

PELATIHAN PERSONAL BRANDING DAN DIGITAL LITERACY BAGI PELAKU UMKM DI KOTA KUPANG

Merlyn Kurniawati¹⁾, Yonas Ferdinand Riwu¹⁾, Paulina Yuritha Amtiran¹⁾, Yuri Sandra Fa'ah¹⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana, Kupang, NTT, Indonesia

Corresponding author : Yonas Ferdinand Riwu
E-mail : yonas.riwu@staf.undana.ac.id

Diterima 24 Maret 2023, Direvisi 07 Mei 2023, Disetujui 08 Mei 2023

ABSTRAK

Para pelaku UMKM di Kota Kupang Nusa Tenggara Timur terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Namun sebagian besar UMKM yang tumbuh masih memasarkan produk secara tradisional, hal ini terjadi karena kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi digital dalam memasarkan produk dan jasanya. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa banyak UMKM di Kota Kupang menggunakan teknologi sederhana dalam pemasaran, yaitu didominasi dengan media Whatsapp dan Facebook. Adapun permasalahan lain dari para pelaku UMKM ini yaitu masih kesulitan dalam membangun citra usaha mereka untuk dikenal luas oleh masyarakat (konsumen). Berdasarkan permasalahan tersebut tim mengusul melalui program hibah PNBP berinisiatif untuk memberikan pelatihan terkait *Personal Branding* dan *Digital Literacy*. Manfaat kegiatan agar mitra pelaku UMKM begitu memahami akan pentingnya *personal branding* dan elemen- elemen dalam *digital literacy* sehingga produk dikenal luar di pasaran. Dalam kegiatan ini kami menggunakan metode edukasi langsung dan *public assistance* dengan melibatkan para pelaku UMKM yang baru memulai usaha yang dipandang sesuai dengan kebutuhan peserta PKM atau selanjutnya disebut mitra. Hasil dari pelatihan *personal branding* dan *digital literacy* mendapat tanggapan yang positif, dinilai dapat memberikan wawasan dan ilmu, dan memberikan inspirasi. Hampir semua pelaku usaha ingin mempraktekan bisnis online ini dalam pengembangan usahanya dan bagaimana mereka terus memperkenalkan pada konsumen terkait brand atau citra mereka.

Kata kunci: *personal branding*; *digital literacy*; UMKM

ABSTRACT

MSME actors in the city of Kupang, East Nusa Tenggara, continue to increase every year. However, most of the MSMEs that have grown are still marketing their products in a traditional way; this is due to a lack of understanding by MSME actors about using digital technology to market their products and services. The identification results show that many MSMEs in Kupang City use simple technology in marketing, which is dominated by WhatsApp and Facebook media. The other problem for these MSME actors is that they still have difficulties building their business image to be widely known by the public (consumers). Based on these problems, the team proposed, through the PNBP grant program, to take the initiative to provide training related to personal branding and digital literacy. The benefits of this activity are that MSME partners really understand the importance of personal branding and elements of digital literacy so that their products are known outside the market. In this activity, we use direct education methods and public assistance by involving MSME actors who are just starting a business that is deemed appropriate to the needs of PKM participants, hereinafter referred to as partners. The results of personal branding and digital literacy training received positive responses and were considered to be able to provide insight, knowledge, and inspiration. Almost all business actors want to practice this online business in developing their businesses and how they continue to introduce consumers to their brand image.

Keywords: *personal branding*; *digital literacy*; MSMEs

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, kehidupan sangat melekat dengan teknologi dan informasi. Pada sisi ekonomi, penguasaan terhadap teknologi merupakan suatu keniscayaan baik bagi pelaku ekonomi maupun bagi konsumen.

Perubahan mendasar pada kehidupan moderen saat ini dengan yang terdahulu adalah keterbukaan informasi bagi semua kalangan, tidak terlepas juga bagi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM harus disiapkan untuk berkompetensi dalam

mengisi ruang kehidupan yang penuh dengan persaingan, karena UMKM saat ini telah menjadi generator ekonomi dunia (Riwu, 2021) Digitalisasi UMKM adalah perubahan dari sistem konvensional ke Digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi proses bisnis dan operasional UMKM. Kesiapan UMKM menghadapi tantangan perubahan kehidupan di era digital perlu disiapkan secara dini terutama dalam proses bisnis. Kehadiran digital telah membantu meningkatkan kinerja UMKM (Riwu, 2021). Adapun dua aspek yang perlu disiapkan adalah *personal branding* dan *literacy digital*.

Personal branding merupakan cara seseorang untuk mengambil kendali penilaian orang lain atas diri individu tersebut (Rangarajan et al., 2017). Dalam dunia bisnis, personal branding sangat diperlukan dan memiliki pengaruh yang kuat. Personal branding diperlukan untuk membangun citra diri dihadapan publik yang dibentuk dan didasarkan pada penilaian orang lain atas diri individu tersebut (Franzia, 2018). Personal branding tidak hanya ditujukan untuk mengenalkan ciri khas atau keunikan individu saja tetapi juga dapat digunakan bagi pelaku UMKM yang sedang menjalankan usahanya. Personal branding adalah proses membangun citra diri yang unik dan menguntungkan di mata orang lain. Ini melibatkan kombinasi dari keterampilan, pengetahuan, kepribadian, dan nilai-nilai yang membuat seseorang menjadi berbeda dan mengesankan di mata orang lain. Dalam dunia yang semakin terhubung dan kompetitif ini, personal branding menjadi sangat penting. Memiliki personal branding yang kuat dapat membantu seseorang membedakan dirinya dari orang lain, memperluas jaringan profesional, dan mencapai kesuksesan dalam karir atau bisnis mereka.

Pentingnya personal branding terletak pada cara orang lain mempersepsikan dan mengenali kita. Ini mencakup segala sesuatu mulai dari cara berpakaian, perilaku, komunikasi, hingga online presence di media sosial. Personal branding yang baik membutuhkan kesadaran akan kekuatan dan kelemahan kita sendiri, serta kemampuan untuk memanfaatkannya dengan bijaksana. Untuk membangun personal branding yang kuat, penting untuk mengidentifikasi keunikan dan nilai tambah yang kita miliki. Ini dapat meliputi keahlian khusus, pengalaman kerja yang relevan, atau karakteristik kepribadian yang menonjol. Selain itu, penting untuk mengkomunikasikan nilai-nilai dan tujuan kita secara jelas kepada orang lain. Personal branding juga melibatkan membangun reputasi yang baik di kalangan rekan kerja, klien, atau

audiens target kita. Ini dapat dicapai melalui penghargaan, testimonial positif, kontribusi yang berarti dalam industri, atau kehadiran aktif di acara atau forum terkait.

Dalam era digital, online presence juga sangat penting dalam personal branding. Mengelola media sosial dengan baik, menciptakan konten yang relevan, dan membangun jejaring yang kuat di platform online dapat membantu meningkatkan citra diri kita. Singkatnya, personal branding adalah tentang menciptakan citra diri yang kuat, konsisten, dan mengesankan di mata orang lain. Ini melibatkan menggabungkan keahlian, kepribadian, dan nilai-nilai kita sendiri untuk membedakan diri kita dari orang lain dan mencapai kesuksesan dalam karir atau bisnis kita.

Sementara literasi digital adalah kemampuan untuk memahami informasi, mengevaluasi dan mengintegrasikan informasi dalam berbagai format yang dapat diberikan oleh computer (Nasrullah et al., 2017). Literasi digital juga dapat disebut penggunaan internet sebagai rujukan pertama untuk mencari informasi serta dapat dikatakan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan internet sebagai media dalam mencari sebuah informasi (Gilster & Watson, 1999); (Hafner et al., 2015) . Pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan menerima sebuah informasi dan juga diimbangi dengan kemampuan menelusur dan mengidentifikasi informasi yang diterima terutama dalam bentuk digital. Literasi digital merujuk pada kemampuan individu untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dan teknologi digital secara efektif. Dalam era modern yang didominasi oleh teknologi digital, literasi digital menjadi semakin penting dalam kehidupan sehari-hari.

Literasi digital mencakup beberapa aspek yang meliputi literasi informasi, literasi media, dan literasi teknologi.

1. Literasi Informasi melibatkan kemampuan untuk mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dengan kritis. Ini melibatkan kemampuan membedakan antara informasi yang akurat dan tidak akurat, serta kemampuan untuk mengidentifikasi sumber yang dapat dipercaya. Dalam dunia digital yang terhubung, informasi dapat dengan mudah diakses melalui internet, tetapi tidak semua informasi tersebut dapat diandalkan. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki keterampilan literasi informasi yang kuat agar dapat membuat keputusan yang informasional dan cerdas.

2. Literasi Media melibatkan kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi pesan yang disampaikan melalui media. Dalam dunia yang terus berkembang ini, media sosial, berita online, dan platform digital lainnya menjadi sumber informasi yang dominan bagi banyak orang. Literasi media membantu individu memahami bagaimana pesan disampaikan, apakah itu melalui teks, gambar, atau video. Ini juga melibatkan pemahaman tentang bagaimana media dapat mempengaruhi pandangan dan sikap seseorang. Dengan memiliki keterampilan literasi media yang baik, individu dapat lebih bijaksana dalam mengonsumsi konten media dan menghindari penyebaran berita palsu atau propaganda yang berbahaya.
3. Literasi Teknologi melibatkan pemahaman tentang cara menggunakan teknologi digital dan alat-alat yang terkait. Ini termasuk pengetahuan tentang perangkat keras dan perangkat lunak, serta kemampuan untuk mengoperasikan aplikasi dan program dengan efektif. Literasi teknologi juga melibatkan pemahaman tentang privasi dan keamanan digital, serta etika dalam menggunakan teknologi. Dalam dunia yang didorong oleh teknologi seperti sekarang ini, kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan teknologi dengan bijaksana menjadi keterampilan yang sangat berharga.

Keuntungan dari memiliki literasi digital yang baik sangatlah banyak. Pertama-tama, individu dengan literasi digital yang kuat cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital. Mereka dapat memanfaatkan sumber daya digital dengan lebih efektif untuk tujuan pendidikan, karier, dan kehidupan sehari-hari. Literasi digital juga membuka pintu untuk kesempatan baru, seperti bekerja secara online, belajar jarak jauh, dan berpartisipasi dalam komunitas daring. Selain itu, literasi digital yang baik membantu mencegah penyebaran informasi palsu atau hoaks yang dapat merugikan individu.

Literasi digital sangat penting bagi UMKM dan harus ditumbuhkan agar UMKM tidak hanya memasarkan produk tetapi menjadi tuan rumah di negeri sendiri, mengingat begitu banyak pesaing dari luar daerah maupun luar negeri yang sudah memanfaatkan kemajuan digitalisasi dalam sektor bisnis secara baik. Sejalan dengan itu pada tahun 2021 lalu pemerintah telah meluncurkan program UMKM GO Digital melalui gerakan nasional bangga buatan indonesia guna meningkatkan literasi digital bagi pelaku UMKM (IKP, 2021). Hingga

februari 2022, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat sudah 17,25 juta pelaku UMKM yang terhubung ke dalam ekosistem digital (Habibie, 2022).

Pemerintah akan terus mendorong pelaku UMKM agar terhubung ke dalam ekosistem digital. Lemahnya sistem konvensional telah mendorong UMKM bersaing menuju digitalisasi (Alborn, 2010). Kemenkop UKM menargetkan 30 juta UMKM bisa terhubung ke dalam ekosistem digital pada tahun 2024. Literasi digital yang merata dapat mendorong produktivitas dan inovasi di berbagai sektor ekonomi digital (Jones & Hafner, 2021). Literasi digital berperan penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang mampu menggunakan internet untuk mendorong produktivitas dan inovasi terutama di sektor ekonomi digital.

Potret UMKM Indonesia 81 persen belum mengenal ruang digital dalam mengoptimalkan peluang bisnisnya. Pelaku UMKM yang sebagian besar kurang berpendidikan dan gagap dalam pemanfaatan teknologi informasi serta internet, peluang mereka terlibat dalam proses digitalisasi harus diakui tidaklah besar. Dengan segala keterbatasan, bisa dipastikan tidak banyak pelaku UMKM yang mampu beradaptasi dengan situasi pada era digital dewasa ini. Pemahaman pelaku UMKM terhadap kegunaan teknologi informasi, pemasaran online masih belum maksimal, sehingga tidak banyak peluang yang bisa dimanfaatkan pelaku UMKM untuk memberdayakan dirinya (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008). Masalah yang sering dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terkait personal branding dan literasi digital adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman tentang personal branding: Banyak pemilik UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang pentingnya personal branding dalam membangun citra dan reputasi bisnis mereka. Mereka mungkin tidak menyadari bahwa personal branding dapat membantu membedakan mereka dari pesaing, membangun kepercayaan pelanggan, dan memperluas jaringan profesional.
2. Keterbatasan sumber daya: UMKM seringkali memiliki keterbatasan sumber daya, baik dalam hal waktu maupun anggaran. Hal ini membuat mereka sulit untuk mengembangkan strategi personal branding yang efektif. Mereka mungkin tidak memiliki cukup waktu untuk mempelajari konsep-konsep personal branding atau tidak memiliki dana yang cukup untuk mempekerjakan profesional pemasaran.

3. Kurangnya literasi digital: UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi dan memanfaatkannya untuk kepentingan bisnis. Banyak pemilik UMKM yang tidak memiliki literasi digital yang memadai, seperti tidak mengerti cara menggunakan media sosial, platform pemasaran digital, atau alat-alat online lainnya. Hal ini dapat menghambat mereka dalam memperluas jangkauan bisnis, menjangkau pasar yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan.

Persaingan yang ketat: Dalam era digital, persaingan antara UMKM semakin ketat. Jika UMKM tidak mampu membangun personal branding yang kuat dan meningkatkan literasi digital mereka, mereka dapat terpinggirkan oleh pesaing yang lebih proaktif dalam memanfaatkan teknologi dan membangun citra merek yang kuat.

Para pelaku UMKM penting untuk mengetahui, memahami mengenai pentingnya membangun citra diri yang baik. Personal branding menjadi hal yang wajib dimiliki oleh pelaku UMKM agar dapat berhasil dalam menjalankan usahanya. Hal-hal mengenai nilai yang dimiliki, karakter, sikap, perilaku dan keterampilan yang ingin ditunjukkan kepada publik haruslah mencerminkan sesuatu yang baik dan menarik orang lain untuk memilih produk dari usaha kita. Selain itu literasi digital adalah salah satu hal penting yang juga harus dipahami pelaku UMKM dewasa ini. Di jaman digital ini pelaku UMKM harus mampu bersaing agar mendapatkan kepercayaan konsumen. Kemampuan dalam pengelolaan bisnis menggunakan media digital, pemanfaatan media sosial dan pemasaran secara online menjadi hal yang wajib dan penting untuk dijalankan UMKM.

Permasalahan yang dihadapi kelompok pelaku usaha UMKM di Kota Kupang adalah kurangnya pemahaman mengenai personal branding dan literasi digital yang baik dalam menjalankan usaha. Mereka menyadari masih belum maksimal dalam meningkatkan personal branding yang baik untuk meningkatkan citra produk maupun usaha yang mereka jalankan serta masih kurang dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan baik untuk dapat bersaing di era digital ini.

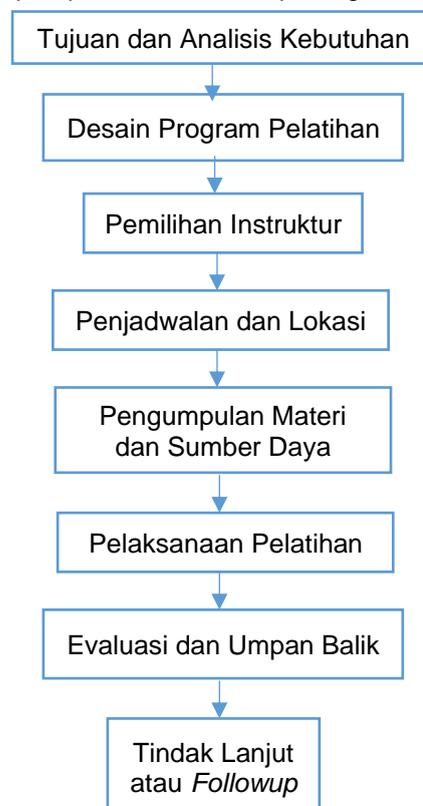
METODE

Dalam kegiatan ini kami menggunakan metode edukasi langsung (metode yang melibatkan penyampaian informasi dan pengetahuan secara langsung kepada individu atau kelompok) dan *public assistance* (upaya untuk memberikan bantuan dan dukungan

langsung kepada masyarakat yang membutuhkan) dengan melibatkan melibatkan para pelaku UMKM yang baru memulai usaha yang dipandang sesuai dengan kebutuhan peserta PKM atau selanjutnya disebut mitra. Pelaksanaan PKM dimana mengajak para pelaku UMKM agar lebih terlatih membaca persoalan mereka mendialogkan bersama dan mencari pemecahannya melalui kelompok yang dapat menyumbang kemajuan jiwa kewirausahaan dan literasi digital pada para pelaku UMKM melalui edukasi tentang Personal branding dan digital literacy. Dengan demikian, dalam *public assistance* ini sekaligus dilakukan evaluasi dan monitoring sehingga penerapan iptek lebih terjaga keberhasilannya. Kegiatan yang berlangsung mulai bulan Agustus hingga September 2021 ini melibatkan para pengurus dalam usaha para pelaku UMKM yang ada di kota Kupang.

Tahapan Kegiatan dan Rincian Mitra

Sebelum pelaksanaan kegiatan, untuk mengetahui permasalahan yang ada dilakukan diskusi dengan beberapa pelaku UMKM di Area Taman Tagepe Kota Kupang. Hasil diskusi diantaranya penggunaan media sosial sebagai media promosi belum maksimal dan belum adanya pemahaman terkait personal branding. Tahapan pelaksanaan ada pada gambar 1.



Gambar 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Adapun edukasi langsung dan public assistance dalam kegiatan PKM ini adalah:

- a. Metode Ceramah; Pengantar personal branding, langkah-langkah pembentukan personal branding dan literacy digital dalam dunia usaha.
- b. Metode Diskusi ; kelompok pelaku UMKM memberikan *feedback* dengan memberikan pertanyaan sesuai dengan permasalahan yang terkait dengan personal branding dan literasi digital dalam menjalankan usaha serta masalah yang mereka hadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy bagi pelaku UMKM di Kota Kupang telah dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus 2022 dengan baik sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Kegiatan PKM dilaksanakan di Kota Kupang tepatnya di kawasan Taman Generasi Penerus (Tagepe), Kelapa Lima Kota Kupang.

Hasil dari kegiatan PKM ini adalah :

1. Peningkatan Kesadaran Personal Branding: Peserta pelatihan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya personal branding dan bagaimana hal itu dapat mempengaruhi kesuksesan bisnis mereka. Mereka menyadari bahwa citra pribadi yang positif dan konsisten dapat membantu membangun kepercayaan dan membedakan diri mereka dari pesaing.
2. Peningkatan Pemahaman Digital Literasi: Peningkatan pengetahuan peserta tentang berbagai alat dan platform digital yang relevan untuk UMKM, seperti media sosial, situs web, dan strategi pemasaran online. Mereka akan mempelajari cara menggunakan media digital dengan efektif untuk mempromosikan bisnis mereka dan mencapai target audiens.
3. Pengembangan Strategi Personal Branding: Peserta belajar bagaimana mengidentifikasi nilai unik mereka sebagai pemilik UMKM dan mengekspresikannya melalui personal branding. Mereka belajar mengenali tujuan dan visi bisnis mereka serta cara mengomunikasikannya kepada pelanggan potensial melalui pesan yang konsisten dan menarik.
4. Peningkatan Keterampilan Komunikasi: Pelatihan membantu peserta mengembangkan keterampilan komunikasi yang efektif dalam konteks personal branding dan media digital. Mereka belajar cara menulis konten yang menarik, membuat presentasi yang meyakinkan, dan berkomunikasi dengan audiens mereka melalui platform digital.

5. Penerapan Praktik Terbaik: Peserta mendapatkan wawasan tentang praktik terbaik dalam personal branding dan pemasaran digital yang dapat mereka terapkan dalam bisnis mereka. Mereka belajar tentang strategi konten, penggunaan kata kunci, pengelolaan reputasi online, dan cara berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial.
6. Jaringan Profesional yang Lebih Luas: Melalui pelatihan, peserta memiliki kesempatan untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman dengan UMKM lainnya. Mereka dapat membangun jaringan profesional yang lebih luas, menjalin kolaborasi, dan memperluas peluang bisnis melalui koneksi yang terjalin selama pelatihan.

Manfaat dari personal branding bagi pelaku UMKM:

- Meningkatkan kepercayaan pelanggan: Personal branding yang kuat dapat membantu pelaku UMKM membangun kepercayaan dengan pelanggan. Dengan memiliki identitas merek yang jelas dan konsisten, serta menonjolkan keunikan dan nilai-nilai bisnis mereka, pelanggan akan merasa lebih yakin dan nyaman untuk bertransaksi dengan UMKM tersebut.
- Memperluas jangkauan pasar: Personal branding yang efektif dapat membantu UMKM menarik perhatian lebih banyak orang dan memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan membangun reputasi dan kehadiran online yang kuat, UMKM dapat menjangkau pelanggan potensial yang lebih luas dan meningkatkan kemungkinan mendapatkan peluang bisnis baru.
- Meningkatkan diferensiasi: Dalam pasar yang kompetitif, personal branding membantu UMKM membedakan diri dari pesaing mereka. Dengan menonjolkan keunikan, kualitas produk atau layanan, dan nilai tambah yang mereka tawarkan, UMKM dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan membuat pelanggan memilih mereka daripada pesaing lain.
- Meningkatkan nilai merek: Personal branding yang kuat dapat meningkatkan nilai merek UMKM. Dengan membangun reputasi yang baik, menciptakan persepsi yang positif, dan memberikan pengalaman yang konsisten kepada pelanggan, UMKM dapat meningkatkan nilai dan citra merek mereka, yang dapat berdampak positif pada harga produk atau layanan yang dapat mereka kenakan.

- Membantu dalam pemasaran dan promosi: Personal branding yang baik memberikan fondasi yang solid untuk upaya pemasaran dan promosi. Dengan memiliki identitas merek yang kuat, UMKM dapat lebih efektif dalam mengkomunikasikan pesan mereka, memasarkan produk atau layanan mereka, dan menarik perhatian pelanggan potensial melalui saluran pemasaran yang berbeda, baik itu media sosial, situs web, atau acara lokal.
- Membangun hubungan pelanggan yang lebih kuat: Personal branding yang kuat membantu UMKM membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan mereka. Dengan membangun kesadaran, kepercayaan, dan afinitas dengan merek mereka, UMKM dapat memperkuat ikatan dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong pelanggan untuk merekomendasikan bisnis mereka kepada orang lain.
- Meningkatkan kesempatan kolaborasi: Personal branding yang efektif dapat membuka pintu untuk peluang kolaborasi dengan mitra bisnis potensial, baik itu pemasok, distributor, atau pemangku kepentingan lainnya. Dengan memiliki reputasi yang baik dan dikenal sebagai pelaku bisnis yang dapat diandalkan, UMKM dapat meningkatkan kemungkinan untuk menjalin kemitraan yang saling menguntungkan.
- Memperkuat kehadiran online: Personal branding juga membantu UMKM memperkuat kehadiran mereka di dunia online.

Tips Membangun Personal Branding Bagi Pelaku UMKM

1. Menentukan nilai unik: Identifikasi nilai unik atau keunikan dari bisnis UMKM. Apa yang membuatnya berbeda dari pesaing? Apakah itu kualitas produk, pelayanan pelanggan yang unggul, harga yang kompetitif, atau keberlanjutan yang dijunjung tinggi. Fokus pada keunggulan ini dan gunakan sebagai dasar untuk membangun personal branding.
2. Kenali target audiens: Pahami siapa target audiens. Apakah itu pelanggan lokal, niche market, atau pasar global. Mengerti kebutuhan, preferensi, dan kebiasaan pelanggan akan membantu menyusun pesan dan konten yang relevan dan menarik bagi konsumen.
3. Gunakan media sosial dengan bijak: Manfaatkan kekuatan media sosial untuk membangun personal branding. Pilih platform yang sesuai dengan target audiens dan konsisten dalam menyampaikan pesan dan konten. Berinteraksi dengan pengikut, bagikan cerita dan pengalaman yang relevan dengan bisnis, dan jadilah sumber informasi yang berguna.
4. Fokus pada cerita bisnis: Cerita bisnis adalah elemen penting dalam membangun personal branding. Ceritakan kisah, mengapa memulai bisnis, tantangan yang telah hadapi, dan bagaimana memberikan nilai kepada pelanggan. Cerita yang kuat akan membantu mengaitkan emosi dengan merek dan membuat lebih mudah diingat.
5. Jaga konsistensi merek: Pastikan konsistensi dalam penampilan visual dan pesan merek di semua saluran komunikasi. Gunakan logo, warna, dan gaya visual yang konsisten di website, media sosial, materi pemasaran, dan komunikasi lainnya. Pesan merek juga harus konsisten dengan nilai dan kepribadian bisnis.
6. Bangun hubungan dengan pelanggan: Pelanggan adalah aset berharga bagi UMKM. Berikan pelayanan pelanggan yang unggul, berinteraksi dengan mereka secara aktif, dengarkan umpan balik, dan tanggapi pertanyaan dan masalah mereka dengan cepat. Membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan akan membantu memperkuat personal branding.

Manfaat dari *Digital Literacy* bagi pelaku UMKM:

1. Meningkatkan efisiensi operasional: Digital Literacy membantu pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional mereka. Dengan memahami alat dan platform digital, mereka dapat mengotomatisasi proses bisnis, mengelola inventaris, mengoptimalkan rantai pasok, dan meningkatkan produktivitas secara keseluruhan.
2. Meningkatkan visibilitas dan pemasaran: Digital Literacy memungkinkan pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial, situs web, dan strategi pemasaran digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka. Mereka dapat mempromosikan produk atau layanan mereka kepada audiens yang lebih luas, menjangkau pelanggan potensial, dan membangun merek mereka secara online.
3. Meningkatkan akses pasar: Dengan memiliki keterampilan digital yang baik, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka. Mereka dapat menjual produk atau layanan secara online, mengakses pasar global melalui platform e-commerce, dan menjalin hubungan dengan pelanggan di berbagai lokasi geografis.

4. Meningkatkan keamanan data: Digital Literacy membantu pelaku UMKM memahami pentingnya keamanan data dan menerapkan langkah-langkah untuk melindungi informasi sensitif mereka. Mereka dapat belajar tentang praktik keamanan cyber, mengelola risiko keamanan, dan melindungi bisnis mereka dari ancaman keamanan digital.
5. Meningkatkan keterampilan bisnis: Digital Literacy melibatkan pemahaman tentang alat dan teknologi digital yang relevan dengan bisnis. Dengan menguasai keterampilan ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan bisnis mereka secara keseluruhan, seperti analisis data, manajemen proyek, komunikasi online, dan pengambilan keputusan berdasarkan data.

Tips Membangun Digital Literacy Bagi Pelaku UMKM

- Pendidikan dan Pelatihan: Cari pelatihan atau kursus yang berkaitan dengan digital literacy, seperti penggunaan media sosial, pemasaran digital, analisis data, atau pembuatan website. Ada banyak platform online yang menyediakan kursus gratis atau berbayar dalam berbagai topik digital literacy. Manfaatkan sumber daya ini untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.
 - Eksplorasi dan Praktik: Jangan takut untuk mencoba hal-hal baru dan bereksperimen dengan teknologi digital. Eksplorasi berbagai platform dan alat digital seperti media sosial, situs web, alat analisis, dan aplikasi bisnis. Praktikkan penggunaan alat-alat ini secara aktif dan terus-menerus untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik.
 - Ikuti perkembangan industri: Perhatikan tren dan perkembangan terkini dalam industri yang digeluti. Bacalah blog, ikuti media sosial, dan terhubung dengan komunitas online yang berbagi informasi dan pengetahuan terkait bisnis tersebut.
 - Manfaatkan sumber daya online: Internet adalah sumber daya yang kaya akan informasi. Gunakan mesin pencari untuk mencari tutorial, panduan, dan sumber daya online yang dapat membantu memahami konsep dan praktik digital literacy.
 - Jalin hubungan dengan pakar digital: Carilah mentor atau konsultan digital yang dapat membantu memahami konsep dan memberikan saran dalam membangun digital literacy. Jalin hubungan dengan ahli digital di industri atau bergabung dengan kelompok komunitas yang fokus pada pengembangan digital untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman.
- Praktikkan keamanan digital: Dalam proses membangun digital literacy, penting untuk memahami pentingnya keamanan digital. Pelajari praktik keamanan seperti penggunaan kata sandi yang kuat, enkripsi data, perlindungan dari malware, dan kebijakan privasi.
 - Terapkan dalam bisnis: Setelah memperoleh pengetahuan dan keterampilan digital literacy, terapkan dalam bisnis. Buat strategi pemasaran digital, gunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan, tingkatkan kehadiran online dengan situs web yang responsif, dan gunakan alat analisis untuk memahami perilaku pelanggan dan tren pasar.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan PKM Pelatihan Personal Branding dan Digital Literacy bagi Pelaku UMKM di Kota Kupang dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Dengan kegiatan PKM yang dilakukan memberikan pemahaman dan pengetahuan baru bagi para pelaku UMKM di Kota Kupang mengenai pentingnya penggunaan platform digital dalam menjalankan usahanya.
- b. Mitra dapat memahami dengan baik bagaimana cara membangun personal branding yang baik untuk meningkatkan citra diri pelaku UMKM.

Keberlanjutan dari kegiatan PKM ini adalah pendampingan yang dilaksanakan oleh tim pelaksana PKM secara berkelanjutan kepada para pelaku usaha UMKM di Kota Kupang yang telah mengikuti kegiatan PKM.

Saran

Kegiatan PKM Pelatihan Personal Branding dan Digital Literacy bagi Pelaku UMKM di Kota Kupang yang dilakukan merupakan kegiatan pelatihan yang pada kesempatan berikutnya dapat dilakukan perancangan kembali untuk menghasilkan kegiatan-kegiatan pelatihan yang lain ataupun pendampingan yang berkelanjutan serta dapat menghasilkan artikel ilmiah pengabdian masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Alborn, T. (2010). Economics and business. *The Cambridge Companion to Victorian Culture*, 2(1), 61–79. <https://doi.org/10.1017/CCOL9780521886994.004>
- Franzia, E. (2018). Personal Branding Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.2690>

- Gilster, P., & Watson, T. (1999). Digital Literacy by by. *Meridian: A Middle School Computer Technologies Journal*, 141. https://www.academia.edu/1354072/Digital_Literacy?bulkDownload=thisPaper-topRelated-sameAuthor-citingThis-citedByThis-secondOrderCitations&from=cover_page
- Habibie, I. A. (2022). Digitalisasi UMKM Dari Hulu Hingga Hilir. *Dewan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Wantiknas)*, 03, 1–14.
- Hafner, C. A., Chik, A., & Jones, R. H. (2015). Digital literacies and language learning. *Language Learning and Technology*, 19(3), 1–7. <https://doi.org/10.4324/9781003106609-15>
- IKP, P. A. (2019). (2021). Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 21–27.
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2021). Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction. *Understanding Digital Literacies: A Practical Introduction*, 1–321. <https://doi.org/10.4324/9781003177647>
- Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., Hanifah, N., Miftahussururi, & Akbari, Q. S. (2017). Materi Pendukung Literasi Digital: Gerakan Literasi Nasional. *Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan*, 33. <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/wp-content/uploads/2017/10/cover-materi-pendukung-literasi-finansial-gabung.pdf>
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding—And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657–666. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.009>
- Riwu, Y. F. (2021). *Pengaruh Inovasi Terbuka Terhadap Kinerja UMKM dan Peran Platform Digital Sebagai Variabel Pemoderasi*. 3–4.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008*. 1.