

LAPORAN

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Sosialisasi Branding Dan Digital Marketing Desa Sumberagung

Oleh :

1. Dhina Puspasari Wijaya, S.Kom., M.Kom (Ketua)
2. Dita Danianti, S.Kom., M.Kom (Anggota 1)
3. Andri Pramuntadi, S.Kom., M.Kom (Anggota 2)
4. Deden Hardan Gutama, S.Kom., M.Kom (Anggota 3)
5. Ahmad Subhan Yazid, S.Kom., M.Cs. (Anggota 4)
6. Cicin Hardiyanti P, S.Kom., M.Kom (Anggota 5)

PROGRAM STUDI S1 INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS, REKAYASA DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA
2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Program Pengabdian: Branding Dan Digital Marketing Desa Sumberagung

1. Ketua Pelaksana
Nama : Dhina Puspasari Wijaya, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0526019202
Tugas : Pembicara
2. Anggota Pelaksana 1
Nama : Dita Danianti, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0530079103
Tugas : Pendamping
3. Anggota Pelaksana 2
Nama : Andri Pramuntadi, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0525028403
Tugas : Pendamping
4. Anggota Pelaksana 3
Nama : Deden Hardan Gutama, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0502029201
Tugas : Pembicara
5. Anggota Pelaksana 4
Nama : Ahmad Subhan Yazid, S.Kom., M.Cs.
NIM : 0521129501
Tugas : Pembicara
6. Anggota Pelaksana 5
Nama : Cicin Hardiyanti P, S.Kom., M.Kom
NUPTK : 5051776677230173
Tugas : Pendamping

Yogyakarta, 13 Desember 2025

Dekan Fakultas Komputer

Ketua Pelaksana



Raden Nur Rachman Dzakiyullah, S.Kom., M.Sc

Dhina Puspasari Wijaya, S.Kom., M.Kom

Direktur Pengabdian Masyarakat & KKN



Dr. apt. Daru Estiningsih, S.Si., M.Sc

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tim pengabdian panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta petunjuk-Nya, sehingga pengabdian masyarakat ini dapat diselesaikan. Pengabdian masyarakat ini mengambil judul “Branding Dan Digital Marketing Desa Sumberagung”.

Beberapa pihak telah memberikan bantuan dalam rangka penyelesaian laporan ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini tim pengabdian ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak tersebut, yaitu:

1. Rektor UAA yang telah memberi kesempatan dan bantuan untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.
2. Ketua Program Studi Informatika FSET UAA yang telah bekerjasama dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.
3. Kepala LP2M UAA yang telah memberi kesempatan dan bantuan sejak pengajuan proposal sampai penyusunan laporan akhir.
4. Semua pihak yang tidak dapat tim pengabdian sebutkan satu per satu yang telah banyak membantu terselenggaranya pengabdian masyarakat ini.

Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan pahala sesuai jasa-jasa beliau. Tim pengabdian menyadari bahwa hal yang disajikan dalam laporan ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan.

Yogyakarta, 13 Desember 2025

Ketua Pelaksana



Dhina Puspasari Wijaya, S.Kom., M.Kom

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI	4
A. PENDAHULUAN	5
B. TUJUAN.....	5
C. MANFAAT PENGABDIAN.....	5
D. METODE YANG DITERAPKAN	6
E. WAKTU DAN TEMPAT KEGIATAN	6
F. BIDANG DAN BENTUK KEGIATAN.....	7
G. PENYELENGGARA KEGIATAN	7
H. SASARAN.....	7
I. ORGANISASI PELAKSANA.....	7
J. KESIMPULAN DAN SARAN.....	8
LAMPIRAN	9
1. Dokumentasi	9
2. Rincian dan Anggaran Biaya	10
3. Materi Presentasi.....	10
4. Surat Tugas	13
5. Daftar Hadir	15

A. PENDAHULUAN

Di era saat ini perkembangan bisnis sudah sangat berkembang pesat, UMKM agar bisa terus bertahan harus mengikuti kemajuan teknologi dengan tujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. UMKM sebagai sektor ekonomi bagi pertumbuhan ekonomi suatu daerah. yang apabila dikelola dengan baik mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan daerah dan masyarakat, serta mendukung adanya perkembangan sektor lain. Saat ini potensi masih belum dimanfaatkan secara maksimal. Banyak UMKM yang belum mengerti caranya memasarkan produknya lebih luas.

Desa sumberagung merupakan desa sentral kerajinan bambu, dimana usaha dilakukan di rumah – rumah penduduk. Para pengerajin bambu tersebut masih bersekala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Rata – rata para pengerajin mengalami kendala dalam proses pengembangan usaha dan marketing. Selain itu pemasaran kerajinan bambu masih dilakukan secara offline belum merambah ke digital.

Berdasarkan apa yang terjadi di desa Sumberagung, dimana masih banyak pelaku usaha yang kebingungan dalam memasarkan produknya agar bisa di kenal banyak orang dan memiliki potensi ekspor ke luar negeri maka perlu adanya pelatihan branding dan digital marketing. Pemasaran digital bisa dilakukan dengan sosial media, google review dan marketplace untuk memperluas pangsa pasar dan produk lebih dikenal banyak orang.

B. TUJUAN

Adapun tujuan kegiatan ini memberikan pengetahuan kepada UMKM kerajinan bambu di Desa Sumberagung tentang branding dan digital marketing agar produk dapat dikenal lebih luas dan meningkatkan penjualan.

C. MANFAAT PENGABDIAN

Manfaat Manfaat branding dan digital marketing adalah sebagai berikut adalah sebagai berikut:

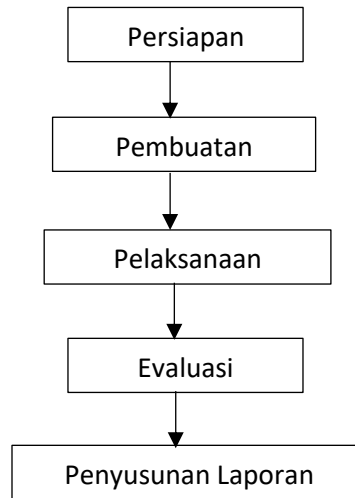
1. Manfaat Bagi Warga
 - a. Menambah wawasan tentang pentingnya branding dan digital marketing.
 - b. Bisa menerapkan branding dan digital marketing pada produk masing - masing
2. Manfaat Bagi Program Studi S1 Informatika
 - a. Mengembangkan keilmuan.
 - b. Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk berkontribusi dalam peningkatan kualitas pendidikan, dengan menerapkan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh dari lembaga pendidikan tinggi.
3. Manfaat Bagi Universitas
 - a. Meningkatkan hubungan baik kerjasama antara Desa Sumberagung

- b. Media sarana promosi Universitas Alma Ata khususnya Program Studi S1 Informatika

D. METODE YANG DITERAPKAN

1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Pada bagian ini akan dideskripsikan kerangka kerja dari sosialisasi branding dan digital marketing di Desa Sumberagung sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka perencanaan program penyuluhan

Berdasarkan gambar 1, kerangka perencanaan program sosialisasi branding dan digital marketing di Desa Sumberagung adalah sebagai berikut. Langkah awal adalah survey ke lokasi yang akan dijadikan tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat dan melakukan kesepakatan. Setelah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak langkah selanjutnya yaitu pembuatan materi yang akan disampaikan pada saat pelaksanaan pengabdian masyarakat. Setelah terlaksananya kegiatan dilakukan evaluasi kegiatan dan menyusun laporan akhir kegiatan pengabdian masyarakat.

E. WAKTU DAN TEMPAT KEGIATAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan Sabtu, tanggal 11 Oktober 2025 di Acara PKK Desa Sumberagung. Adapun rencana kegiatan secara lebih rinci adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Timeline Kegiatan

No	Kegiatan	Tanggal Pelaksanaan				
		Kamis, 2 Oktober 2025	Jumat, 3 Oktober 2025	Selasa, 7 Oktober 2025	Rabu, 8 November 2025	Sabtu, 11 Oktober 2025

1.	Persiapan Proposal dan Pemetaan Ide	13.30 - 16.00				
2.	Pembuatan Dokumen Awal		09.00 - 13.00			
3.	Kunjungan Survey Lapangan			13.00 - 16.00		
4.	Pembuatan Dokumen Proposal				13.00 - 16.00	
5.	Pelaksanaan Kegiatan					08.00 - 12.00

F. BIDANG DAN BENTUK KEGIATAN

Bentuk kegiatan yang diterapkan dalam sosialisasi branding dan digital marketing di Desa Sumberagung peserta mendapat pemaparan mengenai:

1. Pengertian branding.
2. Pengertian digital marketing
3. Contoh – contoh branding
4. Contoh – contoh digital marketing
5. Tools – tools untuk digital marketing

G. PENYELENGGARA KEGIATAN

Penyelenggara kegiatan ini adalah Dosen Program Studi S1 Informatika Universitas Alma Ata Yogyakarta.

H. SASARAN

Sasaran dari kegiatan ini merupakan ibu – ibu pengrajin bambu Desa Sumberagung.

I. ORGANISASI PELAKSANA

1. Ketua Pelaksana

Nama : Dhina Puspasari Wijaya, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0526019202
Tugas : Pembicara

2. Anggota Pelaksana 1

Nama : Dita Danianti, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0530079103
Tugas : Pendamping

3. Anggota Pelaksana 2

Nama : Andri Pramuntadi, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0525028403
Tugas : Pendamping

4. Anggota Pelaksana 3

Nama : Deden Hardan Gutama, S.Kom., M.Kom
NIDN : 0502029201
Tugas : Pembicara

5. Anggota Pelaksana 4

Nama : Ahmad Subhan Yazid, S.Kom., M.Cs.
NIM : 0521129501
Tugas : Pembicara

6. Anggota Pelaksana 5

Nama : Cicin Hardiyanti P, S.Kom., M.Kom
NUPTK : 5051776677230173
Tugas : Pendamping

J. KESIMPULAN DAN SARAN

a. KESIMPULAN

Sosialisasi menunjukkan peningkatan pemahaman ibu – ibu pengrajin bambu Desa Sumberagung. Kegiatan ini mampu memberikan wawasan tentang pentingnya branding dan digital marketing di era saat ini. Serta mengetahui cara melakukan branding dan digital marketing dengan berbagai media digital. Wawasan penggunaan tools – tools untuk mendukung branding dan digital marketing. Harapanya setelah kegiatan sosialisasi ini para pengrajin bambu dapat praktek dan memberikan manfaat untuk perkembangan usahanya.

Sosialisai dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana kegiatan yang sudah di susun. Kegiatan ini mendapat sambutan yang baik terbukti dengan tingkat kehadiran yang cukup tinggi dan antusias peserta mengikuti pelatihan dengan tidak meninggalkan tempat sebelum acara berakhir.

b. SARAN

Diharapkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diwaktu yang akan datang dapat memberikan sumbangsih ilmu lainnya khususnya yang berkaitan dengan teknologi informasi, sehingga dapat bermanfaat terhadap masyarakat pada umumnya dan civitas Universitas Alma.

LAMPIRAN

1. Dokumentasi





2. Rincian dan Anggaran Biaya

No	Nama	Qty	Harga	Total
1	Doorprise	5	Rp. 30.000	Rp. 150.000
2	Snack Peserta Dan Panitia	40	Rp. 10.000	Rp. 400.00
3	Fotokopi Modul	35	Rp. 5.000	Rp. 175.000
4	Transportasi	1	Rp. 125.000	Rp. 125.000
Granda Total				Rp. 850.000

3. Materi Presentasi





Pentingkah Branding?

Branding adalah langkah kunci untuk membedakan bisnis Anda dari pesaing dan mengukir identitas yang kuat di hati konsumen.

www.diklatu.id

Apabila Anda sebagai pembeli, Anda akan membeli sambal yang mana?



The image shows a comparison between two types of chili sauce. On the left, there are two glass jars filled with a chunky, red chili sauce, likely homemade. On the right, there is a single glass jar of 'Sambal Bata' brand chili sauce, which has a label with a logo and text. The two sides are separated by a large 'VS' symbol, indicating a comparison or choice between the two options.

A hand is shown placing a red block labeled 'BRAND' into a larger puzzle made of wooden blocks. The other blocks include: MARKETING, INNOVATION, PRODUCT, LOGO, ADVERTISING, TRUST, DESIGN, STRATEGY, IDENTIFY, and VALUE. The 'BRAND' block is the central focus, being placed into the puzzle.

Kira-kira Digital Marketing itu apa ya? Penting ga sih buat UMKM??

The Globe Inspiring University www.abruvta.ac.id

Apa itu Digital Marketing?

Digital marketing adalah penggunaan strategi pemasaran yang dilakukan secara online untuk mempromosikan produk atau jasa kepada khalayak yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, situs web, dan platform e-commerce, digital marketing membuka peluang besar bagi UKM untuk tumbuh dan berkembang.



The illustration features a central laptop displaying a bar chart and the word 'MARKETING'. Surrounding the laptop are various icons: a target, a lightbulb, a megaphone, a thumbs up, a speech bubble, a smiley face, a sad face, a coin, and a smartphone. The background is a solid blue color.

The Global Inspiring University

www.alfrusta.ac.id

Peran Penting Digital Marketing bagi UMKM

Digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Tidak ada batasan geografis, sehingga bisnis bisa jangkau pasaran lebih luas lagi, itupun mereka beres. Digital marketing juga membantu menciptakan interaksi yang lebih tinggi dengan konsumen melalui inovasi yang personal dan kreatif.

Grafik Penggunaan Internet dan Media Sosial Global

Tahun	Internet (%)	Media Sosial (%)
2019	42	14
2020	45	17
2021	47	20
2022	49	23

Sumber: We Are Social, Hootsuite (2019-2022)

Keunggulan Digital Marketing



Lebih Terukur
Menghasilkan data yang terukur dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan keputusan.



Memperluas Jangkauan Pasar
Tidak ada batasan geografis dalam pemasaran.



Interaktif
Memungkinkan interaksi dua arah antara bisnis dan konsumen.



Murah dan Efektif
Biaya pemasaran online cenderung lebih rendah daripada metode pemasaran tradisional.

The Globe Inspiring University www.altruista.ac.id

Persepsi B2B E-Commerce (B Indonesia 2021)

Tahukah Anda bahwa lebih dari 60% dari total populasi Indonesia menggunakan e-commerce?



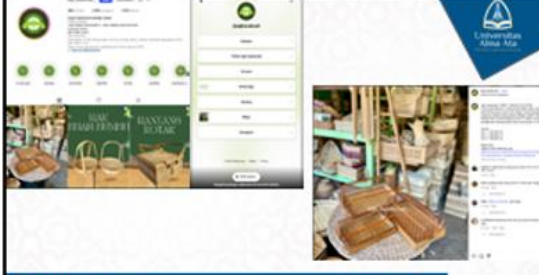
The Globe Inspiring University www.altruista.ac.id

Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Bisnis

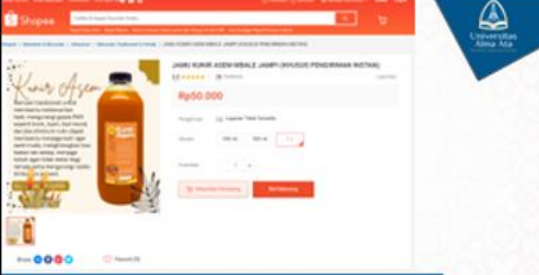


1. Membangun konten dan Branding di Platform Media Sosial
2. Bangun toko online anda dengan Platform E-commerce
3. Ingat bahwa digital marketing membutuhkan komitmen dan keuletan

The Globe Inspiring University www.altruista.ac.id



The Globe Inspiring University www.altruista.ac.id



The Globe Inspiring University www.altruista.ac.id

terimakasih

The Globe Inspiring University www.altruista.ac.id

4. Surat Tugas



Jl. Brawijaya 99, Yogyakarta 55183
Telp. (0274) 4342288, 4342270 Fax. (0274) 4342269
www.almaata.ac.id info@almaata.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 031/A/ST/LPPM/AA/X/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. apt. Daru Estiningsih, S.Si., M.Sc.
Jabatan : Ketua LPPM Universitas Alma Ata

Dengan ini memberikan tugas kepada nama-nama yang tercantum dalam Lampiran Surat Tugas ini, untuk dapat melakukan Pengabdian Masyarakat yang berjudul **"Sosialisasi Branding Dan Digital Marketing Desa Sumberagung"** yang dilaksanakan pada:

Hari/tanggal : Sabtu, 11 Oktober 2025
Waktu : 08.00 WIB – Selesai
Tempat : Desa Sumberagung

Demikian surat tugas ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami, 2 Oktober 2025
Kepala LPPM Universitas Alma Ata

Dr. apt. Daru Estiningsih, S.Si., M.Sc.
Alma Ata

The University that never ends with its innovation



LAMPIRAN

Daftar Nama Dosen

	Nama	NIDN	Jabatan
1.	Dhina Puspasari Wijaya, S.Kom., M.Kom	0526019202	Dosen Informatika
2.	Dita Danianti, S.Kom., M.Kom.	0530079103	Dosen Informatika
3.	Andri Pramantadi, S.Kom., M.Kom.	0525028403	Dosen Informatika
4.	Deden Hardan Utama, S.Kom., M.Kom	0502029201	Dosen Informatika
5.	Ahmad Subhan Yazid, S.Kom., M.Cs	0521129501	Dosen Informatika
6.	Ciclin Hardiyanti P, S.Kom., M.Kom	5051776677230173	Dosen Informatika

5. Daftar Hadir



Jl. Brawijaya 99, Yogyakarta 55183
Telp (0274) 4342288, 4342270 Fax (0274) 4342269
www.almaata.ac.id

DAFTAR HADIR

Hari/tanggal : Sabtu, 11 Oktober 2025

Waktu : 08.00 WIB – Selesai

Kegiatan : Sosialisasi Branding Dan Digital Marketing Desa Sumberagung

NO.	NAMA	ASAL	TANDA TANGAN
1.	Dwi Hidayati	RT 2	1. Dwi
2.	Dermi	RT 01	2. dr
3.	Yanti	RT 02	3. Yanti
4.	Mujinam	..	4. M
5.	ENNY	..	5. Enny
6.	evi	..	6. Evi
7.	Rini Wahyuni	RT 01	7. Rini
8.	Darti	RT 01	8. Darti
9.	SRI PURWANTI	04	9. Sri
10.	Lumi	RT 5	10. Lumi
11.	Rika	RT 03	11. Rika
12.	Tumir m	RT 04	12. Tumir
13.	Martini	RT 05	13. Martini
14.	Nik	RT 1	14. Nik
15.	Rini	RT 01	15. Rini
16.	NUR Dini	RT 05	16. Nur
17.	Supriyati	RT 05	17. Supriyati
18.	Bu. Siron	RT. 06	18. Siron
19.	wanti	RT. 03	19. Wanti
20.	Sekati	RT. 12	20. Sekati
21.	Gun. Harjanti	RT. 02	21. Gun.
22.	Muri	RT 01	22. Muri
23.	Bu. Sarip	RT	23. Sarip
24.	Widigah	RT. 05	24. Widigah



Universitas
Alma Ata

Jl. Brawijaya 99, Yogyakarta 55183
Telp. (0274) 4342288, 4342270 Fax. (0274) 4342269
www.almaata.ac.id

25.	Rafsan	10103	25.	
26.	Mgardini	10102	26.	
27.	Dhira Rusyanti W	10103	27.	
28.	Cici Kusriyati P	10103	28.	
29.	Areni Prasasti 481		29.	
30.	Dita Donianti		30.	
31.			31.	
32.	DEDE HANIPAL LUSANA		32.	
33.			33.	
34.			34.	
35.			35.	
36.			36.	
37.			37.	
38.			38.	
39.			39.	
40.			40.	
41.			41.	
42.			42.	
43.			43.	
44.			44.	
45.			45.	
46.			46.	
47.			47.	
48.			48.	
49.			49.	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Sains, Rekayasa dan Teknologi

Raden Nir Bachman Dzikriyullah, S. Kom., M.Sc., Ph.D.
NIK.132420109

Alma Ata: Berprestasi, Berkarya, Berkeadilan

