



DIGITAL BRANDING DAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN PADA PELAKU UMKM SAMBAL NONA VANKA

Oleh

Farida Akbarina¹, Shohib Muslim², Sanita Dhakirah³, Hairus⁴, Rizky Kurniawan⁵.

Email: [1faridaakbarina@polinema.ac.id](mailto:faridaakbarina@polinema.ac.id)

Article History:

Received: 03-05-2025

Revised: 31-05-2025

Accepted: 06-06-2026

Keywords:

Pemasaran, Diversifikasi
Produk, UMKM.

Abstract: Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan nilai produk dan pendapatan ekonomi pelaku umkm merek sambal nona vanka. Usaha ini baru berdiri pada tahun 2023, berawal dari tahapan uji coba ibu rumah tangga untuk memberikan sambal gratis pada para tetangga sekira rumah, ternyata lambat laun mulai cukup banyak permintaan atas produk tersebut. Untuk peningkatan nilai produk mitra berkeinginan untuk melakukan pengajuan label halal pada produknya, Konten kreatif di smartphone mencakup berbagai jenis konten seperti vlog, video tutorial, review produk, unboxing, dan banyak lagi. Tren seperti penggunaan smartphone untuk fotografi, videografi, dan aplikasi kreatif juga meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi pembuat konten. Selain itu, konten edukasi juga banyak diberikan melalui media sosial. Pada pelatihan ini tim abdimas memberikan edukasi penggunaan CapCut untuk mengembangkan video promosi. Untuk mengimplementasikan aplikasi ini, kami akan memanfaatkan kemajuan teknologi pada kategori media sosial sebagai sarana komunikasi tanpa batas dengan peserta pelatihan, guna mendidik dengan penyajian yang semenarik mungkin, namun mudah dipahami. Contoh penerapannya antara lain membuat video promosi untuk memperkenalkan produk UMKM dan dapat disebarluaskan melalui media sosial yang sesuai seperti YouTube, WhatsApp, Instagram, atau TikTok. Mitra abdimas adalah pelaku usaha UMKM Sambal Nona Vanka. Permasalahan yang dihadapi para mitra adalah para pelaku UMKM tersebut belum banyak menggunakan video untuk mempromosikan produk-produk usaha UMKM tersebut. Melalui kegiatan abdimas diperkenalkan konsep dasar dan cara sederhana membuat video, mengedit dan menyebarkan melalui media sosial yang dimiliki dengan menggunakan fitur-fitur yang tersedia. Kemampuan yang diperoleh dapat mendorong pengembangan bisnis UMKM yang lebih inovatif. Pelatihan ini dilakukan secara tatap muka atau offline di lokasi mitra.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dapat dipergunakan untuk berbagai keperluan. Beragamnya aplikasi pada smartphone dapat digunakan untuk berkomunikasi masih berkaitan dengan penggunaan aplikasi media sosial dan sangat populer di kalangan masyarakat umum. Bisnis UMKM merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia yang saat ini harus didukung dengan kemajuan teknologi, misalnya untuk mempromosikan produknya. Karena itu pelaku UMKM harus meningkatkan pengetahuannya dan cara mempromosikan produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi. Selain itu, pemanfaatan teknologi juga dapat mendukung kelancaran komunikasi, kolaborasi, otonomi, dan keterlibatan, sehingga meningkatkan efektivitas pembelajaran aktif dan bermakna, meskipun belum dapat berfungsi secara optimal dalam konteks Ekonomi Indonesia.

Apabila kita melihat pada dunia perdagangan, ada produk yang berpotensi tidak mendapat perhatian serius dalam hal promosi. Hal tersebut tentunya menjadi tantangan bagi parapedagang, khususnya pedagang makanan. Pada dasarnya promosi adalah salah satu upaya yang dilakukan untuk menyebarkan informasi dengan tujuan memperkenalkan produk dan mengajak konsumen untuk membeli sebuah produk (Kurniawan & Wahyurini, 2017). Salah satu cara promosi yang efektif dan populer di era digital ini adalah dengan menggunakan internet. Internet memiliki jangkauan yang luas dan dapat menarik perhatian banyak orang. Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 216,7 juta orang atau 83,7 persen dari populasi negara ini (Kompas.com, 2023).

Berdasarkan angka tersebut, Indonesia merupakan salah satu pasar online terbesar di dunia. Oleh karena itu, para pedagang makanan dapat memanfaatkan internet sebagai media untuk mempromosikan produk mereka kepada masyarakat luas. Perkembangan industri dan transformasi digital yang terus berlanjut, membuat pedagang dapat tetap bertahan dan berkembang. Ada banyak keuntungan untuk pedagang yang mampu mengikuti perkembangan teknologi dan bertransformasi dengan memanfaatkan digitalisasi. Melalui pemasaran secara daring, produk dapat dijangkau oleh pengguna internet lebih luas dengan proses yang lebih mudah. Oleh karena itu, promosi melalui media digital pada masa setelah pandemi saat ini menjadi peluang besar untuk dimanfaatkan pedagang dengan tujuan bisa akses dan mengembangkan jangkauan pasar untuk produknya. Pengguna media sosial banyak yang menyukai konten video. Video daring semakin populer dalam beberapa tahun terakhir (Odden, 2013). Brown mengatakan bahwa video bisa membuat audiens terkesan dengan produk (Brown, et al., 2005).

Konten video yang bagus dan kuat adalah konten yang menjelaskan dan mengajak pelanggan potensial untuk lebih mengenal atau berpikir berbeda tentang sebuah merek. Konten video yang lebih baik bisa mendorong pelanggan untuk membeli produk atau layanan. Sehingga mereka akan setia dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Membuat konten video yang menarik untuk pemasaran juga merupakan cara untuk menjalin dan menjaga hubungan dengan menyediakan konten video yang bermanfaat untuk konsumen yang menjadi target pasar. Hal ini meningkatkan proses pembelian dengan memberikan suatu kesan spesial kepada pelanggan (Jafar and Wahyuni, 2016). Tantangan yang dihadapi UMKM Sambal Nona Vanka harus mampu



beradaptasi terhadap kebutuhan pasar dan pemasaran. Namun, para pedagang memiliki keterbatasan pengetahuan dalam pembuatan konten video yang menarik. Padahal untuk menghasilkan konten dengan keterikatan yang baik, dibutuhkan kemampuan khusus dalam membuat, mengatur video, memanipulasi kontenvideoserta kreatifitas yang tinggi agar dapat menghasilkan video yang menarik.

METHOD

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode group diskusi melalui pertemuan *offline*, dimana pelaku UKM diberikan pengetahuan tentang fenomena digital marketing dimana membawa kepada terjadinya perubahan teknik-teknik promosi dan berkembangnya teknologi AI. Cepatnya perkembangan teknologi berdampak kepada berbagai teknik bisnis, tidak terkecuali terhadap UMKM, sehingga UMKM mau tidak mau harus menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi agar tetap mampu bersaing dan skala usahanya dapat berkembang. Kegiatan ini dilakukan secara offline dengan meliputi komunikasi dengan mitra mulai dari menyatukan permasalahan dan topik, penyusunan proposal, penyusunan modul, pelaksanaan kegiatan, tahap evaluasi dan monitoring, beserta pelaporan kegiatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di alamat UMKM Sambal Nona Vanka. Beberapa alat yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain adalah laptop tutor, laptop/handphone peserta pengabdian masyarakat, printer, dan alat tulis. Selain memberikan tutorial membuat dan mengedit video, tidak lupa pula tim pengabdian masyarakat mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang dibagikan pada peserta dengan meminta pendapat tentang kepuasan dan saran yang bermanfaat untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat berikutnya.

HASIL

Salah satu alasan utama mengapa digital branding sangat penting adalah kemampuannya untuk meningkatkan visibilitas merek. Dalam dunia yang dipenuhi dengan informasi, memiliki kehadiran yang kuat di platform digital membantu merek untuk menonjol di antara kompetitor. Melalui media sosial, website, dan konten digital lainnya, pelaku UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkenalkan produk mereka kepada calon pelanggan di seluruh dunia, bukan hanya di pasar lokal.

Selanjutnya, digital branding memberikan kesempatan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Dengan menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, pelaku usaha dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, mendapatkan umpan balik, dan membangun komunitas di sekitar merek mereka. Hubungan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga menciptakan rasa keterikatan yang lebih dalam, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan reputasi merek.



Gambar 1. Foto produk

Pentingnya digital branding juga terlihat dari kemampuannya untuk memberikan informasi yang relevan dan berharga kepada konsumen. Dengan konten yang informatif dan menarik, pelaku usaha dapat mendidik audiens tentang produk dan manfaatnya. Ini tidak hanya membantu pelanggan membuat keputusan yang lebih baik, tetapi juga menunjukkan bahwa merek peduli terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks UMKM, hal ini dapat menjadi pembeda yang signifikan di pasar yang sangat kompetitif.

Dalam konteks pengabdian masyarakat, penerapan digital branding juga dapat membantu mengangkat citra merek lokal. Dengan memanfaatkan teknologi, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk mereka dengan cara yang lebih kreatif dan inovatif. Hal ini bukan hanya bermanfaat untuk bisnis, tetapi juga untuk masyarakat secara keseluruhan, karena membantu meningkatkan perekonomian lokal dan menciptakan lapangan kerja. Di sisi lain, digital branding juga memiliki tantangan tersendiri. Dengan banyaknya konten yang bersaing untuk perhatian audiens, pelaku usaha harus mampu menciptakan konten yang benar-benar menarik dan relevan. Mereka perlu memahami tren terkini dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam perilaku konsumen. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan yang tepat, seperti yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, sangat penting untuk memastikan pelaku UMKM dapat memanfaatkan potensi digital branding secara maksimal.

Secara keseluruhan, digital branding merupakan alat yang sangat berharga bagi pelaku UMKM dalam membangun dan memperkuat keberadaan mereka di pasar. Dengan pemahaman yang baik tentang digital branding, pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing mereka, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan pada akhirnya mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengimplementasikan strategi digital branding yang efektif, sehingga pelaku UMKM dapat bersaing dengan lebih.

Dalam era digital yang semakin berkembang, pemasaran tidak lagi terbatas pada metode tradisional seperti cetak atau iklan radio. Dengan kemajuan teknologi dan meningkatnya penggunaan internet, video iklan telah muncul sebagai salah satu alat pemasaran yang paling efektif. Bagi UMKM Sambal Nona Vanka, yang baru berdiri dan ingin meningkatkan visibilitas serta daya saing produk, video iklan menyediakan platform yang ideal untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka.

Salah satu keunggulan utama video iklan adalah kemampuannya untuk menarik



perhatian audiens dengan cara yang lebih dinamis dibandingkan metode pemasaran lainnya. Melalui video, Sambal Nona Vanka dapat menunjukkan proses pembuatan sambal, menyoroti bahan-bahan berkualitas yang digunakan, dan menampilkan keunikan dari setiap varian sambal. Visual yang menarik dan alur cerita yang baik dapat membantu konsumen memahami produk dengan lebih baik. Misalnya, video dapat dimulai dengan memperlihatkan kebun tempat bahan-bahan sambal ditanam, dilanjutkan dengan proses pembuatan sambal yang melibatkan teknik tradisional. Dengan pendekatan ini, konsumen tidak hanya diberi informasi, tetapi juga dibawa ke dalam pengalaman emosional yang dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan merek.

Video iklan juga berfungsi untuk membangun citra merek yang positif. Dalam dunia yang kompetitif, di mana konsumen memiliki banyak pilihan, citra merek yang kuat sangat penting. Dengan menggunakan video untuk memperkenalkan sambal Nona Vanka, pelaku usaha dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kualitas dan kepuasan pelanggan. Melalui video yang menunjukkan proses pembuatan yang teliti dan penggunaan bahan-bahan alami, konsumen akan merasa lebih percaya dan yakin untuk mencoba produk. Ini sangat penting bagi UMKM yang mungkin belum dikenal luas. Citra merek yang positif dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan loyalitas yang lebih besar.

Keterlibatan audiens adalah kunci untuk keberhasilan pemasaran. Video iklan memiliki kemampuan unik untuk menciptakan interaksi yang lebih dalam dengan konsumen. Dengan menggunakan platform media sosial, video dapat dibagikan dan dikomentari, menciptakan ruang bagi diskusi dan umpan balik. Bagi Sambal Nona Vanka, ini berarti ada peluang untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Ketika konsumen berkomentar atau membagikan video, mereka tidak hanya memperluas jangkauan merek, tetapi juga menciptakan komunitas di sekitar produk. Interaksi ini membantu membangun hubungan yang lebih kuat dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Proses pembuatan video iklan juga mendorong pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam pendekatan pemasaran mereka. Dalam menciptakan konten video, UMKM dapat berpikir di luar kotak dan mengeksplorasi berbagai cara untuk menampilkan produk mereka. Kreativitas ini tidak hanya membantu dalam membuat video yang menarik, tetapi juga dapat menciptakan diferensiasi di pasar. Dengan pendekatan yang kreatif, Sambal Nona Vanka dapat menonjol di antara kompetitor dan menarik perhatian konsumen dengan cara yang unik. Ini penting dalam membangun identitas merek yang kuat dan membedakan produk dari pesaing.

Video iklan juga memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi dan media sosial secara maksimal. Dengan berbagai alat dan platform yang tersedia, pelaku usaha dapat membuat video berkualitas tinggi tanpa perlu anggaran besar. Aplikasi pengeditan video yang mudah digunakan memungkinkan UMKM untuk menciptakan konten yang profesional dengan biaya yang minimal. Melalui media sosial, distribusi video juga menjadi lebih mudah dan efisien. Pelaku usaha dapat dengan cepat membagikan video mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat. Ini adalah keuntungan besar bagi UMKM yang ingin tumbuh dan berkembang di pasar yang kompetitif.



Gambar 2. Foto Bersama Owner

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim kami di UMKM Sambal Nona Vanka berlangsung dari 15 Februari 2025 hingga 15 Oktober 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk melalui digital branding dan pembuatan video iklan. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, kami berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka secara efektif di era digital.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta terkait pemasaran digital. Pada awal kegiatan, sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang digital branding dan cara menggunakan video sebagai alat promosi. Namun, setelah mengikuti berbagai sesi pelatihan, mereka menjadi lebih paham mengenai pentingnya kehadiran digital dalam pemasaran produk.

Pelatihan yang kami berikan mencakup berbagai aspek, mulai dari pemahaman dasar tentang pemasaran digital, penggunaan media sosial, hingga teknik pengambilan gambar dan editing video menggunakan aplikasi CapCut. Tim pengabdian melakukan pendekatan yang interaktif dan praktis, memungkinkan peserta untuk langsung berlatih membuat konten video. Hal ini terbukti efektif, karena peserta tidak hanya mendengarkan teori, tetapi juga terlibat langsung dalam proses pembuatan video iklan.



Gambar 3. Foto Produk sebagai kondim

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pelaku UMKM Sambal Nona Vanka kini memiliki keterampilan baru dalam digital branding dan pemasaran video, yang memungkinkan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kami berharap bahwa hasil dari kegiatan ini dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi pelaku UMKM serta masyarakat sekitar. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini. Dukungan dari Politeknik Negeri Malang, mitra UMKM, serta masyarakat sekitar sangat berperan dalam kesuksesan program ini. Kami berharap kegiatan pengabdian masyarakat ini bukan hanya menjadi langkah awal, tetapi juga dapat menjadi inspirasi bagi kegiatan serupa di masa depan

ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih banyak kepada Direktur Politeknik Negeri Malang, seluruh anggota tim pengabdian masyarakat, baik sesama dosen maupun mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Jangan lupa juga kepada mitra yang telah bersedia menerima dan menyisihkan waktu untuk pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Agustian, N., & Salsabila, U. H. (2021). Peran Teknologi Pendidikan dalam Pembelajaran. *Islamika*, 3(1), 123–133. <https://doi.org/10.36088/islamika.v3i1.1047>
- [2] Ahmadi, F., & Ibda, H. (2019). Konsep dan aplikasi literasi baru di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0. CV. Pilar Nusantara.
- [3] Amarta, C. D., Wardaya, A., Nugroho, A. V., & Setiawan, P. A. (2022). Strategi Pemasaran Digital dan Kualitas Produk untuk Mendapatkan Pelanggan Setia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2021), 15190– 15202.
- [4] Wardhani, A. K., & Romas, A. N. (2021). Analysis of Digital Marketing Strategies in the Covid-19 Pandemic. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 29–53. <https://doi.org/10.24071/exero.v4i1.5025>



- [5] Wijaya, V., Sitompul, N., Mulyanto, U. H., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Editing Video Menggunakan Aplikasi Smartphone CapCut Bagi Ibu-Ibu Gabungan Organisasi Wanita Sambas. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, Vol. 4 No.(Juni), 1343–1351. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/980/785>