menu



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4 List menu Palembang HARUM

Menu memberikan informasi yang diperlukan tentang hidangan yang ditawarkan, termasuk nama, deskripsi, harga, dan kadang-kadang bahan atau metode memasak. Ini membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih informasi dan mengurangi pertanyaan kepada staf. Selain itu, menu yang dirancang dengan baik dapat mencerminkan branding dan identitas bisnis. Desain, warna, dan gaya penulisan dapat memperkuat citra bisnis dan meninggalkan kesan yang baik pada pelanggan.

PEMBAHAAN

pengalaman sebagai Editor dan Kreatif selama magang di Palembang HARUM telah memberi saya wawasan yang berharga tentang dunia bisnis dan memungkinkan saya untuk mengembangkan keterampilan yang sangat diperlukan di bidang ini. Saya berhasil mengembangkan keterampilan fotografi, videografi, editing, perencanaan promosi, dan kreativitas dalam desain. Saya juga meningkatkan kemampuan analisis dan evaluasi kinerja kampanye promosi. Untuk mencapai hasil yang lebih baik, saya perlu terus mengasah keterampilan editing agar selalu memiliki kualitas yang konsisten dan menarik.

Saya dapat berkolaborasi dengan anggota tim dan atasan dengan baik, serta memberikan kontribusi yang berarti dalam proyek-proyek yang diberikan kepada saya. Saya juga akan mencari peluang untuk mengikuti pelatihan lanjutan dalam bidang editing dan kreatif untuk terus meningkatkan keterampilan saya dan tetap relevan dalam industri yang terus berkembang.

KESIMPULAN

Program magang di Palembang HARUM memberi saya banyak kesempatan untuk mengembangkan berbagai keterampilan teknis dan kreatif serta keterampilan profesional dan bisnis. Program ini mencakup tiga fase utama: persiapan, implementasi, evaluasi dan pelaporan, memastikan pengalaman magang yang komprehensif. Selama magang, saya menyelesaikan beberapa proyek penting antara lain pembuatan foto desain hiasan dinding, foto produk untuk media sosial, video promosi keranjang bingkisan edisi lebaran, desain menu daftar belanjaan, desain keranjang bingkisan edisi lebaran, dan desain kartu ucapan. Kontribusi saya sebagai editor dan kreatif, serta editor dan produser video promosi, telah



membantu Palembang HARUM menciptakan nada baru dalam media pemasaran dan meningkatkan jumlah teknis branding.

Meskipun terdapat kendala seperti kurangnya ide atau referensi untuk proyek tertentu, solusi efektif ditemukan melalui diskusi dengan pemilik HARUM Palembang, yang menunjukkan kerja sama yang baik. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan saya tetapi juga mempersiapkan saya menghadapi tantangan dunia kerja nyata. Secara keseluruhan, program magang ini berhasil meningkatkan keterampilan fotografi, videografi, editing, perencanaan periklanan dan desain kreatif serta kemampuan menganalisis dan mengevaluasi efektivitas periklanan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Dalam penyusunan proposal magang ini, kami mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas rahmat dan petunjuk-Nya. Kami juga berterima kasih kepada Prof. Dr. Sunda Ariana M.Pd., M.M., Rektor Universitas Bina Darma Palembang; Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D., Dekan Fakultas Sosial Humaniora; Dr. Desy Misnawati M.I.Kom., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi; serta Siti Rahayu Lexianingrum M.I.Kom., Dosen Pembimbing kami yang telah memberikan bimbingan dan motivasi. Terima kasih juga kepada Muhammad Mardho Tilla, owner Palembang HARUM, serta seluruh staf dan teman-teman di Palembang HARUM atas dukungan dan kerja sama mereka. Kami juga menghargai dukungan keluarga dan sahabat penulis. Kami menyadari bahwa proposal ini mungkin belum sempurna dan sangat mengharapkan masukan serta saran untuk perbaikan. Semoga proposal ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik komunikasi.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102.
- [2] Rafiah, K. K., & Kirana, D. H. (2019). Analisis adopsi media sosial sebagai sarana pemasaran digital bagi UMKM makanan dan minuman di Jatinangor. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 2(1), 188-198.
- [3] Wartika, I. M. B. L. P., Mahendra, A. A. P. P., Wirawan, I. P. A., Mahyuni, L. P., & Wirsu, I. N. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pengenalan Pemasaran Digital Khususnya Media Sosial Sebagai Sarana Promosi di Era Pandemi. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 7(2), 285-292.
- [4] Krisnaesanti, A., Naufalin, L. R., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Media Digital Sebagai Alternatif Pemasaran Digital Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1063-1073.
- [5] Mariam, S., & Ramli, A. H. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Membangun Praktik Digital Marketing Unggul Untuk Peningkatan Pemasaran UMKM Di Kota Jakarta Barat. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services*, 3(4), 379-390.
- [6] Waqfin, M. S. I., Wulandari, S. R., Tifliya, F. M., Indrayani, S., Wahyudi, W., & Roziqin, M. K. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan pada UMKM di Desa Kepuhdoko Jombang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*,



- 2(3), 155-159.
- [7] Sugiyanti, L., Rabbil, M. Z., Oktavia, K. C., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *Masarin*, 1(2), 100-110.
 - [8] Akbar, S. (2018). Peran Creative Assistant dalam Program Lunch Box di MNC Channels. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
 - [9] Anisah, N. (2018). Strategi Creative Assistant Bharata Radio Makassar Dalam Meningkatkan Kualitas Program Sarapan Pagi. 2018: Universitas Islam Negeri Alauddin.
 - [10] Lubis, L. (2012). Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Penerbit Universitas Trisakti. Buku ini menjelaskan dasar-dasar desain komunikasi visual dan pentingnya identitas visual dalam branding.
 - [11] Suryana, A., & Mulyana, D. (2013). Desain Grafis dan Identitas Visual. Bandung: Penerbit ITB. Buku ini membahas bagaimana desain grafis dan identitas visual dapat mempengaruhi persepsi merek dan membangun citra yang kuat.
 - [12] Puspitasari, D. (2018). Strategi Digital Branding untuk UMKM di Indonesia. Surabaya: Penerbit Airlangga University Press. Buku ini memberikan panduan tentang bagaimana UMKM di Indonesia dapat memanfaatkan digital branding untuk meningkatkan pemasaran mereka.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN