

Pelatihan *Digital Marketing* dan *Branding* Produk UMKM di Kelurahan Baru Ilir Balikpapan

Nisa Rizqiya Fadhliana^{*1}, Aditya Putra Pratama², Muhammad Yus Fadillah³, Resti Novelinda⁴, Christina Wulandari⁵, Hamman Fadillah⁶, Reza Yusril Naufal⁷,
Muhammad Thariq Fudhail⁸

^{1,8}Program Studi Informatika, Institut Teknologi Kalimantan;

^{3,5,7}Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Kalimantan;

^{2,4}Program Studi Matematika, Institut Teknologi Kalimantan

Jl. Soekarno Hatta KM.15, Balikpapan

e-mail: ^{*1}nisafadhliana@lecturer.itk.ac.id, ²adityapp@lecturer.itk.ac.id,

³10191059@student.itk.ac.id, ⁴02191025@student.itk.ac.id, ⁵10191019@student.itk.ac.id,

⁶10191037@student.itk.ac.id, ⁷10191071@student.itk.ac.id, ⁸11191055@student.itk.ac.id,

Abstrak

Kota Balikpapan merupakan salah satu kota yang memiliki beragam kegiatan ekonomi, salah satu kegiatan ekonomi yang cukup banyak ditemukan di Balikpapan adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) sebagai salah satu roda penggerak perekonomian Kota Balikpapan. Salah satu contohnya ada pada wilayah Kelurahan Baru Ilir Kecamatan Balikpapan Barat, Terdapat beragam UMKM dengan produksi rumahan di bawah binaan UPPKS (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera). Adapun permasalahan yang sering kali ditemui adalah kurangnya literasi digital pada sumberdaya manusia (SDM) yang ada dalam mengelola UMKM yang berada di bawah binaan UPPKS. Hal ini dapat dilihat dari tidak berkembangnya usaha yang dilakukan oleh para anggota UPPKS. Permasalahan tersebut sering kali menyebabkan para pelaku UMKM minim akan informasi terkait bagaimana cara mengembangkan usaha mereka terutama dalam hal digital marketing dan branding dari produk usaha. Dan jika melihat tren yang berlaku pada bisnis saat ini, digital marketing dan branding sangat akan berpengaruh besar dalam memajukan suatu usaha. Sehingga, solusi yang dapat ditawarkan untuk mengembangkan UMKM adalah dengan melaksanakan pelatihan digital marketing dan branding pada suatu produk usaha. Pelatihan digital marketing dan branding dapat membantu masyarakat terutama para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Baru Ilir menjadi mampu dalam menerapkan teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktifitas usaha.

Kata kunci— Balikpapan, Baru Ilir, Branding , Digital Marketing, UMKM

1. PENDAHULUAN

Kota Balikpapan adalah salah satu kota besar yang ada di Provinsi Kalimantan Timur, dengan memiliki luas wilayah sekitar 843,48 KM² serta jumlah penduduk mencapai 688.318 Jiwa berdasarkan data sensus penduduk tahun 2020. Kota Balikpapan terdiri dari 6 Kecamatan dan 34 Kelurahan, salah satu Kelurahan yang ada di Kota Balikpapan adalah Kelurahan Baru Ilir yang berada di Kecamatan Balikpapan Barat. Kelurahan Baru Ilir memiliki luas daerah sekitar 0,589 KM² serta terdapat 62 RT (Rukun Tetangga) di Kelurahan tersebut [1].

Kota Balikpapan juga menjadi salah satu kota besar yang mendukung kegiatan kemajuan perekonomian di Provinsi Kalimantan Timur. Beragam kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh Masyarakat Balikpapan akan sangat mendukung keberlangsungan pergerakan ekonomi serta kehidupan Masyarakat di Kota Balikpapan.

Salah satu pemukiman Masyarakat yang juga sangat mendukung pergerakan ekonomi di Kota Balikpapan adalah Kelurahan Baru Ilir di Kecamatan Balikpapan Barat. Dikarenakan, Sumber Daya Manusia (SDM) yang bermukim di Kelurahan Baru Ilir memiliki kegiatan ekonomi yang cukup beragam, dan salah satunya ialah menjalankan usaha kecil dan menengah atau yang biasa disebut Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)..

UMKM dianggap juga memiliki peranan dalam pembangunan ekonomi di suatu wilayah [2]. UMKM yang dikembangkan dengan baik akan berakibat pada peningkatan perekonomian pada wilayah tersebut, dimana UMKM memiliki potensi dan peran yang strategis dalam mendorong peningkatan roda perekonomian masyarakat [3].

Kegiatan UMKM yang dilakukan oleh masyarakat di Kelurahan Baru Ilir sangat beragam dan didominasi oleh usaha rumah tangga yang menghasilkan berbagai jenis hasil produksi skala rumahan. Hal ini merupakan suatu kesempatan yang baik bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka karena keragaman usaha tersebut, sehingga dapat memiliki peluang yang besar dalam meraih konsumen. Hanya saja pegiat UMKM belum memahami dengan baik adanya peluang tersebut karena terbatasnya kemampuan mereka, yang berakibat pada kegiatan usaha belum bisa maksimal.

UMKM memiliki peranan penting dalam menegakkan tiang perekonomian Bangsa Indonesia [4]. UMKM yang berdaya dapat membantu pergerakan roda perekonomian di suatu wilayah menuju ke arah yang positif, tidak terkecuali di kota Balikpapan. Untuk mencapai hal tersebut, UMKM perlu memiliki daya saing sehingga bisa tetap bergerak mengikuti perubahan zaman. Akan tetapi pelaku UMKM tidak menyadari perihal tersebut. Hal ini dikarenakan pemahaman Sumber Daya Manusia (SDM) pelaku UMKM masih terbatas sehingga pelaku UMKM kesulitan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki.

Selain itu, permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Balikpapan Barat, diantaranya adalah terbatasnya daerah pemasaran yang dapat dijangkau, sehingga berakibat terhambatnya peningkatan ekonomi dari pelaku UMKM. Hal tersebut dikarenakan kegiatan pemasaran yang dilakukan masih bersifat tradisional dan belum dikelola dengan baik.

Dalam membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Kelurahan Baru Ilir, maka dibentuk kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Nusa Indah.

Pada dasarnya, salah satu peran UPPKS adalah mengajak masyarakat untuk aktif dalam kegiatan ekonomi guna meningkatkan kemandirian ekonomi bagi masyarakat kecil menengah [5]. Selain itu, UPPKS juga berperan dalam mengedukasi masyarakat yang terlibat dalam UMKM agar usaha yang dijalankan dapat mencapai target kemandirian ekonomi yang nantinya akan meningkatkan rata-rata pendapatan masyarakat yang akan mendukung terbentuknya keluarga sejahtera.

Dalam mencapai tujuan kemandirian ekonomi tersebut, maka UPPKS Nusa Indah di Kelurahan Baru Ilir Kota Balikpapan perlu memberikan edukasi bagi pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh setiap pelaku UMKM guna memperluas jangkauan pemasaran hasil produksi UMKM.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sedang dihadapi oleh kelompok UMKM di Kelurahan Baru Ilir, maka UPPKS Nusa Indah berkoordinasi dengan tim Pengabdian dari Institut Teknologi Kalimantan (ITK) untuk mencari solusi yang bisa diberikan dalam membantu menangani permasalahan tersebut. Tim pengabdian yang beranggotakan Dosen dan Mahasiswa ITK menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh kelompok UMKM Kelurahan Baru Ilir, dan didapatkan solusi untuk mengedukasi pelaku UMKM dengan mengadakan pelatihan *digital marketing* dan *branding* bagi pelaku UMKM binaan UPPKS Kelurahan Baru Ilir.

Digital Marketing merupakan salah satu cara yang bisa digunakan oleh pelaku usaha dalam upaya memasarkan produk kepada konsumen dengan memanfaatkan media elektronik [6]. Pemanfaatan *digital marketing* untuk meningkatkan hasil penjualan sudah semakin banyak dilakukan oleh pelaku usaha, tidak terkecuali oleh pelaku UMKM.

Sedangkan *branding* adalah salah satu cara yang menunjukkan ciri khas produk yang dipasarkan yang nantinya dapat berpengaruh pada peningkatan penjualan [7]. Dengan memberikan *branding* pada produk UMKM, maka akan lebih mudah untuk dikenal dan juga

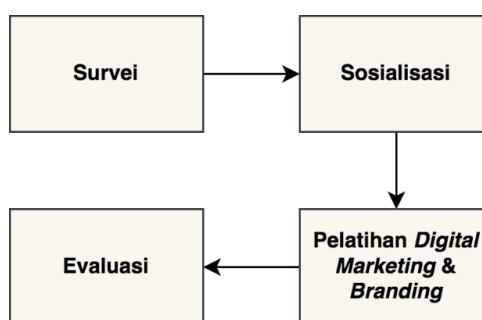
lebih mudah dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Selama ini pelaku UMKM di Kelurahan Baru Ilir belum memahami pentingnya membuat *branding* yang baik.

Pelatihan *digital marketing* dan *branding* yang diberikan untuk UMKM binaan UPPKS Nusa Indah bertujuan:

1. Pelaku UMKM Kelurahan Baru Ilir dapat meningkatkan pendapatan, sehingga nantinya akan mendukung tercapainya target kemandirian ekonomi masyarakat di Kota Balikpapan.
2. Membentuk SDM pelaku UMKM yang memiliki kemampuan berdaya saing sehingga tidak tergerus oleh usaha besar disekitarnya.
3. Membantu masyarakat pelaku UMKM di Kelurahan Baru Ilir dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi yang bisa dimanfaatkan dalam pemasaran produk hasil UMKM.

2. METODE

Metode yang digunakan oleh Tim Pengabdian dalam rangka membantu menangani permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah Metode Pelatihan. Dalam pelaksanaannya akan dilakukan bertahap.



Gambar 1 Tahapan Pengabdian

Tim pengabdian yang beranggotakan 2 orang Dosen dan 6 orang Mahasiswa berkoordinasi dengan UPPKS Nusa Indah melakukan beberapa tahapan kegiatan seperti yang tertera pada Gambar 1, dalam rangka mengembangkan potensi UMKM di Kelurahan Baru Ilir. Penjelasan tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

2.1. Survei

Awal kegiatan dimulai dengan survei pada lokasi mitra pengabdian. Survei yang dilakukan oleh tim bertujuan untuk menentukan solusi yang tepat untuk diterapkan bagi mitra. Disini tim akan melakukan analisis permasalahan yang dihadapi oleh mitra sebagai pelaku UMKM. Kemudian tim juga melihat tingkat pemahaman mereka terhadap pemanfaatan teknologi digital yang ditujukan untuk pemasaran produk hasil UMKM. Survei dilakukan diawali dengan tim bertemu terlebih dahulu dengan Ketua UPPKS Nusa Indah dan melakukan koordinasi mengenai jumlah anggota UMKM yang menjadi binaan UPPKS, serta jenis produk yang dihasilkan oleh UMKM. Selain itu tim juga melakukan wawancara dengan Ketua UPPKS untuk membahas mengenai kendala yang sering dihadapi pelaku UMKM.

Selanjutnya tim bertemu dengan beberapa pelaku UMKM untuk melakukan wawancara secara langsung. Wawancara dilakukan dengan mengunjungi rumah tinggal masing-masing pelaku UMKM, dengan menanyakan mengenai pemahaman mengenai *digital marketing*, sarana teknologi yang sudah digunakan dalam pemasaran produk, serta kapisitas penggunaan internet dan teknologi dalam menjalankan usaha. Selain itu tim juga menanyakan mengenai pemahaman dan implementasi *branding* dalam produk dan usaha yang sedang dijalankan oleh pelaku UMKM tersebut. Pada Gambar 2 anggota tim yakni Mahasiswa setelah melaksanakan tahapan wawancara dengan salah pelaku UMKM anggota UPPKS Nusa Indah.

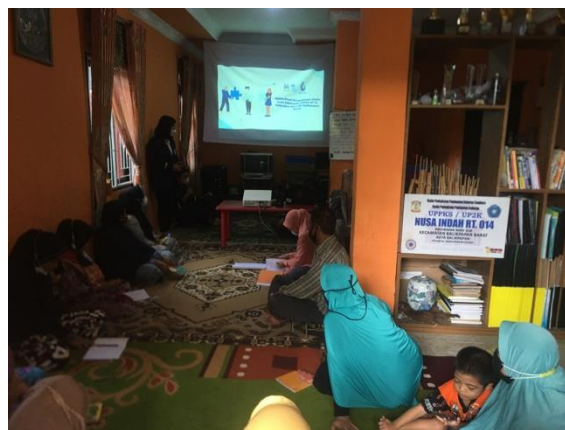


Gambar 2 Survei Lokasi Mitra

2.2 Sosialisasi

Sosialisasi ini dilakukan dengan tujuan memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM binaan UPPKS Nusa Indah mengenai peran dan pentingnya keberadaan Mereka sebagai salah satu penggerak roda ekonomi di Kota Balikpapan. Kemudian yang juga diharapkan dari adanya sosialisasi ini adalah agar UMKM anggota UPPKS Nusa Indah mau mengikuti dan berperan aktif dalam kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan oleh tim. Selain itu dengan adanya sosialisasi, maka diharapkan peserta pelatihan, yakni pelaku UMKM dapat mempersiapkan kebutuhan alat yang akan digunakan saat pelatihan *digital marketing* dan *branding*.

Sosialisasi dilakukan pada hari Sabtu Tanggal 12 Maret 2022, yaitu satu minggu sebelum kegiatan pelatihan *digital marketing* dan *branding* dilaksanakan. Sosialisasi mengundang Ketua UPPKS Nusa Indah dan pelaku UMKM anggota UPPKS yang berjumlah 20 orang. Kegiatan sosialisasi diawali dengan Pengenalan data diri dari seluruh tim pengabdian, kemudian arahan dan sambutan dari ketua tim, dan tim juga memberikan penjelasan mengenai rangkaian kegiatan saat pelatihan, serta mengenai alat dan bahan yang dibutuhkan dalam kegiatan pelatihan nantinya.



Gambar 3 Tahapan Sosialisasi

Dalam kegiatan sosialisasi ini, tim juga memberikan pengarahan mengenai peran UMKM dalam sektor ekonomi di Indonesia, khususnya di Kota Balikpapan. Selanjutnya tim juga memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk melakukan diskusi dengan tim pengabdian, mengenai peran UMKM tersebut dalam pergerakan ekonomi di Kota Balikpapan. Kegiatan sosialisasi mengenai peran UMKM dengan UPPKS Nusa Indah dapat dilihat pada Gambar 3.

2.3. Pelatihan

Metode pelatihan adalah rangkaian proses pembelajaran dalam memberikan pemahaman kepada peserta dengan berfokus kepada praktek dan simulasi, sehingga diharapkan peserta pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan, keahlian, sikap, serta pengalaman [8]. Metode ini dianggap cocok untuk mitra selaku kelompok UMKM, dikarenakan dapat dipraktekkan serta diimplementasikan secara langsung oleh peserta pada bidang usaha yang sedang dijalankan. Pada dasarnya tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan mitra sehingga nantinya dapat memberikan dampak positif pada produktivitas mitra itu sendiri [9].

Pelatihan *Digital Marketing* dan *Branding* dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 19 Maret 2022 dengan bertempat di rumah Ketua UPPKS Nusa Indah. Peserta Pelatihan adalah para pegiat UMKM anggota dari UPPKS Nusa Indah, yang berjumlah sekitar 20 Peserta, dimana mereka juga telah hadir pada kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan satu minggu sebelumnya. Pelatihan dilaksanakan dari pukul 08:00 sampai dengan pukul 15:00 WITA.

2.4. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan yang dilakukan untuk memberikan penilaian baik atau buruk berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu tujuan dari evaluasi adalah melihat ketercapaian kegiatan [10]. Dalam evaluasi maka akan terlihat sampai sejauh mana pemahaman mitra mengenai pelatihan yang telah dilakukan, dan apakah tujuan dari pelatihan *digital marketing* dan *branding* tercapai. Evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan *digital marketing* dan *branding* adalah dengan memberikan soal latihan pilihan ganda kepada peserta pelatihan. Selain itu peserta pelatihan juga diminta untuk menampilkan hasil praktek yang telah dilakukan selama pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dengan topik memberikan Pelatihan *Digital Marketing* dan *Branding* kepada kelompok UMKM binaan UPPKS Nusa Indah di Kelurahan Baru Ilir Kota Balikpapan merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM di wilayah tersebut. Dengan semakin bertambah pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM mengenai pemanfaatan teknologi informasi, maka akan semakin menambah kemampuan kelompok UMKM dalam bersaing untuk mendapatkan jumlah konsumen yang semakin besar dan pendapatan yang stabil, sehingga ada peluang UMKM untuk terus berkembang dan mendukung perkenomian di Kota Balikpapan.

Selain itu pada pelatihan ini tim juga memberikan tambahan pengetahuan serta keterampilan bagi peserta mengenai pemanfaatan teknologi yang ditujukan untuk pemasaran produk hasil UMKM. yang tujuannya meningkatkan pendapatan dari pelaku UMKM tersebut

Tim pengabdian melakukan kolaborasi dengan mengundang tenaga ahli sebagai pemateri dalam pelatihan, yaitu Bapak Muhammad Hanif Miftakhul Huda selaku CEO CV. Sinergi Putra Borneo dan Direktur Kerjasama External TDA Kota Balikpapan yang dapat dilihat pada Gambar 4. Beliau sudah berpengalaman dalam mengisi *workshop* dan pelatihan mengenai *digital marketing*. Harapannya adalah dengan adanya pemateri dari tenaga ahli maka pelatihan yang diberikan untuk mitra menjadi lebih efektif, sehingga UMKM dapat lebih berdaya dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi dalam *digital marketing*.

Gambar 4 Pemateri *Digital Marketing*

3.1. *Pelatihan Digital Marketing*

Pada tahap kegiatan pelatihan *Digital Marketing*, mitra sebagai pelaku UMKM diberikan pengetahuan mengenai teknologi informasi yang sedang berkembang dan sering digunakan oleh masyarakat. Contohnya seperti penggunaan jejaring media sosial dan *ecommerce*. Peserta pelatihan diberikan contoh dari beberapa pelaku UMKM di Kota Balikpapan yang telah memanfaatkan media sosial dan emarket sebagai media dalam pemasaran hasil produksi.

Setelah peserta pelatihan mengetahui jenis-jenis media sosial dan e-market yang tersedia, kemudian peserta mencoba mensimulasikan pemanfaatan beberapa teknologi informasi tersebut. Salah satu *tools* yang digunakan peserta dalam simulasi adalah aplikasi *whatsapp* bisnis. Media sosial satu ini cocok digunakan pelaku UMKM karena mudah dioperasikan bagi semua kalangan usia. Peserta diminta untuk mencoba mempraktekkan mengikuti langkah-langkah yang disampaikan oleh pemateri dan peserta juga didampingi oleh tim yang siap membantu apabila mengalami kesulitan saat untuk mencoba mengikuti dan mempraktekkan. Peserta juga diberitahukan cara dalam menambahkan informasi hasil produksi usaha mereka dalam katalog di *whatsapp* bisnis.



Gambar 5 Sesi Pelatihan

Selanjutnya peserta pelatihan juga mencoba mempraktekkan membuat google bisnis dari perangkat masing-masing peserta. Tujuan dari pembuatan google bisnis ini adalah agar peserta sebagai pelaku UMKM dapat dikenal secara lebih luas lagi oleh masyarakat sehingga akan membuka peluang untuk menambah jumlah konsumen, dan tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan rekan usaha yang bisa menjadi mitra kerja sama.

Pembuatan google bisnis diawali dengan membuat akun google masing-masing peserta terlebih dahulu, kemudian baru dilanjutkan dengan mengisi deskripsi mengenai UMKM yang sedang dijalankan oleh peserta pelatihan, baik itu informasi berupa jenis hasil produksi,

informasi harga, informasi alamat UMKM yang bisa ditampilkan dalam *google map*, dan informasi-informasi lainnya yang bisa ditambahkan guna semakin mengenalkan dan memperluas target pasar dari hasil produksi UMKM. Dengan membuat *google bisnis*, juga akan mempermudah konsumen ketika mencari dan membutuhkan informasi mengenai informasi produk hasil UMKM.

3.2. Pelatihan Branding

Pada tahap kegiatan ini, peserta awalnya diberikan pemahaman mengenai manfaat dan tujuan membangun *branding* yang baik sebagai pelaku UMKM. Terutama bagi pelaku UMKM yang memiliki keinginan dalam mengembangkan usaha yang terus berkelanjutan dan mencapai level yang semakin besar. Kemudian peserta pelatihan juga diberikan contoh *branding* yang telah dibangun oleh UMKM yang berhasil menarik minat konsumen dan mudah untuk diingat.

Setelah peserta memahami tujuan dan manfaat *branding*, kemudian peserta pelatihan juga diberi pengetahuan mengenai media yang bisa digunakan untuk mendesain *branding* dengan gratis dan mudah untuk diakses oleh semua orang. Salah satu media yang disampaikan dalam pelatihan ini adalah menggunakan Canva yang bisa diakses menggunakan jaringan internet tanpa harus diinstal terlebih dahulu. Sebelum menggunakan Canva peserta dipandu oleh tim bagaimana cara mengakses dan juga membuat akun gratis di Canva.

Dalam pelatihan *branding*, peserta juga diarahkan untuk menentukan nama usaha yang mudah diingat dan unik, kemudian peserta juga dipandu untuk mencoba membuat label dan kemasan yang menarik. Hasil dari nama usaha dan label yang telah dibuat oleh peserta pelatihan kemudian diserahkan kepada tim, agar bisa dibantu oleh tim untuk dicetak dipapan nama usaha yang nantinya akan diberikan ke setiap peserta pelatihan.

Dalam tahap akhir di sesi pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk memberikan pertanyaan mengenai permasalahan yang belum dipahami selama sesi pelatihan yang telah berlangsung. Pertanyaan yang diberikan oleh peserta direspon langsung oleh tim untuk dijawab ataupun dibantu dalam mendapatkan solusi. Setelah sesi tanya jawab selesai, peserta dan tim melakukan sesi foto bersama yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6 Sesi foto bersama

3.3. Tahap Evaluasi

Dalam rangka mengukur hasil pelatihan *digital marketing* dan *branding* yang telah dilaksanakan, maka dilakukan evaluasi guna mengukur pemahaman peserta mengenai topik pelatihan yang telah diberikan. Evaluasi dibagi menjadi dua tahapan. Tahap pertama evaluasi dilakukan pada hari yang sama setelah pelatihan selesai dilaksanakan, kemudian evaluasi tahap kedua dilakukan pada satu minggu setelah pelatihan.

Pada Gambar 7 dapat dilihat merupakan kegiatan evaluasi, peserta pelatihan diminta untuk mengerjakan *post test* yang telah disiapkan oleh tim. *Post test* ini berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai materi yang diberikan saat pelatihan. Terdapat 10 pertanyaan dengan tipe soal pilihan ganda. Dari hasil *post test* yang telah dikerjakan oleh 20 peserta tersebut,

didapatkan hasil 19 peserta dapat menjawab semua dari 10 pertanyaan yang diberikan dengan benar, kemudian terdapat 1 peserta yang bisa menjawab 9 soal dengan benar.



Gambar 7 Peserta mengerjakan *post test*

Selanjutnya dilaksanakan evaluasi lanjutan, yaitu pada tanggal 26 Maret 2022, dengan bertempat di rumah Ketua UPPKS Nusa Indah. Dalam evaluasi yang kedua ini, semua peserta pelatihan yang berjumlah 20 orang hadir dan melakukan sesi tanya jawab dengan tim pengabdian. Peserta diminta untuk menyampaikan pemahaman setiap peserta mengenai pelatihan yang telah diberikan, serta kendala yang dihadapi setiap peserta ketika mencoba mengimplementasikan *digital marketing* dalam kegiatan UMKM yang mereka lakukan. Pada Gambar 8, dimana salah satu perwakilan dari peserta juga memberikan penilaian dan pendapat kepada tim mengenai pelatihan yang telah dilakukan dan harapan-harapan dari peserta untuk kedepannya.



Gambar 8 Peserta memberikan penilaian

Kegiatan evaluasi diakhiri dengan penyerahan sertifikat pelatihan kepada seluruh peserta pelatihan seperti yang terlihat pada Gambar 9. Kemudian peserta juga diberikan papan nama UMKM, dimana papan nama tersebut merupakan nama UMKM yang telah didesain masing-masing peserta saat pelatihan *digital marketing* dan *branding* yang telah dilaksanakan.



Gambar 9 Penyerahan sertifikat dan papan nama

4. KESIMPULAN

UMKM memiliki peranan penting yang tidak dapat dipisahkan dalam tegaknya tiang perekonomian di kota Balikpapan. Karena UMKM yang berdaya akan meningkatkan kemampuan pengusaha kecil untuk bersaing sehingga tidak tertinggal oleh zaman.

Pelatihan *digital marketing* dan *branding* bagi UMKM anggota UPPKS Nusa Indah, Kelurahan Baru Ilir, bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi guna menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, sehingga dapat menambah jumlah pendapatan. Berdasarkan pelatihan yang telah dilaksanakan, didapatkan hasil dari diskusi peserta pelatihan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan dapat memahami dan mempraktekkan *digital marketing*, terutama dalam menggunakan *whatsapp* bisnis dan *google* bisnis. Hanya saja mereka masih kesulitan dalam menentukan bagaimana membuat *branding* yang bisa menjadi penciri dari usaha mereka.

Evaluasi dari kegiatan pelatihan *digital marketing* dan *branding* yang telah selesai dilaksanakan, didapatkan hasil 90% peserta pelatihan dapat memahami materi mengenai *digital marketing* yang diberikan dan dapat mempraktekkan pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk UMKM. Namun hanya 50% peserta pelatihan yang memahami materi *branding* dan penggunaan aplikasi dalam mendesain.

4. SARAN

Tim pengabdian berharap bahwa ilmu yang telah diberikan dapat diterapkan seterusnya oleh semua peserta pelatihan. Selain itu, tim juga berharap akan ada pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM tersebut, guna semakin meningkatkan kemampuan UMKM di Kota Balikpapan untuk terus bersaing dan memiliki pendapatan yang stabil.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada UMKM anggota UPPKS Nusa Indah di Kelurahan Baru Ilir, Kota Balikpapan atas kooperatifnya sebagai peserta dalam mengikuti pelatihan sampai selesai. Dan ucapan terima kasih kepada ketua UPPKS Nusa Indah atas waktu dan tempat yang diberikan dalam melaksanakan pelatihan.

Tidak lupa tim juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Muhammad Hanif Miftakhul Huda atas kesediannya dalam berbagi ilmu. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pelatihan *digital marketing* dan *branding*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "web.balikpapan.go.id," Juni 2022. [Online].
- [2] F. N. Azizah, I. F. Ilham, L. P. Aqidah, S. A. Firdaus, S. A. Dwi Astuti and I. Buchori, "Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal," *OECONOMICUS Journal of Economics*, vol. 5, no. 1, 2020.
- [3] M. N. Singgih, "STRATEGI PENGUATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEBAGAI REFLEKSI PEMBELAJARAN KRISIS EKONOMI INDONESIA," *urnal Ekonomi MODERNISASI*, vol. 3, no. 3, 2007.
- [4] S. N. Safiah, H. E. Atmaja and D. M. Vrawati, "UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA," *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, vol. 4, 2019.

- [5] D. Dewi, Z. Zamzani and D. Danmar, "PERAN PROGRAM UPPKS TERHADAP PENDAPATAN MASYARAKAT: KASUS DESA AMPELU MUDO, BATANG HARI," *JEMSI*, vol. 2, no. 6, Juli 2021.
- [6] S. P. Faddila, D. Efendi, S. A. Dwi Sulistia and M. F. Reza Pahlevi, "SOSIALISASI KEBUTUHAN DIGITAL MARKETING (KONSEP UNTUK UMKM "MARTINI ART" KERAJINAN PAHAT KAYU DESA WANAKERTA)," *Jurnal Buana Pengabdian*, vol. 3, no. 2, Agustus 2021.
- [7] C. Sugiarto, "Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang," *Jurnal SEMAR*, vol. 8, no. 2, 2019.
- [8] B. Santoso, Skema dan Mekanisme Pelatihan, Yayasan Terumbu Karang Indonesia (TERANG).
- [9] S. Wahyuningsih, "PENGARUH PELATIHAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN," *Jurnal Warta*, vol. 13, no. 2, April 2019.
- [10] N. Nuriyah, "EVALUASI PEMBELAJARAN: Sebuah Kajian Teori," *EDUEKSOS*, vol. 3, no. 1, 2014.
- [11] "Balikpapan," [Online]. Available: <https://web.balikpapan.go.id/>. [Accessed Juni 2022].