

OPTIMALISASI EKONOMI DESA TONDOWULAN MELALUI BRANDING DAN MARKETING PELAKU USAHA RUMAHAN

Lailatul Rahmawati*¹, Diana Sagita Ningrum², Dita Wahyu Hidayati³, Eva Eri Dia⁴

STKIP PGRI Jombang

e-mail: *rahmawatilaila74@gmail.com.

Abstrak

Desa Tondowulan merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang. Desa Tondowulan memiliki empat dusun yang menawarkan pesona potensi yang tidak kalah menarik satu sama lain. Potensi alam di Desa Tondowulan dapat diolah menjadi usaha rumahan guna mendukung kemandirian ekonomi Desa. Adapun usaha rumahan yang ada di desa ini adalah gerabah dan keripik ketela, pisang, singkong, marning jagung dimana usaha tersebut menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat Desa Tondowulan. Dalam menjalankan usaha ini masih membutuhkan perhatian khusus terutama dalam pemasaran dan branding. Proses pemasaran masih dilakukan lewat tengkulak sehingga usaha yang dijalankan masyarakat cenderung kurang berkembang. Tidak hanya proses pemasaran saja, untuk memperluas angka pasar suatu produk maka dibutuhkan branding produk yang menarik dan unik yang diharapkan dapat menarik minat pembeli. Tujuan pelatihan dan pendampingan branding dan membuka toko online untuk Karang Taruna yaitu untuk membantu mengoptimalkan ekonomi Desa Tondowulan untuk para pelaku usaha rumahan. Berdasarkan hasil pengisian angket diketahui pemahaman Karang Taruna tentang branding produk mencapai 75% dan yang sudah memiliki toko online mencapai 50%. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan Karang Taruna di Desa Tondowulan dapat melaksanakan kegiatan secara mandiri dikemudian hari dan dapat berkelanjutan.

Kata Kunci: gerabah, keripik, branding, toko online

Abstract

Tondowulan Village is one of the villages located in Plandaan District, Jombang Regency. Tondowulan Village has four hamlets and each hamlet offers potential charms that are no less interesting than one another. The natural potential in Tondowulan Village can be processed into home-based businesses to support the village's economic independence. The home-based businesses in this village are pottery and cassava chips, bananas, cassava, marning corn where these businesses are be the one livelihood of the people of Tondowulan Village. In running this business still requires special attention, especially in marketing and branding. The marketing process is still carried out by word of mouth or through middlemen so that businesses run by the community tend to be underdeveloped. Not only the marketing process, to expand the market share of a product, attractive and unique product branding is needed which is expected to attract buyers. The purpose of branding training and mentoring and opening an online shop for youth organizations is to help optimize the economy of Tondowulan Village for home-based businesses. Based on the results of filling out the questionnaire, it was found that the youth's understanding of product branding reached 75% and those who already had an online shop reached 50%. With this activity it is hoped that youth organizations in Tondowulan Village can carry out activities independently in the future and can be sustainable.

Keywords : *pottery, chips, branding, online shop*

PENDAHULUAN

Desa Tondowulan merupakan desa yang memiliki potensi alam melimpah yang memiliki peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Potensi alam yang ada dapat diolah menjadi usaha rumahan guna mendukung kemandirian ekonomi Desa. Adapun usaha rumahan yang ada di desa ini adalah gerabah dan keripik ketela, pisang, singkong, marning jagung dimana usaha tersebut menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat Desa Tondowulan. Dalam dunia usaha tidak lepas dengan kata pemasaran. Pemasaran yang dijalankan oleh pelaku usaha rumahan di desa masih terbilang seperti pemasaran pada umumnya. Karena target yang ditunjukkan hanya masyarakat sekitar dan tengkulak desa. Gerabah yang bisa menjadi ikon desa juga sangat disayangkan jika tidak dioptimalkan pemasarannya Karena dalam desa ini masih banyak pengrajin gerabah. Namun, para pengrajin gerabah hanya sekedar membuat gerabah tanpa memikirkan hal lain yang mampu meningkatkan sistem pemasaran produk yang ada. Begitupun juga dengan produk keripik yang masih dipromosikan dari mulut ke mulut.

Pemasaran atau yang populer di sebut *marketing* sangat penting dalam membangun suatu usaha. Menurut (Wijoyo dkk, 2021:8) *Marketing* atau pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. *Marketing* sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil tidaknya dalam memasarkan produknya. Apabila strategi pemasaran yang dilakukan tersebut mampu memasarkan produknya dengan baik, hal ini akan berpengaruh terhadap tujuan usaha tersebut.

Brand merupakan suatu aspek penting bagi suatu perusahaan maupun pelaku usaha rumahan. Melalui *brand* memudahkan sebuah perusahaan atau usaha rumahan akan mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk dan tentunya akan dikenal oleh masyarakat. Pada masa sekarang sebagian besar orang lebih mementingkan brand. Hal ini dapat dilihat dari respons masyarakat saat suatu *brand* telah mengeluarkan produk terbaru. Sebagian besar masyarakat tidak mengkhawatirkan kualitas dari produk tersebut karena mereka menganggap bawa *brand* dari sebuah produk tersebut sudah menjamin kualitas dari produk tersebut.

Melihat fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa *brand* mempunyai peranan yang sangat penting. Untuk membangun suatu *brand* menjadi *brand* yang kuat dan dapat dipercaya

masyarakat bukanlah hal yang mudah. Dibutuhkan waktu dan strategi yang baik untuk mengukuhkan suatu *brand* di tengah masyarakat.

Strategi *branding* juga merupakan hal penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha. *Branding* memiliki konsep bahwa yang perlu dilihat bukan hanya membuat target pemasaran, tetapi pemilihan di dalam pasar yang penuh kompetisi. Dengan melakukan *branding* dan *marketing* bagi para pelaku usaha rumahan di Desa Tondowulan, nantinya diharapkan dapat menjadi inovasi baru terhadap produk unggulan desa yang sudah ada sebelumnya.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, maka solusi yang ditawarkan untuk mendukung realisasi program untuk mengoptimalkan ekonomi Desa Tondowulan adalah melakukan *branding* dan *marketing* produk pada produk unggulan desa yaitu produk gerabah dan keripik. Adapun metode yang digunakan antara lain sebagai berikut :

1) Metode Sosialisasi

Sebelum pelaksanaan program dilakukan proses sosialisasi dengan tujuan mengidentifikasi permasalahan yang dialami. Dalam merumuskan masalah, mengatasi masalah, penentuan proses, dan kriteria masalah melibatkan karang taruna Seba Nusa Desa Tondowulan secara aktif.



Gambar 1. *Sharing* mengenai usaha yang ada di Desa Tondowulan

2) Metode Pendampingan

Pendampingan dilakukan melalui pelatihan. Metode pendampingan dilakukan sesuai tahapan kegiatan membuat *branding* dan *marketing* dengan membuka toko online shopee sehingga karang taruna Seba Nusa Desa Tondowulan dapat melaksanakan kegiatan *branding* dan *marketing*. Kegiatan pendampingan ini dilakukan selama 4 hari.

3) Praktik pembuatan *branding* dan *marketing* produk

Langkah-langkah pembuatan *branding* produk sebagai berikut :

1) Pilih nama *brand* yang singkat dan mudah diucapkan.

Langkah *branding* yang paling penting adalah memilih nama *brand* yang singkat dan mudah diucapkan. Anda dapat mengumpulkan dan menulis terlebih dahulu ide-ide nama *brand* yang diinginkan.

2) Tentukan ciri khas produk.

Menentukan sentuhan yang berbeda dengan produk sejenis oleh *brand* kompetitor tentunya membutuhkan kreativitas dan ketelitian. Perbedaan antara produk anda dengan produk kompetitor adalah keistimewaan yang akan diingat dan dicari oleh konsumen.

3) Desain logo yang menjadi cerminan produk.

Desainlah logo yang memiliki makna atau latar belakang serupa dengan jenis produk anda.

4) Manfaatkan media sosial

Cara *branding* melalui media sosial dapat dengan memanfaatkan *facebook*, *instagram*, maupun jenis media sosial lainnya.

a. Buat akun *Shopee*

Berikut ini cara membuat akun *Shopee*:

- 1) Download aplikasi *Shopee* di *Google PlayStore* atau *AppStore*, kemudian klik Daftar.
- 2) Masukkan nomor telepon, kode *captcha*, dan kode verifikasi, kemudian klik Daftar.
- 3) Verifikasi nomor ponsel dan email yang didaftarkan.
- 4) Masukkan username sesuai yang diinginkan.

b. Cara melengkapi profil akun *Shopee*

Lengkapi profil agar toko mudah dikenali oleh konsumen. Cara melengkapi profil di *Shopee* bisa dilakukan melalui aplikasi dan *Seller Center*. Berikut cara melengkapi profil *Shopee* melalui aplikasi:

- 1) Buka Aplikasi *Shopee* di ponsel.
- 2) Pilih Saya kemudian Toko Saya
- 3) Pilih Asisten Penjual, lalu Profil Toko, kemudian lengkapi Nama Toko, Deskripsi

Gambar, dan Deskripsi.

- 4) Klik ikon 'Centang' di pojok kanan atas menu.

Sementara itu, berikut ini cara melengkapi profil melalui *Seller Centre*:

- 1) Kunjungi *Seller Centre*, pilih Profil Toko, kemudian lengkapi Nama Toko, Deskripsi Gambar, dan Deskripsi, setelah itu klik Simpan.
- 2) Masukkan nama toko.
- 3) Upload maksimal 5 foto dan 1 video.
- 4) Buat deskripsi singkat dan ringkas, termasuk riwayat toko, tipe produk, waktu membalas chat.

Cara berjualan di Shopee untuk pemula

- 1) Lengkapi Profil Toko di aplikasi Shopee atau *Seller Centre*.
- 2) Atur alamat toko melalui aplikasi Shopee atau *Seller Centre*.
- 3) Atur pengaturan pengiriman toko melalui aplikasi *Shopee* atau *Seller Centre*.
- 4) Upload produk, isi atribut produk dan deskripsi, foto produk, dan pilih jasa kirim.
- 5) Ikuti berbagai program di *Shopee* untuk mempromosikan toko dan membantu mendapatkan pesanan pertama.



Gambar 2. Praktik pembuatan *branding* dan *marketing* produk

4) Evaluasi Kegiatan

Untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan ini maka evaluasi dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Kegiatan pemaparan materi dievaluasi berdasarkan pemahaman peserta serta keaktifan peserta. Apabila tingkat pemahaman minimal mencapai 50% dari seluruh peserta yang direncanakan maka kegiatan ini dianggap berhasil. Keaktifan peserta dan keefektifan pemaparan dinilai dari interaksi peserta selama pelaksanaan pemaparan materi.

- b. Evaluasi utama atas pengabdian ini adalah apabila target dari program ini tercapai yaitu setiap karang taruna dapat membuat *branding* produk dan *marketing* dengan membuka toko online shopee. Adapun kegiatan pengabdian dianggap berhasil apabila karang taruna dapat melaksanakan *branding* produk dan *marketing* secara mandiri dan berkelanjutan.



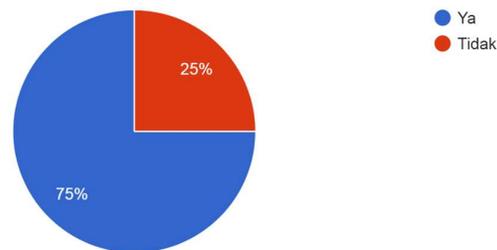
Gambar 3. Evaluasi kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan pendampingan *branding* dan *marketing* dengan pembuatan nama produk, logo, dan membuka toko online di *shopee* mendapat respon positif dari karang taruna terutama bagi masyarakat yang memiliki usaha. Secara umum *branding* dan *marketing* yang dijalankan adalah persiapan pembuatan logo, inovasi pada varian keripik, pembuatan toko online. Adapun uraian dari proses *branding* dan *marketing* produk ini, antara lain sebagai berikut :

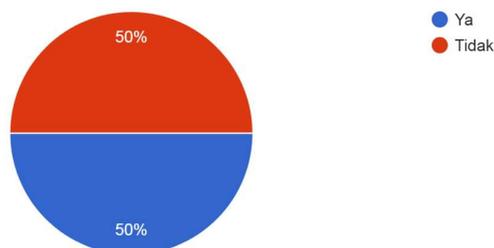
Apakah anda mengetahui apa itu branding produk?

8 jawaban



Apakah anda mempunyai toko online?

8 jawaban



Dari diagram diatas dapat diketahui bahwa setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan peserta memiliki pemahaman mengenai *branding* produk dengan presentase 75%. Peserta yang sudah memiliki toko *online* dengan persentase 50%. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa persentase telah mencapai tingkat keberhasilan.

Tabel 1
Tingkat pemahaman karang taruna mengenai brandinmg produk

No	Keterangan	Tingkat Pemahaman karang taruna mengenai branding produk
1	Ya	75%
2	Tidak	25%

Peserta yang sudah memiliki toko online dengan persentase 50%. Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa persentase telah mencapai tingkat keberhasilan.

Tabel 2
Karang taruna yang sudah memiliki toko online

No	Keterangan	Karang taruna yang memiliki toko online
1	Ya	50%
2	Tidak	50%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasannya pemahaman karang taruna Desa Tondowulan dalam proses *branding* dan *marketing* dengan membuka toko *online* di *shopee* sudah mencapai daiatas 50% yang sesuai dengan indikator keberhasilan tingkat pemahaman minimal.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pelatihan dan pendampingan *branding* dan *marketing* dengan pembuatan nama produk, logo, dan membuka toko online di shopee mendapat respon positif dari Karang Taruna terutama bagi masyarakat yang memiliki usaha.
- 2) Dari pelatihan dan pendampingan tersebut ada luarannya, yaitu berupa *branding* produk dan toko *online shopee* untuk mengoptimalkan ekonomi usaha rumahan di Desa Tondowulan.
- 3) Hasil pelatihan dan pendampingan dengan Karang Taruna akan dikembangkan oleh masyarakat lainnya di desa Tondowulan, mengingat banyak usaha rumahan yang belum optimal dalam hal *marketing*. Sehingga dengan adanya program ini dapat menjadi solusi pengembangan perekonomian yang produktif dan inovatif.

SARAN

Diharapkan Karang Taruna Seba Nusa Desa Tondowulan dapat melaksanakan kegiatan *branding* dan *marketing* secara mandiri dikemudian hari dan dapat berkelanjutan. Agar usaha rumahan yang ada bisa berkembang lebih baik dan dikenal masyarakat besar serta masyarakat desa Tondowulan juga terbantu perekonomiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Binus. (2020). Fungsi, Tujuan, dan Manfaat Branding. Diakses pada 23 Januari 2023.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/fungsi-tujuan-dan-manfaat-branding/%23~:text=%3DMemberikan%2520daya%2520tarik%2520bagi%2520konsumen,menetapkan%2520harga%2520jual%2520yang%2520tinggi.%26text%3DMenjadi%2520pembeda%2520atau%2520ciri%2520tertentu,perusahaan%2520dengan%2520produk%2520milik%2520kompetitor.&ved=2ahUKEwjgrfm-7-H8AhXrF7cAHVnuCrAQFnoECBAQBQ&usg=AOvVaw3ErczbGZkJ2xcqTSvtLzIS>
- Desita, dkk. (2020). *Marketing Online Untuk Memperluas Pangsa Pasar Inovasi Kerajinan Gerabah Desa Tondowulan Jombang*, 3(2), 111-115.
- Khasanah Uswatun. [2022]. *Marketing Mix*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Sulistiarso, SF. (2014). *Peran Pelatihan dan Bimbingan Khusus Untuk Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Sentra Pengrajin Gerabah Di Desa*

Tondowulan, Kec. Plandaan, Kab. Jombang. Malang, Indonesia :Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Wiyoyo, Dkk. (2021). *Strategi Pemasaran Di Masa Pandemi*. Insan Cendekia Mandiri:Solok.