

Peningkatkan Peluang Bisnis Melalui Penentuan Identitas Usaha Dan Pemanfaatan Digital Marketing

Galuh Ratna Mutia¹, Sofiati Wardah², Baiq Desthania Prathama³

Nizar Hamdi⁴, Zulkarnaen⁵

1,2,3,4,5Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram

E-mail: galuhratnamutia@gmail.com

Abstract

This community service program aims to increase business opportunities for MSMEs by establishing a business identity and utilizing digital marketing. The program was conducted in Saribaye Village, Lingar District, West Lombok Regency, focusing on meatball and cilok SMEs in Repok Kekeri Hamlet. The main challenges faced by partners were the lack of a clear business identity and the limited use of digital media in marketing activities. Implementation methods included field observation, outreach, training, and mentoring. The outreach focused on the importance of business identity as part of a branding strategy, while the training and mentoring focused on brand design, logo design, and the use of digital marketing through social media. The results of the program demonstrated an increase in MSMEs' understanding and awareness of the importance of business identity, as well as enhanced knowledge and skills in digital marketing. This program is expected to increase competitiveness, expand market reach, and encourage sustainable economic growth in the community.

Keywords: Business Identity, MSMEs, Branding, Digital Marketing

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan peluang bisnis pelaku UMKM melalui penentuan identitas usaha dan pemanfaatan *digital marketing*. Kegiatan dilaksanakan di Desa Saribaye, Kecamatan Lingar, Kabupaten Lombok Barat dengan fokus pada pelaku UKM bakso cilok di Dusun Repok Kekeri. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum adanya identitas usaha yang jelas serta keterbatasan pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Penyuluhan difokuskan pada pentingnya identitas usaha sebagai bagian dari strategi *branding*, sedangkan pelatihan dan pendampingan diarahkan pada perancangan merek, logo, serta pemanfaatan digital marketing melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas usaha serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital. Program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong peningkatan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Identitas Usaha, UMKM, Branding, Digital Marketing

A. PENDAHULUAN

Desa Saribaye terletak di wilayah Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Desa Saribaye terbagi kedalam 5 dusun yaitu Dusun Sandongan Barat, Dusun Sandongan Timur, Dusun Sandongan Presak, Dusun Nirbaye, dan Dusun Repok Keri. Jumlah penduduk yang berdomisili di Desa Saribaye adalah 2.483 Jiwa. Desa Saribaye memiliki potensi yang cukup baik, hal ini terlihat pada kearifan dan kreativitas warga Desa Saribaye. Dari data yang tercatat Desa Saribaye memiliki sekitar 273 UMKM.

Salah satu dusun yang memiliki UMKM unggul merupakan Dusun Repok Keri.

Dusun Repok Keri terkenal sebagai salah satu dusun yang mayoritas warganya berprofesi sebagai pedagang bakso cilok. Hampir di setiap sudut dusun ini dapat ditemui pedagang yang menjajakan bakso cilok dengan ciri khas berjualan keliling menggunakan sepeda motor yang telah dimodifikasi dengan rompong sederhana. Kondisi ini menjadikan bakso cilok tidak hanya sekadar makanan jajanan, tetapi juga identitas ekonomi dan sumber penghidupan utama masyarakat Repok Keri.

Di balik potensi yang besar, usaha bakso cilok di Repok Keri masih menghadapi sejumlah permasalahan. Sebagian besar pedagang belum memiliki identitas usaha yang jelas, seperti nama merek, logo, maupun desain banner untuk rompong dagangan. Identitas dan *branding* memainkan peranan penting dalam mengembangkan citra perusahaan, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM) dan startup, identitas usaha sangat penting bagi perkembangan UKM dan startup, karena membantu mereka menghadapi tantangan pembentukan identitas merek yang kuat dan efektif (Thang, 2022). Dalam menghadapi era digital saat ini, peran *branding* menjadi semakin penting dan relevan bagi UKM, yang harus beradaptasi dengan dinamika pasar dan menyesuaikan strategi merek mereka untuk tetap bersaing dan relevan (Zhang, 2023).

Melihat pentingnya identitas usaha dalam meningkatkan promosi dan jati diri pada UMKM cilok yang ada di Dusun Repok Kiri maka kami dari tim pengabdian STIE AMM Mataram melakukan sosialisasi dan pelatihan mengenai digital marketing dan penyuluhan mengenai pentingnya *branding* usaha. Cara lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan UMKM adalah dengan Digital Marketing yang memanfaatkan internet dan social media. (Farell et al., 2019)(Yuniar Rahmadieni & Idar Wahyuni, 2023)(Thaha et al., 2021). Seiring dengan kemajuan teknologi, strategi pemasaran kini mulai beralih ke arah yang lebih kontemporer. Dengan internet pemasaran akan lebih mudah dijangkau dibandingkan dengan sistem tradisional yang masih memanfaatkan iklan baik melalui Radio, televisi, surat kabar, majalah dan media lainnya. (Febriansyah et al., 2023) (Bangsawan et al., 2023) . Keunggulan lain dari Digital marketing adalah biaya iklan yang jauh lebih hemat jika dibandingkan dengan biaya iklan dengan sistem pemasaran tradisional, selain itu dengan Digital marketing akan memungkinkan hubungan secara terus menerus dengan pelanggan. (Pranoto et al., 2019) (Hendriadi et al., 2019).

B. METODE

Kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) STIE AMM Mataram terhadap mitra UMKM bakso cilok melalui beberapa tahapan. Tahapan awal dari program ini dimulai dengan pelaksanaan survei pendahuluan. Tim melakukan observasi langsung terhadap aktivitas keseharian mitra dalam mengelola usaha. Observasi secara mendalam dilakukan melalui wawancara dengan mitra untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, aset yang dimiliki, jenis produk yang ditawarkan, pendapatan, serta biaya produksi. Hasil observasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam merumuskan program pengabdian yang sesuai dengan kebutuhan mitra serta mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha.

Setelah mengidentifikasi kebutuhan mitra tahapan selanjutnya adalah menyusun perencanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Kegiatan penyuluhan difokuskan pada pemberian pemahaman kepada mitra mengenai pentingnya identitas usaha sebagai bagian dari strategi *branding* serta dampak positif kepemilikan identitas usaha terhadap daya saing dan kepercayaan konsumen. Sementara itu, kegiatan tutorial dilakukan melalui pelatihan penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran berbasis teknologi untuk memperluas jangkauan pasar. Tahap akhir berupa pendampingan yang dilakukan secara intensif kepada mitra dalam proses perancangan merek serta implementasi pemasaran digital, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha.

Sebagai tahapan akhir, dilakukan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan. Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan yang diberikan telah sesuai dengan perencanaan, serta untuk mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, tanya jawab, serta pengumpulan umpan balik dari peserta pelatihan. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan sejenis di masa mendatang, sekaligus menjadi indikator keberhasilan program dalam memberdayakan pelaku UMKM melalui peningkatan kapasitas di bidang manajemen keuangan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada awal bulan Agustus tahun 2025 sampai dengan pertengahan September 2025. Hasil pelaksanaan pengabdian pada masyarakat di

Desa Saribaye, Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Penyuluhan mengenai pentingnya identitas usaha

a. Penyuluhan mengenai pentingnya merancang identitas usaha

Penyuluhan merupakan kegiatan yang penting untuk memberikan edukasi kepada masyarakat. Penyuluhan mengenai pentingnya merancang identitas usaha menjadi langkah awal dalam membangun usaha yang dimiliki pelaku UMKM. Identitas usaha atau sering kita sebut sebagai merek maupun *branding* merupakan cerminan nilai, karakteristik dan sebagai jati diri usaha yang akan memberikan pengaruh terhadap persepsi konsumen.

Penyuluhan mengenai pentingnya identitas usaha berupa merek pada pelaku UMKM cilok di Desa Saribaye khususnya Dusun Repok Keri memperkenalkan konsep dasar *branding* dan dampaknya bagi keberlanjutan usaha. Penyuluhan ini memberikan penjelasan mengenai dengan merancang identitas usaha sebagai *branding* berperan dalam memberikan perbedaan usaha yang mereka jalani dengan kompetitor lainnya. Diharapkan setelah mengikuti penyuluhan ini pelaku usaha cilok di Dusun Repo Kerii dapat menyadari bahwa identitas usaha yang kuat bukan hanya menjadi daya tarik konsumen namun juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas dari para konsumen. Penyuluhan strategi *branding* melalui identitas visual merupakan langkah strategis untuk memberdayakan UMKM agar mampu bersaing di era digital.

b. Merancang merek sebagai identitas usaha

Pelaku bisnis khususnya UMKM perlu memahami pentingnya identitas usaha. Meskipun bisnis cilok tergolong usaha rumahan namun dengan memetakan dan

membangun identitas usaha mulai dari nama, logo, warna khas hingga dengan tagline (jargon) dapat meningkatkan daya tarik pada konsumen. Identitas usaha yang dirancang haruslah sesuai dengan keunikan dari masing-masing UMKM. Keunikan dan ciri khas masing-masing usaha cilok yang dimiliki warga dapat mempertimbangkan dari jenis cilok yang ditawarkan, rasa, kulitas bahan, inovasi, bahkan dari ciri masing-masing penjual. Hasil akhir dari merek dan logo yang di rancang harus mampu menggambarkan keunggulan dan keunikan produk dengan jelas.



Gambar 3. Pendampingan perancangan merek

c. Penyuluhan dan pendampingan digital marketing

Pengabdian yang dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan pendampingan digital marketing merupakan upaya dalam memberikan wawasan dan pemahaman kepada masyarakat untuk memanfaatkan dan memaksimal teknologi yang semakin pesat. Melalui media digital pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran. Pengenalan digital marketing melalui media sosial menjadi terobosan baru yang potensial untuk memperluas pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Aditya (2025) a digital marketing mampu meningkatkan akses pasar, efisiensi anggaran promosi, dan loyalitas pelanggan. Melalui pengabdian penyuluhan digital marketing ini di harapkan mampu memaksimalkan peluang pasar yang jauh lebih luas.

D. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang kami berikan kepada pelaku UMKM cilok di Dusun Repo Keri menunjukkan bahwa dengan memahami tentang identitas usaha dan perluasan pasar melalui digital marketing dapat menjadi fondasi penting dalam mengembangkan usaha. Melalui penyuluhan ini pelaku usaha UMKM cilok dapat memahami bahwa identitas usaha tidak hanya sekedar simbol namun juga menjadi ciri khas dan merupakan karakter bisnis yang memberikan persepsi dan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Merancang dan menentukan identitas usaha merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan kompetensi di bandingkan dengan kompetitor. Selain itu, melalui digital marketing memberikan wawasan kepada pelaku UMKM bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan penjualan melalui perluasan jangkauan usaha. Melalui kegiatan penyuluhan ini menjadi sebuah lanngkah nyata dalam memperdayakan UMKM menjadi lebih dapat memanfaatkan peluang dan berdaya saing.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat perlu dilakukan secara berkesinambungan agar kegiatan yang dilakukan mampu memberikan dampak positif dan nyata, hendaknya dilaksanakan secara berkelanjutan agar setiap aktivitas yang dilakukan mampu memberikan dampak positif dan nyata, khususnya bagi kelompok usaha masyarakat. STIE AMM Mataram sebagai institusi pendidikan turut berperan dalam memberikan kontribusi yang bermanfaat melalui keberadaannya di tengah masyarakat.

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Pimpinan STIE AMM Mataram atas dukungan moril maupun materil yang telah diberikan, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Dukungan tersebut memiliki makna yang sangat penting dalam mewujudkan visi dan misi perguruan tinggi secara nyata di tengah masyarakat.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga kami ucapkan kepada aparatur pemerintah di Desa Saribaye dan Masyarakat khususnya pelaku UMKM cilok di Dusun Repo Keri yang telah dengan hangat menerima kehadiran tim dosen STIE AMM Mataram dalam rangka pelaksanaan Tridarma Perguruan Tinggi, khususnya pada bidang pengabdian kepada masyarakat. Kami berharap, ilmu pengetahuan yang kami bagikan dapat memberikan kontribusi nyata dan

berdampak positif terhadap UMKM di Desa Saribaye.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, E. (2025). Pengaruh digital marketing terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia: Kajian literatur komprehensif. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)*, 3(Maret), 269–273. <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Bangsawan, S., Ms, M., Nama, G. F., & Febrian, A. 2023. Pelatihan dan Pendampingan Desain Digital Content Marketing menunjang keindahan wisata yang ditawarkan. (Ciolac et al ., 2022). Dalam dimulai sejak tahun 2021 dalam program “ Pelatihan dan Pembinaan Pengembangan. 3(3), 1093–1101
- Coleman, D., de Chernatony, L., & Christodoulides, G. (2015). B2B service brand identity: Scale development and validation. *Industrial Marketing Management*, 46, 106–117
- B2B service brand identity: Scale development and validation - ScienceDirect
- Farell, G., Thamrin, T., & Novid, I. 2019. Pelatihan Pemanfaatan Digital marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Dan Kewirausahaan UKM Pada Kota Sawahlunto. Suluah Bendang: *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*.19(1), 42. <https://doi.org/10.24036/sb.0310>
- Febriansyah, Fauziah, H., & Restilia, A. 2023. Penyuluhan dan Pelatihan Masyarakat Desa Sukadadi Melalui Strategi Digital marketing Sebagai Upaya Pengembangan UMKM. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(2), 817–823. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2654>
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. 2019. Pelatihan Digital marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j dinamika.v4i2.1133>
- Thaha, S., Hatidja, S., & Hasniati, H. 2021. Pelatihan Digital marketing untuk meningkatkan Penjualan UMKM di MasaPandemiCovid-19Di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 133–139. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.208>
- Widiastuti, A., & Laksana, A. (2023). Peningkatan pemahaman strategi branding melalui elemen identitas visual. *Artika: Jurnal Seni Rupa & Desain*, 5(2), 85–92. IKADO E-Journal.
- Yuniar Rahmadieni, R., & Idar Wahyuni, E. 2023. Pelatihan Digital marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Bulusulur. *Jurnal Al Basirah*: 2(1), 17–26. <https://doi.org/10.58326/jab.v2i1.28>
- Zhang et al. (2023). How to Enhance Brand Value of Smart Service Enterprises Based on Tobin Q: A Financial Perspective Investigation of China's Property Industry.