

BRANDING UMKM DAN PENGEMBANGAN WISATA

Moh. Arifin¹, Royhan Zufwani², Imam Hidayat³, Fawaidul Jiron⁴, Ainur Rifki⁵, Moh. Rofiqi⁶

¹²³⁴⁵⁶Universitas Islam Madura

Kkn_uim24_posko8_brantap@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan strategi branding dapat menjadi alat efektif untuk mengatasi tantangan tersebut dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang melibatkan berbagai teknik pengumpulan data, seperti observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pengelola pariwisata, masyarakat lokal, serta pemangku kepentingan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa branding yang dirancang dengan mempertimbangkan kekhasan lokal Desa Branta Pesisir dapat secara signifikan meningkatkan profil dan visibilitas produk UMKM serta destinasi wisata di mata wisatawan dan pasar yang lebih luas. Branding yang efektif membantu UMKM dalam membangun citra yang kuat dan membedakan produk mereka dari pesaing, sementara di sisi lain, juga berperan dalam mempromosikan daya tarik pariwisata desa, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan pengembangan ekonomi lokal. Studi ini juga menemukan bahwa keberhasilan branding sangat bergantung pada keterlibatan aktif dari seluruh komunitas, dukungan kebijakan yang berpihak pada pengembangan ekonomi lokal, serta adanya kolaborasi antara pemerintah, pelaku UMKM, dan sektor swasta.

Kata Kunci: Branding, Pesisir, UMKM, Wisata

1. PENDAHULUAN

Desa Branta Pesisir adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Desa ini terletak di wilayah pesisir Pulau Madura, yang dikenal memiliki potensi alam dan budaya yang kaya, terutama terkait dengan kehidupan masyarakat pesisir.

Desa Branta Pesisir terletak di sepanjang pantai selatan Pulau Madura, sekitar 12 kilometer dari pusat kota Pamekasan. Secara geografis, desa ini berbatasan langsung dengan Laut Jawa di sebelah selatan, yang memberikan akses langsung ke laut dan menjadikannya salah satu desa dengan potensi perikanan dan kelautan yang besar.

Desa ini juga diapit oleh beberapa desa lain, yaitu Desa Branta Tinggi di sebelah timur dan Desa Tlanakan di sebelah barat dan utara. Letak strategisnya di pesisir pantai menjadikan Desa Branta Pesisir memiliki kekayaan alam berupa pantai dan ekosistem laut yang mendukung kehidupan masyarakat yang sebagian besar berprofesi sebagai nelayan dan petani garam. Desa ini berada di atas dataran rendah dengan suhu udara rata-rata 30oC dari

ketinggian tanah di atas 15M di atas permukaan laut.

Desa Branta Pesisir memiliki karakteristik khas sebagai desa pesisir dengan aktivitas utama penduduknya yang terkait erat dengan laut. Selain perikanan, desa ini juga dikenal dengan produksi garam tradisional, yang menjadi salah satu mata pencaharian utama masyarakat setempat. Lahan garam yang terbentang luas di sepanjang pesisir memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian desa.

Dari segi budaya, Desa Branta Pesisir kaya akan tradisi maritim yang diwariskan dari generasi ke generasi. Tradisi dan budaya ini seringkali tercermin dalam berbagai acara adat dan upacara keagamaan yang berhubungan dengan laut, seperti "Rokat Tasek," sebuah ritual tahunan yang diadakan untuk memohon keselamatan bagi para nelayan.

Sebagai desa yang terletak di pesisir, Branta Pesisir memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pariwisata. Pantai-pantainya yang indah dengan pasir putih dan pemandangan laut yang menakjubkan menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, ekosistem mangrove yang ada di beberapa

bagian desa juga menjadi daya tarik bagi wisatawan yang tertarik pada wisata alam dan ekowisata.

Namun, meskipun memiliki potensi pariwisata yang besar, pengembangan sektor ini masih dalam tahap awal. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana memaksimalkan potensi alam dan budaya lokal untuk menarik lebih banyak wisatawan, serta meningkatkan infrastruktur penunjang pariwisata seperti akses jalan, akomodasi, dan fasilitas lainnya.

Pemerintah desa, bekerja sama dengan pemerintah kabupaten dan berbagai lembaga, telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memanfaatkan potensi desa. Pengembangan branding UMKM dan pariwisata menjadi salah satu fokus utama, dengan harapan dapat meningkatkan ekonomi lokal dan memperkenalkan Desa Branta Pesisir sebagai destinasi wisata yang menarik di Pulau Madura.

Dengan potensi yang dimiliki, Desa Branta Pesisir diharapkan dapat berkembang menjadi pusat ekonomi dan pariwisata pesisir yang kuat, yang tidak hanya memanfaatkan kekayaan alam, tetapi juga melestarikan warisan budaya lokal yang kaya.

2. METODE PENGABDIAN

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Pengabdian ini di laksanakan sejak tanggal 17 Juli sampai 17 Agustus 2024. Bertempat di Desa Branta Pesisir dengan rincian 7 dusun meliputi Gilin, Lunas, Mayang, Bandaran, Tengah 1, Tengah 2, dan Tinjang.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

❖ Tahapan Awal

Metode dan juga rancangan pengabdian pada masyarakat pada tahapan awal lebih kepada sosialisasi di minggu pertama, agar dalam pelaksanaan pengabdian ini mendapatkan relasi yang baik dengan masyarakat.

Selain itu kami juga melakukan pendekatan terhadap tokoh agama dan tokoh masyarakat guna menjadi jembatan agar setiap langkah kami bisa menjadi lebih mudah dan agar kami juga bisa mengenal masyarakat lebih baik sebelum benar-benar terjun kepada mereka.

❖ Tahapan Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan program ini kami mengadakan pelatihan dan juga bimbingan

tentang bagaimana membranding UMKM agar lebih menarik konsumen dari luar kawasan dan mengembangkan wisata lokal untuk lebih dikenal luas.

Hal pertama yang kami lakukan kepada mitra sasaran yaitu melakukan observasi dan pelatihan dengan masyarakat khususnya para pelaku UMKM di Desa Branta Pesisir.

Bukan hanya itu kita melakukan bimbingan kepada para pelaku UMKM di Desa Branta Pesisir untuk bagaimana hasil produksi UMKM tersebut bisa lebih dikenal dan menarik perhatian konsumen baik dari dalam dan luar kawasan tersebut.

❖ Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Dalam tahapan monitoring kita melakukan pemantauan yang berupa sosialisasi per dusun di desa Branta Pesisir, agar mendapatkan data yang kita perlukan dalam hal UMKM dan Pariwisata Branta Pesisir.

Metode yang kita gunakan dalam tahapan Evaluasi adalah Evaluasi Formatif, yaitu ; Penilaian terhadap hasil yang telah dicapai, dari kegiatan atau program kerja yang telah dilaksanakan.

Biasanya, evaluasi ini dilakukan secara rutin, setiap bulan atau per tahun. Sesuai dengan keperluan informasi hasil penilaian, di mana manfaatnya, memberikan umpan balik kepada manajer program, terkait kemajuan yang telah kita capai berupa data.

Selain itu, juga untuk mengetahui, apa saja hambatan yang dihadapi selama kegiatan pun program kerja berlangsung.

2.3. Pengambilan Sampel

Hasil dari pendampingan branding UMKM dan Pariwisata ini akan memberikan sampel yang baik bagi masyarakat khususnya pelaku UMKM tentang bagaimana membranding UMKM dan mengembangkan Pariwisata agar lebih dikenal masyarakat luas.

Jadi dalam pengambilan sampel kita langsung mengadakan seminar atau kajian kepada masyarakat dan aparat desa yang memang fokus di bidang UMKM dan Pariwisata .

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Strategi branding untuk meningkatkan daya saing UMKM

Untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di Desa Branta Pesisir, strategi

branding yang kuat dan efektif sangat penting. Berikut adalah langkah-langkah sederhana yang dapat diterapkan:

a. Mengangkat Identitas Lokal

Branding yang kuat harus mencerminkan identitas lokal Desa Branta Pesisir. Ini bisa melibatkan elemen budaya, tradisi, atau bahan baku khas desa. Misalnya, produk garam dari desa ini bisa dipromosikan sebagai hasil dari proses tradisional yang khas hanya ada di Branta Pesisir, menekankan kualitas dan keunikan lokal.

b. Menerapkan Storytelling

Ceritakan kisah di balik produk untuk menciptakan koneksi emosional dengan konsumen. Misalnya, produk kerajinan tangan dapat dikaitkan dengan cerita tentang kehidupan masyarakat pesisir atau bagaimana pembuatannya mendukung ekonomi dan budaya lokal. Cerita ini bisa disampaikan melalui label produk, media sosial, dan situs web.

c. Memanfaatkan Media Digital

Masyarakat pada umumnya masih melakukan pemasaran dengan metode sederhana seperti Banner, Door to door, spanduk, dan event-event. Namun demikian belum secara optimal mengenalkan brand merk ke masyarakat secara luas. Metode konvensional tersebut berdampak pada omset penjualan cenderung statis atau tidak mengalami peningkatan (Atina *et al.*, 2022). Usaha untuk terus berkembang dengan omset terus meningkat perlu dilakukan inovasi dalam pemasaran dengan memanfaatkan platform sosial khususnya Instagram dan WhatsApp.

d. Mengembangkan Kemasan dan Desain

Kemasan dan desain produk yang menarik dapat membuat produk lebih menonjol di pasar. Desain yang mencerminkan karakteristik lokal, seperti motif tradisional Madura pada kemasan, dapat meningkatkan daya tarik visual produk. Penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan juga bisa menjadi nilai tambah, terutama bagi konsumen yang peduli terhadap lingkungan.

3.2. Peran Branding dalam promosi pariwisata

Branding berperan penting dalam membangun citra dan menarik perhatian wisatawan ke Desa Branta Pesisir. Desa ini memiliki kekayaan alam dan budaya yang dapat dijadikan daya tarik wisata yang kuat jika dipromosikan dengan tepat. Berikut adalah langkah-langkah untuk memaksimalkan peran branding dalam promosi pariwisata:

a. Pengembangan Citra Destinasi

Membentuk citra Desa Branta Pesisir sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik adalah langkah awal yang penting. Citra ini harus mencerminkan keunikan desa, seperti keindahan pantai, ekosistem mangrove, serta tradisi dan budaya lokal. Branding harus fokus pada apa yang membuat desa ini berbeda dari destinasi wisata lainnya di Pulau Madura atau bahkan di seluruh Indonesia. Misalnya, Desa Branta Pesisir bisa dipromosikan sebagai "Desa Pesisir Tradisional dengan Pesona Alam dan Budaya Autentik."

b. Pemanfaatan Kekayaan Alam dan Budaya

Kekayaan alam seperti pantai, laut, dan ekosistem mangrove, serta budaya lokal seperti tradisi maritim, dapat menjadi inti dari branding destinasi. Wisatawan saat ini mencari pengalaman yang autentik dan berkesan, sehingga promosi yang menyoroti pengalaman unik di Desa Branta Pesisir—seperti menikmati pemandangan matahari terbenam di pantai, atau berpartisipasi dalam upacara adat maritim—dapat menarik lebih banyak pengunjung. Mengemas pengalaman ini dalam narasi yang kuat akan membuat destinasi lebih menarik.

c. Strategi Komunikasi dan Promosi

Komunikasi yang efektif adalah kunci dalam memperkenalkan Desa Branta Pesisir sebagai destinasi wisata. Gunakan berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, situs web, brosur, dan video promosi, untuk menjangkau calon wisatawan. Media sosial, terutama Instagram dan Facebook, sangat efektif untuk menampilkan visual yang menarik dari desa ini, seperti foto-foto pantai, kerajinan lokal, atau acara budaya. Selain itu, situs web desa bisa dijadikan sebagai

pusat informasi yang lengkap, memudahkan wisatawan menemukan segala hal tentang atraksi dan akomodasi yang tersedia.

d. Kerjasama dengan Influencer dan Media

Bekerja sama dengan influencer, travel bloggers, dan media lokal atau nasional dapat memperluas jangkauan promosi. Influencer dapat membantu memperkenalkan Desa Branta Pesisir ke audiens yang lebih luas dengan membagikan pengalaman mereka mengunjungi desa ini melalui postingan di media sosial, blog, atau video. Media lokal dan nasional juga dapat digunakan untuk publikasi artikel atau liputan khusus tentang daya tarik wisata desa ini, yang akan membantu membangun reputasi dan menarik lebih banyak wisatawan.

3.3. Kendala dalam Implementasi Branding dan Pengembangan Pariwisata

Meskipun branding dan pengembangan pariwisata di Desa Branta Pesisir memiliki potensi besar, ada beberapa kendala yang perlu diatasi agar inisiatif ini bisa berjalan efektif. Berikut adalah beberapa tantangan utama yang dihadapi:

a. Keterbatasan Sumber Daya

Desa Branta Pesisir mungkin menghadapi keterbatasan dalam hal sumber daya manusia, finansial, dan infrastruktur. Misalnya, kurangnya tenaga kerja yang terampil dalam bidang pemasaran dan branding bisa menjadi hambatan. Selain itu, keterbatasan anggaran bisa menghalangi upaya untuk melakukan kampanye promosi yang lebih luas dan menyeluruh. Infrastruktur pendukung, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas wisata juga mungkin belum memadai untuk menarik dan melayani wisatawan dengan baik.

b. Rendahnya Literasi Digital

Di era digital, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi adalah kunci sukses dalam branding dan pemasaran. Namun, banyak pelaku UMKM dan masyarakat di Desa Branta Pesisir yang mungkin masih memiliki literasi digital yang rendah. Hal ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk memanfaatkan media sosial, e-

commerce, dan alat digital lainnya untuk mempromosikan produk dan pariwisata. Tanpa pemahaman yang memadai tentang bagaimana menggunakan teknologi ini, upaya branding dan promosi bisa menjadi kurang efektif.

c. Aksesibilitas dan Infrastruktur

Akses menuju Desa Branta Pesisir dan infrastruktur di dalam desa itu sendiri mungkin masih memerlukan peningkatan. Jalan yang kurang baik atau transportasi yang terbatas dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, kurangnya fasilitas penunjang pariwisata seperti penginapan, restoran, dan pusat informasi wisata juga dapat mempengaruhi kenyamanan dan pengalaman wisatawan, yang pada akhirnya mempengaruhi citra desa sebagai destinasi wisata.

d. Resistensi Masyarakat Lokal

Perubahan yang dibawa oleh pengembangan branding dan pariwisata mungkin tidak selalu diterima dengan baik oleh semua anggota masyarakat. Ada kemungkinan adanya resistensi atau penolakan dari sebagian masyarakat yang merasa bahwa perubahan ini bisa mengancam nilai-nilai tradisional atau mengganggu kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, tanpa adanya pemahaman yang baik tentang manfaat jangka panjang dari branding dan pengembangan pariwisata, masyarakat mungkin kurang termotivasi untuk terlibat aktif dalam proses ini.

3.4. Keterlibatan Komunitas, Dukungan Pemerintah, dan Kolaborasi Sektor Swasta

Sebenarnya dukungan dan partisipasi dari masyarakat setempat terutama anak-anak muda sangat penting dalam pengembangan program di website Kampung Adat Segung sendiri. Para pemuda selalu dikenal dan dipercaya akan kreatifitasnya. Namun, semangat dan niat yang masih kurang dari kalangan anak muda setempat untuk mengembangkan potensi teknologi digital di Kampung Adat Segung menjadi permasalahan yang cukup serius.

Untuk mengembangkan branding UMKM dan pariwisata di Desa Branta Pesisir secara efektif, keterlibatan berbagai pihak sangat penting. Komunitas lokal, pemerintah, dan

sektor swasta memiliki peran masing-masing yang saling melengkapi. Berikut adalah penjelasan tentang bagaimana masing-masing pihak dapat berkontribusi:

a. Peran Pemerintah Lokal

Pemerintah lokal memiliki peran kunci dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan UMKM dan pariwisata. Pemerintah dapat menyediakan kebijakan dan regulasi yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, seperti insentif pajak untuk UMKM, kemudahan dalam perizinan usaha, serta program pelatihan dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, pemerintah juga dapat berinvestasi dalam pembangunan infrastruktur, seperti jalan, fasilitas pariwisata, dan akses internet, yang akan membantu mempermudah akses ke Desa Branta Pesisir dan meningkatkan daya tarik wisata.

b. Keterlibatan Komunitas dalam Branding

Komunitas lokal adalah inti dari setiap upaya branding yang sukses. Masyarakat Desa Branta Pesisir perlu dilibatkan secara aktif dalam proses pengembangan branding, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Keterlibatan ini bisa berupa partisipasi dalam pelatihan keterampilan, menjadi duta pariwisata, atau terlibat langsung dalam pengembangan produk dan layanan wisata. Ketika masyarakat merasa memiliki dan terlibat dalam branding, mereka akan lebih termotivasi untuk mendukung dan mempromosikan desanya. Selain itu, keterlibatan komunitas juga memastikan bahwa branding yang dikembangkan tetap autentik dan sesuai dengan nilai-nilai serta budaya lokal.

c. Kemitraan dengan Sektor Swasta

Sektor swasta, termasuk perusahaan besar maupun UMKM, dapat menjadi mitra strategis dalam pengembangan ekonomi dan pariwisata Desa Branta Pesisir. Perusahaan besar dapat berkontribusi melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), seperti investasi dalam infrastruktur, pelatihan, atau promosi pariwisata. UMKM lokal juga dapat berkolaborasi dengan perusahaan lain untuk mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk, atau

memperluas pasar. Kemitraan ini bisa mencakup kerjasama dalam hal pemasaran bersama, distribusi produk, hingga pengembangan paket wisata terpadu yang menggabungkan berbagai atraksi dan layanan lokal.

d. Program Pemberdayaan dan Pelatihan

Untuk mendukung keberhasilan branding dan pengembangan pariwisata, diperlukan program-program pemberdayaan dan pelatihan yang berkelanjutan. Pelatihan ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti keterampilan pemasaran digital, manajemen bisnis, pengembangan produk, serta bahasa asing untuk keperluan pariwisata. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta bisa bekerjasama untuk menyediakan program-program ini, yang akan membantu masyarakat lokal meningkatkan kapasitas mereka dan menjadi lebih kompetitif di pasar yang lebih luas. Dengan adanya pemberdayaan ini, masyarakat akan lebih siap menghadapi tantangan globalisasi dan mampu memanfaatkan peluang yang ada.

3.5. Langkah-langkah Strategis untuk Integrasi Alam, Budaya, dan Teknologi Digital

Untuk memaksimalkan potensi Desa Branta Pesisir sebagai destinasi wisata yang unggul, penting untuk mengintegrasikan kekayaan alam dan budaya dengan teknologi digital. Pendekatan terpadu ini akan memungkinkan desa untuk menawarkan pengalaman wisata yang unik dan inovatif, yang menarik bagi wisatawan modern. Berikut adalah langkah-langkah strategis yang dapat diambil:

a. Pengembangan Ekowisata Berbasis Komunitas

Ekowisata berbasis komunitas adalah pendekatan yang menekankan pelibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Desa Branta Pesisir dapat memanfaatkan kekayaannya, seperti pantai, ekosistem mangrove, dan kehidupan laut, untuk menciptakan atraksi ekowisata yang edukatif dan berkelanjutan. Masyarakat lokal dapat dilibatkan dalam peran sebagai pemandu wisata, pengelola fasilitas wisata, dan pelestari lingkungan. Dengan

demikian, selain menjaga kelestarian alam, ekowisata juga akan memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat.

b. Inovasi Produk Wisata

Untuk meningkatkan daya tarik wisata, Desa Branta Pesisir perlu mengembangkan produk wisata yang menggabungkan elemen budaya dan inovasi teknologi. Misalnya, desa bisa memperkenalkan tur virtual yang memungkinkan wisatawan menjelajahi desa dari jarak jauh sebelum mereka memutuskan untuk berkunjung. Selain itu, desa bisa menciptakan aplikasi panduan wisata yang dilengkapi dengan cerita-cerita lokal, peta interaktif, dan rekomendasi atraksi atau tempat makan. Produk wisata yang menggabungkan teknologi digital dengan pengalaman fisik ini akan menarik wisatawan yang mencari pengalaman yang lebih beragam dan mendalam.

c. Penggunaan Teknologi dalam Promosi

Teknologi digital memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan promosi wisata. Desa Branta Pesisir dapat memanfaatkan platform seperti media sosial, situs web, dan aplikasi seluler untuk mempromosikan atraksi dan produk wisata secara lebih luas. Kampanye digital yang kreatif, seperti penggunaan video promosi, tur virtual 360 derajat, dan konten interaktif di media sosial, dapat membantu menarik perhatian calon wisatawan. Selain itu, platform seperti e-commerce atau marketplace juga dapat digunakan untuk menjual produk lokal, seperti kerajinan tangan atau makanan khas, kepada audiens yang lebih luas.

d. Pelestarian dan Promosi Budaya Lokal

Pelestarian budaya lokal harus menjadi inti dari pengembangan pariwisata di Desa Branta Pesisir. Tradisi, upacara adat, seni, dan kerajinan tangan harus dipertahankan dan dipromosikan sebagai daya tarik utama. Seni juga merupakan identitas lokal dari sebuah daerah yang dapat menunjang perkembangan masyarakat dari berbagai bidang. Sebagai salah satu identitas yang menunjukkan sebagaimana daerah tersebut dipandang oleh masyarakat daerah lain, seni tentu saja membutuhkan pemasaran

dan promosi agar tetap terjaga kelestariannya. Salah satunya melalui dokumentasi.

Dokumentasi sebagai wadah Pelestarian Kesenian memegang peranan penting di dalam Desa Tematik Seni dan Budaya. Pendokumentasian ini dapat menunjang berbagai segi yang dapat digunakan untuk menghidupkan kembali seni yang telah terlahir sebelumnya namun sempat redup.

Misalnya, desa bisa mengadakan festival budaya tahunan yang menampilkan tarian tradisional, musik, dan kuliner khas. Festival ini tidak hanya akan menarik wisatawan tetapi juga memperkuat identitas budaya desa di tengah globalisasi. Selain itu, promosi budaya lokal bisa dilakukan melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, video dokumenter, dan blog, untuk menjangkau audiens global.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Desa Branta Pesisir adalah sebuah desa yang ada di pesisir selatan Kabupaten Pamekasan sehingga mata pencaharian utama masyarakat di desa ini mayoritas nelayan.

Sehingga dalam proses penelitian kami yang mana memiliki teknik, observasi Observasi, Interview (wawancara), Dokumen, dan Pembimbingan ini kami dapat menyimpulkan bahwasanya desa ini mempunyai banyak potensi mulai dari segi jajanan khas desa ini hingga potensi wisata di desa ini.

Adapun perbedaan yang dapat kami hasilkan adalah mampu membuat para masyarakat lebih terbuka dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Seperti halnya tentang bagaimana membuat branding yang menarik untuk membuat konsumen atau wisatawan tertarik untuk membeli produk UMKM desa Branta Pesisir atau berkunjung ke wisata yang ada di Desa Branta Pesisir, yakni dengan dibimbing untuk membuat Campaign yang menarik.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ana Irhandayaningsih “Pelestarian Kesenian Tradisional sebagai Upaya Dalam Menumbuhkan Kecintaan Budaya Lokal di Masyarakat Jurang Blimbing Tembalang” *ANUVA*. Volume 2 No 1, (2018)
- Khoerul Anwar, Mahmud Yunus, Rita Alfin “Digital marketing solusi pemasaran di era digital untuk meningkatkan omset penjualan UMKM” *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*. Volume 6. No 2, (2023)
- Praja Firdaus Nuryananda, Alisya Qathrunnada Al Fitriani “Permasalahan Kultural dan Pentingnya Kontekstualisasi dalam Penerapan Teknologi dalam Pengembangan Pariwisata Kampung Adat Segunung” *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya*. Volume 14 No 2, September (2023)