

## UMKM Go Digital: Pengembangan Branding Dan Pemasaran Modern Melalui Marketplace (Facebook)

Rini Alfika \*<sup>1</sup>  
Sulaeha Sulaeha <sup>2</sup>  
Syarifuddin Mabe Parenreng <sup>3</sup>

<sup>1</sup>Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin

<sup>2</sup>Departemen Hama dan Penyakit Tumbuhan, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin

<sup>3</sup>Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin

\*e-mail: [alfikar22a@student.unhas.ac.id](mailto:alfikar22a@student.unhas.ac.id)<sup>1</sup>, [sulaeha\\_thamrin@unhas.ac.id](mailto:sulaeha_thamrin@unhas.ac.id)<sup>2</sup>, [syarifmp@unhas.ac.id](mailto:syarifmp@unhas.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, tetapi masih menghadapi tantangan dalam adaptasi terhadap teknologi digital. Salah satu kendala utama adalah rendahnya pemahaman dan pemanfaatan media digital sebagai sarana branding dan pemasaran. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu digitalisasi UMKM melalui strategi branding dan pemasaran modern menggunakan marketplace Facebook. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup pendampingan, dan evaluasi implementasi strategi digital oleh UMKM. Pelatihan meliputi pembuatan label produk dan optimalisasi media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa UMKM yang mengikuti pelatihan mengalami peningkatan keterampilan dalam pengelolaan toko daring, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan penjualan secara signifikan. Dengan demikian, transformasi digital menjadi aspek krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM. Melalui pemanfaatan teknologi yang tepat, UMKM dapat membangun branding yang lebih kuat, memperluas pasar, serta mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.*

**Kata kunci:** branding; digital; pemasaran; UMKM

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the economy, but still face challenges in adapting to digital technology. One of the main obstacles is the low understanding and utilization of digital media as a means of branding and marketing. This community service program aims to help digitize MSMEs through modern branding and marketing strategies using the Facebook marketplace. The methods used in this activity include mentoring, and evaluation of the implementation of digital strategies by MSMEs. Training includes making product labels and optimizing social media to increase interaction with customers. The results of this program show that MSMEs that participated in the training experienced improved skills in online store management, expanded audience reach, and significantly increased sales. Thus, digital transformation is a crucial aspect in improving the competitiveness of MSMEs. Through the proper utilization of technology, MSMEs can build stronger branding, expand markets, and achieve sustainable business growth.*

**Keywords:** branding; digital; marketing; MSMEs.

### PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah sebuah program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa di Indonesia. Program ini biasanya berlangsung dalam jangka waktu satu sampai dua bulan di daerah tertentu. Tujuan dari KKN adalah untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan dari berbagai disiplin ilmu untuk mengatasi masalah yang dihadapi masyarakat. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk mengenalkan mahasiswa pada dinamika kehidupan bermasyarakat dan memahami pentingnya proses kerjasama dalam memecahkan masalah. KKN menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan masyarakat, memberikan masukan bagi pengembangan kurikulum, dan meningkatkan kualitas pendidikan tinggi. Pelaksanaan KKN terdiri dari beberapa tahap, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan kegiatan di lokasi yang telah ditentukan, dimana mahasiswa akan tinggal di daerah yang menjadi tempat KKN.

Universitas Hasanuddin merupakan salah satu institusi pendidikan tinggi yang berkomitmen untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang meliputi pendidikan,

penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu bentuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang melibatkan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian di berbagai daerah. Pada akhir tahun 2024 ini, Universitas Hasanuddin kembali menyelenggarakan KKN tematik gelombang 113 yang tersebar di berbagai daerah, yaitu beberapa kabupaten/kota di Sulawesi Selatan dan Malaysia. Salah satu lokasi pelaksanaan KKN tersebut adalah Kabupaten Sinjai yang menjadi salah satu daerah tujuan kegiatan pengabdian mahasiswa.

Kabupaten Sinjai adalah sebuah kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia, dengan ibukotanya terletak di Sinjai Utara, sekitar 223 km dari Makassar. Daerah ini memiliki luas wilayah 819.96 km<sup>2</sup>, lebih dari 55.5% diantaranya merupakan dataran tinggi. Kabupaten Sinjai berbatasan dengan Kabupaten Bone di sebelah utara, Teluk Bone di sebelah timur, serta Kabupaten Bulukumba dan Kabupaten Bantaeng di sebelah selatan. Secara administratif, Kabupaten Sinjai terdiri dari 9 kecamatan, 13 kelurahan, dan 67 desa yang dimana Desa Lamatti Riattang, Kec. Bulupoddo merupakan salah satu desa yang menjadi lokasi pengabdian (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sinjai, 2024).

Desa Lamatti Riattang merupakan salah satu desa di kecamatan Bulupoddo yang memiliki luas daerah 10.12 km<sup>2</sup> dengan total penduduk sebanyak 2.250 jiwa. Desa ini memiliki kepadatan penduduk 222 per km<sup>2</sup> yang masyarakatnya bermata pencaharian seperti petani, pedagang, wirasaha, nelayan, PNS, TNI/Polri, pensiun, karyawan swasta, dan pekebun (Badan Pusat Statistik Kabupaten Sinjai, 2024). Desa Lamatti Riattang merupakan desa yang kaya akan potensi sumber daya alam yang dapat dijadikan sebagai produk-produk lokal oleh masyarakat setempat. Di Desa Lamatti Riattang, Kec. Bulupoddo, Kab. Sinjai banyak masyarakat yang memanfaatkan sumber daya alam untuk dijadikan produk ataupun langsung diperdagangkan. Namun, terdapat tantangan yang masih harus diperhatikan khususnya dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu alternatif penghasilan masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Lamatti Riattang, Kec. Bulupoddo, Kab. Sinjai masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka. Beberapa isu utama yang dihadapi antara lain perlunya peningkatan kualitas produk, kemasan yang kurang menarik, dan keterbatasan strategi pemasaran digital. Selain itu, kurangnya sumber daya, minimnya pelatihan, dan pembinaan yang tidak memadai juga menjadi kendala yang menghambat pertumbuhan dan daya saing UMKM di desa tersebut. Akibatnya, pendapatan yang dihasilkan relatif rendah sehingga menghambat para pelaku usaha untuk mencapai peningkatan yang berkelanjutan.

Menyadari pentingnya UMKM dalam mendukung perekonomian daerah dan menciptakan lapangan kerja, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Hasanuddin gelombang 113 melakukan program "UMKM Go Digital". Program ini bertujuan untuk mendorong digitalisasi dan modernisasi usaha agar UMKM di Desa Lamatti Riattang, Kec. Bulupoddo, Kab. Sinjai dapat lebih berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Pendampingan yang diberikan dalam program ini mencakup empat aspek utama yaitu meningkatkan kualitas produk agar lebih kompetitif, mendesain kemasan yang lebih menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen, menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif termasuk optimalisasi media sosial dan marketplace, serta memperluas jangkauan pasar agar produk dapat dijual lebih luas dengan daya saing yang lebih baik.

Program ini dilaksanakan melalui pendekatan pendampingan langsung, dimana mahasiswa KKN berkolaborasi dengan para pelaku UMKM dalam desain kemasan, dan penerapan strategi pemasaran digital. Dengan adanya pendampingan ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk, meningkatkan nilai jual, dan memperluas akses pasarnya. Dampak dari program ini tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM secara individu, namun juga berkontribusi positif terhadap perekonomian Desa Lamatti Riattang secara keseluruhan. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat diterapkan di daerah lain untuk mendorong digitalisasi UMKM di era modern.

## METODE

Program kerja UMKM Go Digital ditujukan kepada pelaku UMKM yang berada di Desa Lamatti Riattang, Kecamatan Bulupoddo, Kabupaten Sinjai. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 26 Desember 2024, 3, 4, 5, dan 30 Januari 2025. Bertempat di Desa Lamatti Riattang, Kecamatan Bulupoddo, Kabupaten Sinjai. Terdapat empat tahap yang saling berkesinambungan dalam pelaksanaan kegiatan ini yaitu:

1. Observasi

Tahap observasi yang dilakukan untuk memahami kondisi riil UMKM, termasuk potensi produk, tingkat literasi digital, dan tantangan yang dihadapi dalam pemasaran. Pada tahap ini, mahasiswa KKN melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM untuk melihat proses produksi, pengemasan, dan pemasaran yang sedang berlangsung.

2. Wawancara

Pada tahap wawancara, dilakukan pengumpulan informasi mendalam dari para pelaku UMKM terkait kebutuhan, harapan, dan kendala terkait pemasaran digital. Pertanyaan yang diajukan meliputi jenis produk, pengalaman pemasaran, dan pengetahuan tentang penggunaan media sosial.

3. Konsultasi

Tahap konsultasi dengan aparat desa dilakukan untuk membangun sinergi dengan aparat desa dan mendapatkan dukungan terkait pengembangan UMKM. Pertemuan ini bertujuan untuk mempresentasikan program kerja dan mendiskusikan potensi dan informasi yang ada di desa.

4. Pendampingan

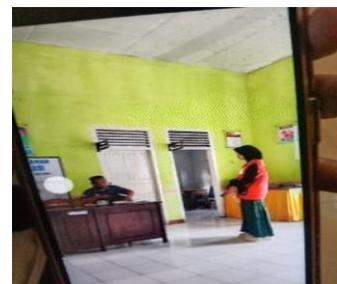
Tahap pendampingan memberikan bimbingan praktis kepada UMKM dalam mengembangkan *branding* dan pemasaran produk melalui Facebook *Marketplace*. Dalam sesi pendampingan ini, pelaku UMKM diajarkan strategi promosi yang efektif dan pembuatan label produk yang menarik.



(a)



(b)



(c)



(d)



(e)

Gambar 1 (a) Observasi (b) Wawancara (c) Konsultasi dan (d)(e) Pendampingan

Keberhasilan program kerja UMKM Go Digital dapat dinilai melalui berbagai indikator yang menunjukkan dampak positif dari kegiatan yang telah dilakukan. Salah satu indikator yang paling signifikan adalah peningkatan kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM. Hal ini dibuktikan dengan adanya umpan balik positif yang diterima dari pelanggan serta peningkatan

standar produksi yang terlihat setelah pelatihan. Selain itu, pengembangan kemasan produk juga memainkan peran penting dalam mengevaluasi keberhasilan program ini. Keberhasilan dapat dilihat dari penerapan kemasan baru yang lebih menarik dan profesional oleh UMKM yang berpartisipasi. Peningkatan penjualan yang signifikan setelah perubahan kemasan juga menjadi bukti efektivitas program dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Metode evaluasi untuk program UMKM Go Digital di Desa Lamatti Riattang, Kec. Bulupoddo, Kab. Sinjai dilakukan melalui pengamatan langsung dan secara online. Selain itu, dilakukan juga kunjungan rutin untuk memantau apakah para pelaku UMKM menerapkan ilmu yang telah diajarkan, termasuk penggunaan label produk dan peningkatan kualitas produksi. Proses observasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa praktik yang diajarkan diterapkan secara konsisten, sehingga program ini dapat memberikan dampak yang berkelanjutan bagi UMKM di Desa Lamatti Riattang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah berhasil dilaksanakan dengan fokus pada peningkatan kualitas produksi dan label produk, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih efektif melalui media sosial, khususnya Facebook. Pada tahap observasi dilakukan kunjungan langsung ke UMKM yang di rangkai dengan pewawancara pelaku UMKM dan kesediaanya untuk di dampingi. Hasil pada tahap observasi yaitu adanya 2 pelaku UMKM yang bersedia di dampingi dari 6 UMKM yang didatangi. Tindak lanjut dari tahap observasi dan wawancara ialah konsultasi kepada aparat desa yang mana terdapat informasi yang didapatkan yaitu kebanyakan pelaku UMKM hanya menjadikan usahanya sebagai kerja sampingan, pekerjaan utamanya adalah petani. Kemudian tahap pendampingan yang dimana UMKM dilatih cara pemasaran di facebook dan label yang dapat meningkatkan penjualan.



(a)



(b)

Gambar 2 (a) Pemasaran melalui Facebook, (b) Foto Produk UMKM

Gambar 2 diatas ialah hasil dari kegiatan ini, yang memudahkan konsumen untuk mengenali produk yang dijual pada dua UMKM yang terdampingi. Gambar 2 (a) adalah label produk yang berisi produk yang dijual, nama usaha, dan kontak sedangkan, gambar 2 (b) adalah label yang khusus pada satu produk. Dalam kegiatan ini, para pelaku UMKM mendapatkan pemahaman tentang desain label produk yang menarik, sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, program ini juga menekankan pentingnya membangun konektivitas dengan pelanggan melalui interaksi di platform digital, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan

penjualan UMKM sekaligus mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan pasar modern. Dengan memanfaatkan teknologi digital secara optimal, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan eksistensi bisnis mereka, tetapi juga mempercepat pertumbuhan bisnis dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal. Program ini menggarisbawahi komitmen untuk mendukung UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif.

Berdasarkan temuan dalam studi yang dilakukan oleh (Iskandar et al., 2022) yang berjudul "*Penguatan Strategi Marketing Industri Kreatif Masyarakat (UMKM) Melalui Branding Design*", diperoleh hasil bahwa penerapan desain branding secara strategis mampu meningkatkan penjualan produk UMKM. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut. Selain itu, branding juga terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam membantu pelaku UMKM dalam proses perancangan dan pengembangan identitas merek pada produk usaha yang sedang mereka kembangkan. Branding memegang peranan krusial bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam menciptakan karakteristik yang membedakan produk di pasar serta meningkatkan daya kenal di kalangan masyarakat luas. Keunggulan dalam membangun identitas produk diharapkan mampu mendorong pelaku usaha untuk terus mengembangkan produknya secara berkelanjutan, sehingga produk tersebut memiliki nilai tambah dan memperoleh pengakuan yang lebih luas dari konsumen (Nazhif & Nugraha, 2023). Namun demikian, penggunaan label untuk branding akan menambah biaya produksi yang bisa menjadi beban anggaran bagi UMKM dan bisa meningkatkan harga produk.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan UMKM Go Digital ini menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan kualitas produksi dan daya saing produk UMKM di Desa Lamatti Riattang. Melalui serangkaian proses dan pendampingan, standar kualitas produk UMKM mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, inovasi dalam desain label produk telah berhasil meningkatkan daya tarik konsumen, yang berdampak positif pada penjualan. Di sisi lain, para pelaku UMKM telah menunjukkan kemajuan dalam menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif, terutama melalui penggunaan media digital untuk promosi. Strategi ini telah memperluas jangkauan pasar dan mendorong peningkatan volume penjualan. Seiring dengan meningkatnya pendapatan para pelaku UMKM, kesejahteraan ekonomi lokal di Desa Lamatti Riattang juga terdongkrak, sekaligus memperkuat struktur ekonomi desa secara keseluruhan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Pemerintah dan Perangkat Desa Lamatti Riattang, Kec. Bulupoddo, Kab. Sinjai yang sudah mendukung terlaksananya pengabdian kepada masyarakat, serta seluruh warga yang berada di Desa Lamatti Riattang atas kerjasamanya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sinjai. (2024, Februari 28). *Kabupaten Sinjai Dalam Angka 2024*. Retrieved Maret 7, 2025, from [sinjaikab.bps.go.id: https://sinjaikab.bps.go.id/publication/2024/02/28/3460084c276b74367e8d601b/kabupaten-sinjai-dalam-angka-2024.html](https://sinjaikab.bps.go.id/publication/2024/02/28/3460084c276b74367e8d601b/kabupaten-sinjai-dalam-angka-2024.html)

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sinjai. (2024, September 26). *Kecamatan Bulupoddo Dalam Angka*. Retrieved Maret 07, 2025, from [sinjaikab.bps.go.id: https://sinjaikab.bps.go.id/publication/2024/09/26/cbca7544199e5d4440800da7/kecamatan-bulupoddo-dalam-angka-2024.html](https://sinjaikab.bps.go.id/publication/2024/09/26/cbca7544199e5d4440800da7/kecamatan-bulupoddo-dalam-angka-2024.html)

Iskandar, J., Prasetya, P., & Fitriyasari, M. (2022). *PENGUATAN STRATEGI MARKETING INDUSTRI*

*KREATIF MASYARAKAT (UMKM) MELALUI BRANDING DESIGN*. 2(03), 87-94.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47492/eamal.v2i3.1992>

Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). Branding Umkm Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ecoprint Andin Collection. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(1), 261. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.12673>

Susanto, A., Sari, C. A., Rachmawanto, E. H., & Mulyono, I. U. W. (2020). Implementasi Facebook Marketplace untuk Produk UMKM sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran dan Penjualan Online. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 42-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/ja.v3i1.64>