



# PKM Digital Marketing dan Branding: Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kecamatan Nan Sabaris, Kabupaten Padang Pariaman

Rose Rahmidani<sup>1</sup>, Efni Cerya<sup>2</sup>, Ika Parma Dewi<sup>3</sup> Elfi Rahmi<sup>4</sup>, Armiami<sup>5</sup>, Dessi Susanti<sup>6</sup>

<sup>1,2,4,5,6</sup>Pendidikan Ekonomi/ Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Universitas Negeri Padang

<sup>3</sup> Pendidikan Teknik Informatika/ Fakultas Teknik/ Universitas Negeri Padang

<sup>\*</sup>Corresponding author, [rose\\_rahmidani@fe.unp.ac.id](mailto:rose_rahmidani@fe.unp.ac.id)

Revisi 24/01/2025;  
Diterima 05/01/2025;  
Publish 15/02/2025

## Kata kunci:

Pengabdian  
Masyarakat, Merek,  
Pemasaran Digital.

## Abstrak

UMKM Virgin Coconut Oil (VCO) Darma menghadapi beberapa permasalahan dalam mengembangkan usahanya. Pertama, kemasan produk VCO Darma masih kurang menarik karena menggunakan botol plastik biasa tanpa merek dan logo. Kedua, jangkauan pemasaran VCO Darma masih terbatas pada area tertentu saja. Ketiga, UMKM ini belum memiliki izin SPP-IRT, yang penting untuk menjamin keamanan pangan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Keempat, promosi yang dilakukan masih minim sehingga produk VCO Darma belum dikenal luas oleh masyarakat, berdampak pada rendahnya omzet penjualan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, tim pengabdian melakukan pendampingan dengan metode berbasis kebutuhan. Pelatihan diberikan kepada pelaku UMKM VCO Darma meliputi bidang pemasaran digital, yang sangat penting di era saat ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas, pendampingan pengurusan izin SPP-IRT dan pendampingan pembuatan merek dan logo untuk kemasan. Metode pelatihan yang digunakan bervariasi, meliputi ceramah, diskusi, tanya jawab, praktek langsung, dan pendampingan. Hasil yang dicapai dari program pengabdian ini antara lain: 1) Dihasilkannya disain logo dan merk VCO Darma yang menarik sehingga memiliki identitas yang kuat dan mudah diingat konsumen. 2) VCO Darma sudah memiliki SPP-IRT sehingga produk VCO Darma dapat beredar secara legal dan memenuhi standar keamanan pangan. 3) VCO Darma memiliki platform digital marketing sehingga produk bisa dikenal masyarakat luas. Dengan adanya program pendampingan ini, diharapkan UMKM VCO Darma dapat meningkatkan daya saing produknya, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan omzet penjualan.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author (s)

---

## PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Kelapa merupakan komoditas unggulan pertanian yang berasal dari daerah Padang Pariaman dan menjadikannya sebagai salah satu sumber perekonomian strategis masyarakat di Kabupaten Padang Pariaman. Potensi komoditas ini sangat besar yaitu mencapai 40.048 hektar. Rata-rata tiap hektar ada sekitar 700 batang. Kelapa dalam umumnya dipanen petani 2-3 kali/bulan (15-30 butir per batang) atau sekitar 820 butir / batang/tahun. Masyarakat pun tidak hanya memanfaatkan buah atau dagingnya namun juga serabut, daun, batang, batok dan minyaknya untuk diolah sebagai sumber perekonomian (BPS, 2024)]. Menurut Kepala Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Padang Pariaman Yurisman Yakub, berdasarkan penelitian, santan dan zat kimia yang dihasilkan kelapa di Padang Pariaman lebih banyak dan lebih baik dari kelapa asal daerah lain. Hal ini dikarenakan letak geografis yang perbukitan serta dekat dengan pantai sehingga menghasilkan kualitas baik. Selain dijual secara gelondongan, kelapa dalam tersebut juga dijadikan kopra, diolah menjadi Virgin Coconut Oil (VCO), kelapa asap cair, sabun kecantikan dan sejumlah olahan lainnya yang punya nilai ekonomi tinggi.

Pada umumnya pengolahan VCO ini dilakukan oleh industri rumah tangga. Hampir sebagian besar masyarakat di Sunua Barat memiliki keterampilan mengolah VCO. Masyarakat Nagari Sunua Barat pernah mendapatkan pelatihan pengolahan VCO ini dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Padang Pariaman dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan observasi dan diskusi yang tim pengusul lakukan ke Nagari Sunua Barat, diperoleh informasi bahwa industri rumah tangga pengolahan VCO yang dilakukan masyarakat di Sunua Barat ini mengalami berbagai permasalahan. Permasalahan yang urgen sekali yaitu keterbatasan masyarakat yang merupakan pelaku industri VCO dalam hal pemasaran produk. Daerah pemasaran hanya untuk pasar lokal Kabupaten Padang Pariaman dan sekitarnya. Walaupun ada beberapa kota yang bisa mereka jangkau seperti kota Padang dan Bukittinggi, tapi belum memadai sebagai daerah pemasaran produk VCO ini. Para pelaku usaha harus dapat mengkomunikasikan produk mereka secara konsisten dengan melakukan pemasaran produk menggunakan media social agar dapat dengan mudah menjangkau pasar yang luas. (LKDP Kabupaten Padang, & Pariaman, 2020)

Persoalan krusial lainnya yaitu kurang menariknya kemasan produk yang dihasilkan. Pada umumnya produk VCO belum memiliki merek dan kemasan yang menarik. Kemasan merupakan ujung tombak penjualan suatu produk (Yeap, at all, 2015). Dengan kemasan yang menarik, hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendongkrak penjualan, karena peckaging pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merek dagang. Perkembangan packaging akhirnya menjadi ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk (Usman, Setyorini, 2020 ; Apriyanti, 2018).

Persoalan lainnya yang juga dialami mitra yang diperoleh dari hasil diskusi dan wawancara ketika tim melakukan observasi ke lokasi mitra yaitu mitra tidak memiliki catatan keuangan untuk memisahkan pembukuan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Sehingga mitra kesulitan ketika menentukan laba usaha dan harga pokok produksi. Kadang kala modal usaha bercampur dengan kekayaan pribadi atau rumah tangga sehingga sering terpakai untuk kebutuhan pribadi. Untuk itu mitra memerlukan pelatihan manajemen keuangan usaha. Penguasaan manajemen keuangan bisa memberikan informasi tingkat laba yang diperoleh (Baiq, 2023).

Berdasarkan analisis situasi maka dapat diidentifikasi permasalahan prioritas mitra yang mendesak untuk diatasi yang memerlukan kepakaran bidang ilmu yang berbeda, meliputi manajemen usaha dan pemasaran. Permasalahan yang akan ditangani adalah benar-benar merupakan kebutuhan yang sangat mendesak bagi mitra dan sejalan dengan program

pemerintah nagari, daerah dan bahkan pemerintah pusat yaitu: 1). Industri mitra belum memiliki izin usaha. 2) Terkait Manajemen Usaha. Kemasan dan merek produk mitra saat ini, kurang menarik dan masih kalah dengan produk pesaing, sehingga konsumen akan kesulitan mengenali produk karena belum memiliki identitas. Dalam program PKM ini mitra akan di bantu membuat logo dan merek yang akan didampingi oleh Dosen dari Jurusan Desain Komunikasi Visual. 3) Mitra dalam melakukan pemarkan produk masih sempit jangkauan pasarnya. Dalam program PKM ini mitra di berikan pelatihan untuk memiliki kemampuan menangkap dan menjangkau peluang pasar sehingga daerah pemasaran produk semakin luas. 4) Mitra masih melakukan promosi produk secara konvensional, sehingga produk VCO yang dihasilkan belum banyak diketahui oleh konsumen. Oleh sebab itu dibutuhkan teknik promosi dan pemasaran yang mampu mengatasi keterbatasan tersebut.

Untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh kelompok UMKM VCO Darma maka terdapat beberapa solusi yang ditawarkan dijelaskan sebagai berikut 1) Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pengurusan izin usaha dan SPP-IRT ke dinas Kesehatan Kabupaten Padang Pariaman. Mitra akan di latih menghasilkan produk yang lulus uji nilai gizi dan kebersihannya 2). Memberikan pendampingan kepada mitra dalam membuat desain merek, logo dan kemasan yang menarik sehingga *packaging* produk menjadi lebih menarik dan berkualitas. 3) Memberikan pelatihan marketing digital kepada mitra sehingga mitra bisa memperluas cakupan pasarnya tidak hanya daerah Padang Pariaman saja tetapi bisa menjangkau pasar nasional dan global. 4) Mitra dilatih dan didampingi untuk mempromosikan VCO yang dihasilkan dengan memanfaatkan berbagai platform digital (facebook dan instagram), terdaftar di google bisnisku dan google ads, serta membuat website sendiri. Digital marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk UMKM, karena tidak membutuhkan banyak biaya dibanding menayangkan iklan di TV, radio, atau media massa. Luaran yang terkait dengan mitra berupa peningkatan level keberdayaan mitra secara kuantitatif dan kualitatif sesuai permasalahan yang dihadapi yaitu: 1) Memberikan pendampingan membuat desain merek, logo dan kemasan yang menarik 2) Memberikan pelatihan digital marketing, 3) Memberikan pendampingan pengurusan izin usaha. Kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan yang dilaksanakan 4 kali kegiatan.

## **SOLUSI DAN TARGET**

Untuk mencapai tujuan tersebut dan mengatasi masalah yang dihadapi oleh VCO Darma, dirancang beberapa solusi sebagai berikut:

1. Solusi terkait permasalahan manajemen usaha
    - a. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam pengurusan izin usaha dan SPP-IRT ke dinas Kesehatan Kabupaten Padang Pariaman. Mitra akan dilatih menghasilkan produk yang lulus uji nilai gizi dan kebersihannya. Sebelumnya Mitra juga dibantu dalam mempersiapkan semua surat-surat dan persyaratan yang dibutuhkan.
  2. Solusi terkait permasalahan manajemen pemasaran
    - a. Memberikan pendampingan kepada mitra dalam membuat desain merek, logo dan kemasan yang menarik sehingga *packaging* produk menjadi lebih menarik dan berkualitas. Hal ini akan menjadi salah satu media promosi bagi produk yang dihasilkan, sehingga mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli, yang akhirnya menambah daya saing produk dan meningkatkan nilai jual. Disain *packaging* melibatkan keputusan yang berkenaan dengan tanda-tanda identifikasi, terutama merek dagang dan logo. Logo dan merk dagang merupakan identitas sebuah produk yang akan membedakannya dengan produk sejenis. Logo dan merk dagang memainkan peranan penting untuk meningkatkan daya tarik kemasan dan menarik minat konsumen untuk membeli.
-

- b. Memberikan pelatihan *marketing digital* kepada mitra sehingga mitra bisa memperluas cakupan pasarnya tidak hanya daerah Padang Pariaman saja tetapi bisa menjangkau pasar nasional dan global.
- c. Mitra dilatih dan didampingi untuk mempromosikan VCO yang dihasilkan dengan memanfaatkan berbagai *platform digital*, diantaranya promosi menggunakan media sosial (facebook dan instagram), terdaftar di google bisnisku dan google ads, serta membuat *website sendiri*.

Sejalan dengan permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, upaya yang dilakukan adalah penyebarluasan IPTEKS yang berkaitan dengan peningkatan keterampilan SDM yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Adapun yang dapat ditransfer yaitu membuat desain merek, logo dan packaging yang menarik, pengurusan legalitas SPP-IRT ke dinas Kesehatan, pelatihan dan pendampingan pemasaran digital. Untuk mencapai tujuan ini, maka selama pelatihan mitra akan diberikan materi dalam bentuk teori dan praktek. Khalayak sasaran dalam kegiatan pelatihan ini adalah pemilik dan karyawan VCO Darma dengan total jumlah peserta 15 orang.

Kegiatan ini akan dilaksanakan di Nagari Sunua Barat Kecamatan Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat. Jarak antara Universitas Negeri Padang dengan Lokasi PKM yaitu 38,4 KM yang dapat ditempuh dalam 58 menit atau lebih kurang 1 jam perjalanan dari Universitas Negeri Padang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada bulan Agustus-September 2024.

Uraian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi: a) Persiapan meliputi koordinasi dengan Pemerintah Nagari Sunua Barat dan Camat Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman. b) Pertemuan penyamaan persepsi dan diskusi bentuk, tempat dan waktu kegiatan bersama mitra VCO Darma. c) Persiapan pelaksanaan yang meliputi dokumen-dokumen, perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran kegiatan PKM ini. d) Kegiatan inti yaitu berupa pelatihan, pembimbingan dan pendampingan sesuai dengan kegiatan yang telah direncanakan. e) Evaluasi bertujuan untuk melihat kontribusi dan manfaat kegiatan PKM ini bagi mitra VCO Darma.

Target dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: 1) Mitra memiliki nomor SPP IRT dari Dinas Kesehatan, 2) Peningkatan daerah pemasaran produk VCO, 3) Peningkatan omzet penjualan mitra mencapai 30%, 4) Dihasilkannya bentuk kemasan VCO Darma yang menarik, 5) Dihasilkannya disain logo dan merk dagang VCO dan terdaftar pada instansi terkait. 6) Mitra sedikitnya memiliki satu platform digital marketing.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat PKM ini dilaksanakan di tahun 2024 dengan tahapan berikut: 1) Persiapan meliputi koordinasi dengan Pemerintah Nagari Sunua Barat dan Camat Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman. 2) Pertemuan penyamaan persepsi dan diskusi bentuk, tempat dan waktu kegiatan bersama mitra VCO Darma. 3) Persiapan pelaksanaan yang meliputi dokumen-dokumen, perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk kelancaran kegiatan PKM ini. 4) Kegiatan inti yaitu berupa pelatihan, pembimbingan dan pendampingan sesuai dengan kegiatan yang telah direncanakan dan dipaparkan pada Tabel 1 di bawah ini secara lebih rinci. 5) Evaluasi bertujuan untuk melihat kontribusi dan manfaat kegiatan PKM ini bagi mitra VCO Darma. Diharapkan setelah program ini selesai program yang telah dilatihkan dan dibimbing bisa terus dijaga implementasinya oleh mitra dan bahkan bisa terus dikembangkan dibawah binaan dari pemerintah nagari Sunua Barat, Kecamatan Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman.

Metode pendekatan yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan mitra adalah melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan selama kegiatan PKM. Pelatihan akan

diberikan oleh para instruktur yang sudah berpengalaman dalam bidang pemasaran digital, manajemen pemasaran, dan kewirausahaan. Selanjutnya tim PKM akan memberikan pendampingan kepada mitra terkait materi yang sudah dilatihkan dan evaluasi kegiatan baik melalui pendampingan kunjungan langsung maupun dengan memanfaatkan fasilitas telekomunikasi seperti zoom, telepon, dan whatsapp. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah, diskusi, tanya jawab, praktek dan pembimbingan. Agar tujuan dapat tercapai secara maksimal, maka dalam pelaksanaan.

Pelatihan digunakan metode dan pendekatan yang bervariasi, yaitu sebagai berikut:

Masalah	Metode Pendekatan	Pelatih/Nara Sumber	Luaran
Masalah manajemen usaha. Mitra belum memiliki izin usaha	Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam mengurus izin usaha dan SPP-IRT ke dinas Kesehatan Kabupaten Padang Pariaman	Pelatihan ini dikoordinatori oleh Ibu Rose Rahmidani <u>S.Pd.</u> MM dengan menghadirkan nara sumber dari Dinas Kesehatan Kabupaten Padang Pariaman	Luaran yang diharapkan: Mitra memiliki nomor SPPP-IRT dari Dinas Kesehatan
Masalah manajemen pemasaran: masih sempitnya jangkauan pasar untuk hasil produk VCO mitra	Pelatihan dan pendampingan menangkap dan menjangkau peluang pasar	Tim PKM yaitu Ibu Rose Rahmidani, <u>S.Pd.</u> MM dosen FEB UNP yang mengampu mata kuliah manajemen pemasaran akan menjadi koordinator pelatihan dan pendampingan memperluas target pasar dengan menghadirkan narasumber dan pendamping dari dosen Manajemen FEB UNP	Luaran dari Solusi: 1. Peningkatan daerah pemasaran produk VCO. 2. Peningkatan <u>omzet</u> <u>penjualan</u> mitra mencapai 30%.
Pemasaran digital: Masalah promosi, kemasan produk kurang menarik dan belum memiliki merek dan Logo pada kemasannya	Pelatihan dan pendampingan peningkatan kreativitas di bidang promosi dan pemasaran, yang terdiri dari: 1. Perancangan media promosi 2. Packaging produk 3. Disain dan pendaftaran logo dan merek produk	Kegiatan ini dikoordinatori oleh Ibu Ika Parma Dewi, <u>S.Pd.</u> M Pd.T dosen Fakultas Teknik UNP yang mengampu mata kuliah komputer dan teknik Informatika. Narasumber dan Pendamping pada kegiatan ini adalah dosen Digital Marketing dan dan dosen Disain Komunikasi Visual UNP.	Luaran dari solusi ini adalah: 1. Dihasilkannya bentuk kemasan VCO Darma yang menarik 2. Dihasilkannya disain logo dan merk dagang VCO dan terdaftar pada instansi terkait 3. Mitra sedikitnya memiliki satu platform digital marketing

**Gambar 1.** Metode Pendekatan untuk mengatasi masalah mitra

Mitra kegiatan PKM ini adalah VCO Darma yang didukung oleh Pemerintah Nagari Sunua Barat dan Kecamatan Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman. Mitra UMKM akan berpartisipasi langsung sebagai peserta pelatihan dan diskusi, dan diharapkan mereka aktif dalam kegiatan pelatihan ini sehingga mereka paham bagaimana pentingnya kegiatan PKM ini. Tempat pelatihan juga difasilitasi oleh mitra termasuk partisipasi mitra dalam kepanitiaan dan penyediaan berbagai perlengkapan untuk pelatihan dan pendampingan. Jika UMKM ini berkembang diharapkan dapat membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat dimana Kelompok mitra memiliki lebih kurang 20 orang karyawan, membuka lapangan kerja baru dan juga memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, kegiatan ini bertujuan membantu kelompok UMKM VCO Darma dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, memperbaiki kualitas kemasan produk, membuatkan merek dan membantu mempersiapkan pendaftaran SPP-IRT. Oleh karena itu disepakati untuk dilakukan suatu kegiatan atau program pemberdayaan ekonomi masyarakat agar dapat meningkatkan pendapatan dan laba usaha. Mitra dari kegiatan ini adalah kelompok UMKM VCO Darma dengan jumlah karyawan 15 orang. Adapun tujuan kegiatan ini : 1) Memberikan pendampingan membuatkan desain merek, logo dan kemasan yang menarik 2) Memberikan pelatihan digital marketing, 3) Memberikan pendampingan pengurusan izin usaha. Kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan yang dilaksanakan 4 kali kegiatan. Permasalahan

yang dialami oleh mitra tersebut diatasi melalui PKM ini meliputi 3 bidang ilmu yaitu: Manajemen Pemasaran, Pemasaran Digital dan Desain Komunikasi Visual. Permasalahan yang akan ditangani adalah benar-benar merupakan kebutuhan yang sangat mendesak mitra dan sejalan dengan program pemerintah nagari, daerah dan bahkan pemerintah pusat. Untuk mitra VCO Darma telah dilaksanakan serangkaian kegiatan sebagai berikut:

No	Kegiatan	Realisasi	Capaian Realisasi
1	Rapat Koordinasi awal Persiapan Pelaksanaan Kegiatan PKM dengan Mitra	Dilaksanakan tanggal 1 Agustus 2024 di Kantor Wali Nagari Sunua Barat Kec. Nan Sabaris Kabupaten Padang Pariaman dengan difasilitasi oleh wali nagari.	100%
2	Pembukaan kegiatan secara resmi oleh Camat Nan Sabaris	Dilaksanakan tanggal 7 Agustus 2024 di Ruang Pertemuan Kantor Nagari Sunua Barat	100%
3	Pelatihan Menangkap peluang pasar	Dilaksanakan tanggal 7 September 2024 di kantor Wali Nagari Sunua Barat	100%
4	Pendampingan pendaftaran SPP-IRT	Dilaksanakan tanggal 8 September 2024 di tempat usaha VCO Darma	100%
5	Pelatihan Pemasaran Digital	Dilaksanakan tanggal 14 September 2024 di kantor Wali Nagari Sunua Barat	100%
6	Penyerahan bantuan mesin kukuran kelapa kepada VCO Darma	Dilaksanakan tanggal 1 Oktober 2024 di tempat usaha VCO Darma	100%

**Gambar 2.** Realisasi kegiatan pendampingan dan pelatihan Tahun 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat realisasi dari program PKM ini. Sebelum kegiatan dilaksanakan, pada tanggal 1 Agustus 2024 tim pelaksana berkoordinasi dengan Wali Nagari Sunua Barat. Kegiatan perencanaan dilakukan tim bersama dengan kelompok Mitra, yang difasilitasi oleh Wali Nagari Sunua Barat Pada kesempatan ini, disepakati beberapa hal yaitu; jadwal kegiatan, peserta kegiatan, serta teknis pelaksanaan kegiatan.

Pada tanggal 7 Agustus 2024 dilaksanakan pembukaan kegiatan yang diikuti oleh semua peserta, dihadiri oleh Wali Nagari Sunua Barat. Kegiatan dibuka oleh Camat Nan Sabaris. Pada kesempatan tersebut Camat Nan Sabaris pada sambutannya memberikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada tim pengabdian kepada masyarakat Universitas Negeri Padang (UNP) yang telah memilih Kecamatan Nan Sabaris sebagai lokasi pengabdian tahun ini.



**Gambar 3.** Foto bersama setelah kegiatan pembukaan

Selanjutnya setelah acara pembukaan kegiatan pertama yaitu pelatihan dan pendampingan menangkap dan menjangkau peluang pasar diikuti oleh 15 orang peserta yang merupakan anggota kelompok VCO Darma. Pelaksanaan pelatihan secara tatap muka bersama seluruh peserta dilakukan sesuai dengan rencana yaitu berlangsung pada hari Sabtu, tanggal 7 September 2024. Pada kegiatan ini didatangkan narasumber dari Departemen Manajemen Universitas Negeri Padang (UNP). Kegiatan ini dilakukan agar para pelaku UMKM memiliki keterampilan dalam peningkatan daerah pemasaran produk VCO. Kegiatan pelatihan dan

pendampingan menangkap dan menjangkau peluang pasar ini berjalan sukses dan lancar yang dapat dilihat pada dokumentasi kegiatan berikut ini:



**Gambar 4.** Pelatihan menangkap peluang pasar

Selanjutnya jam 14.30 WIB kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan kemasan produk dengan nara sumber dari dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang. Pada kegiatan ini pelaku UMKM berdiskusi dengan nara sumber mengenai bentuk kemasan yang digunakan saat ini yang masih sederhana dan belum memiliki merek. Disain packaging melibatkan keputusan yang berkenaan dengan tanda-tanda identifikasi, terutama merek dagang dan logo. Logo dan merk dagang merupakan identitas sebuah produk yang akan membedakannya dengan produk sejenis. Logo dan merk dagang memainkan peranan penting untuk meningkatkan daya tarik kemasan dan menarik minat konsumen untuk membeli (Sagita & Sari (2019). Riset bahkan membuktikan perilaku konsumen dalam berbelanja seringkali didorong oleh pengaruh merek dagang. Orang dengan sukarela mau membeli barang dengan harga tinggi karena merk dagang yang dimiliki oleh produk tersebut. Pada kesempatan ini nara sumber menggali informasi dari mitra tentang kebutuhan dan keinginan mereka terkait kemasan. Pengemasan (packaging) produk tidak hanya sekedar berfungsi untuk alat pelindung atau pengemasan semata, namun memiliki fungsi untuk membuat image produk. Dengan adanya packaging yang menarik maka pandangan masyarakat akan citra VCO menjadi lebih tinggi (Amiroh et all, 2022). Kemasan VCO perlu dibuat seunik dan semenarik mungkin agar membentuk citra produk VCO ini sebagai produk yang elegan di kalangan masyarakat. Kegiatan hari pertama dilaksanakan pada kantor wali nagari Sunua Barat. Berdasarkan diskusi tersebut nara sumber membantu mendesain kan merek yang lebih menarik bagi UMKM VCO Darma. Kegiatan diskusi berjalan lancar sehingga nara sumber mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan untuk mendesain kemasan dan merek sesuai dengan filosofinya. Berikut ini dokumentasi kegiatan dan hasil desain yang ditawarkan pada mitra:



**Gambar 5:** Mendesain merek, logo dan merek yang dihasilkan

Program berikutnya dilaksanakan pada tanggal 8 September 2024 kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan pendampingan pendaftaran SPP-IRT. Sebelum proses pendaftaran SPP-

IRT mitra didampingi untuk pendaftaran NIB. Kegiatan ini didampingi oleh Ibu Efni Cerya S.Pd, M.Pd E yang sekaligus sebagai ketua labor Inkubator Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP. Beliau sudah berpengalaman dalam hal pengurusan dan pendaftaran SPP-IRT UMKM yang ada di Sumatera Barat. Pelaksanaan kegiatan ini pada lokasi usaha mitra VCO Darma.



**Gambar 6:** Pendampingan pendaftaran NIB dan SPP-IRT Mitra VCO Darma

Kegiatan pengabdian hari ke tiga dilaksanakan tanggal 14 September 2024 di Kantor Wali Nagari Sunua Barat. Yaitu pelatihan pemasaran digital. Kegiatan ini merupakan lanjutan dari kegiatan sebelumnya agar mitra dapat memiliki jaringan penjualan secara online sesuai dengan trend saat ini. Narasumber dan Pendamping pada kegiatan ini adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP yang mengampu mata kuliah Kewirausahaan, yaitu Bapak Khairy Murdy, M.Pd dan Ibu Rita Sofyan S.Pd, M.Pd yang menjelaskan tentang konsep dasar pemasaran online, pembuatan foto dan video produk serta juga membuat akun di marketplace termasuk pemanfaatan berbagai media sosial untuk mendorong pemasaran produk secara online. Digital marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk UMKM, karena tidak membutuhkan banyak biaya dibanding menayangkan iklan di TV, radio, atau media massa (Naimah,, 2020). Dokumentasi kegiatan pelatihan ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 7:** Pelatihan Pemasaran digital

Kegiatan pengabdian ini dilanjutkan pada hari ke empat yaitu tanggal 1 Oktober 2024. Pada kesempatan ini tim menyerahkan bantuan alat berupa mesin kukur kelapa kepada mitra VCO Darma. Alat ini diberikan karena mesin kukur kelapa yang digunakan sebelumnya adalah mesin untuk kapasitas kecil. Sehingga hal ini menyebabkan lambatnya proses pengukuran kelapa dalam jumlah yang besar sehingga menghambat proses produksi VCO.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik dan lancar. Hal ini diketahui dari antusiasme yang ditunjukkan oleh peserta karena mendapatkan pengetahuan dan keterampilan baru dalam hal promosi dan pemasaran online, manajemen keuangan dan legalitas

usaha. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberdayakan ekonomi masyarakat, meningkatkan laba usaha, meningkatkan ekonomi masyarakat di Nagari Sunua Barat.

## KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa: a) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah selesai dilakukan yang terdiri dari pelatihan menangkap peluang pasar, packaging, promosi dan pemasaran digital serta legalitas usaha. b) Mitra membantu kegiatan ini dalam bentuk penyediaan tempat pelatihan yaitu ruangan pertemuan Nagari Sunua Barat dan tempat usaha VCO Darma lengkap dengan sarana yang dibutuhkan seperti LCD, layar proyektor, pengeras suara, kursi meja dan sarana lain yang dibutuhkan. Pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan dalam pemasaran digital dan legalitas usaha menjadi bertambah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisetiawan. (2017). R. Kajian Persepsi Pemilik Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Terhadap Laporan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*;13(4):162-73.
- Amiroh, K., Zunaidi, R. A., Annisa, A. R., & Suharto, R. C. (2022). Peningkatan Branding Penjualan Arang Briket Oleh Kelompok Masyarakat Kampung Oase Ondomohen. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 135-139.
- Apriyanti ME.(2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*.10(1):20-7.
- Baiq Herdina Septika, B.H, Krisnahadi, Tama , Wulandari, Y,E. (2023). Analisis Pengaruh Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk UKM Kale Cookie. *Jurnal Visionary : Penelitian dan Pengembangan dibidang Administrasi Pendidikan*. 11(1):86-90
- BPS Kabupaten Padang Pariaman. 2024. Kabupaten Padang Pariaman dalam Angka, Volume 25.
- Chokwu, B.A, Enudu, T,O (2018). The Impact of Product Packaging on Consumers Purchasing Behavior in Benin Metropolis, Edo State, Nigeria. *International Journal of Economics Commerce and Management*.;6 (4); 708-725
- LKDP Kabupaten Padang, & Pariaman. (2020). Perda Kabupaten Padang Pariaman. 21(1), 1-9.
- Meilizar, M., Luthvina, R., & Oktavia, N. 2021. Perancangan Model Klaster Industri Hilir Kelapa di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 7(2), 111-115.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*;2(2),119-130.Availablefrom: <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/844>
- Sagita, L., & Sari, M. W. (2019). Pelatihan Pembuatan Desain dan Label Produk Lurik-Kulit di Panggungharjo Bantul. *Abdimas Dewantara*; 2(2), 115-119.
- Usman, M.N& Setyorini. H (2020).Pendampingan penyusunan strategi Untuk Peningkatan Daya Saing UKM Dalam Memasuki Era Digital. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1).19-22
- Yeap. S.K. Beh.B.K,Ali, N.M.Myusuf, H.M.,Ho,W.Y and Long K (2015) Antistress and Antioxidant Effect of Virgin Coconut Oil In Vivo. *Experimental and Therapeutic Medicine*. 9(1) 39-42.
-