



# SERTIFIKAT

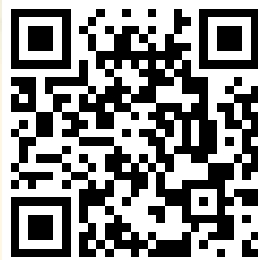


*Diberikan Kepada*

**ROHANI LESTARI, M.B.A**

**Sebagai Ketua Pelaksana**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom



# SERTIFIKAT

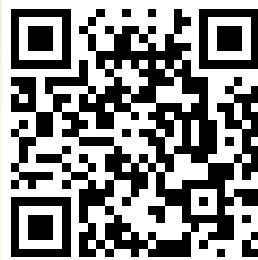


*Diberikan Kepada*

**Dr. Suhardoyo, SE.MM**

**Sebagai Tutor**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom



# SERTIFIKAT

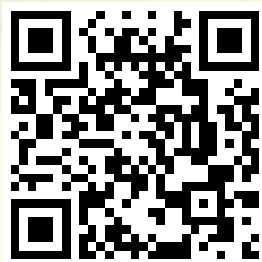


*Diberikan Kepada*

**ROYDAWATY BUNGA SIHOL, S.E.,M.M.**

**Sebagai Tim Tutor**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom



# SERTIFIKAT

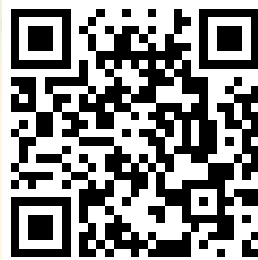


*Diberikan Kepada*

**Zahra, S.Pd, MM**

**Sebagai Tim Tutor**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom



# SERTIFIKAT

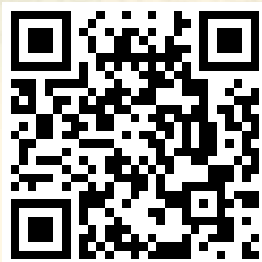


*Diberikan Kepada*

**Ananda Rizki Agung Wicaksono**

**Sebagai Tim Tutor**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom



# SERTIFIKAT

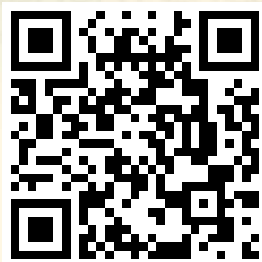


*Diberikan Kepada*

**Dzar Al Giffary Harun**

**Sebagai Tim Tutor**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom



# SERTIFIKAT

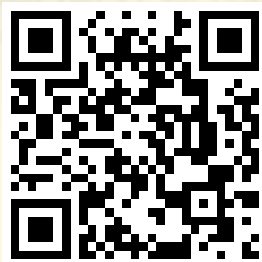


*Diberikan Kepada*

**Mohammad Albi Baihaqi**

**Sebagai Tim Tutor**

Pengabdian Masyarakat yang diadakan di Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi dan diselenggarakan oleh Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UBSI pada tanggal 24 September 2022 dengan materi Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.



Jakarta, 1 Oktober 2022  
Ketua LPPM  
Universitas Bina Sarana Informatika



Taufik Baidawi, M.Kom

**SURAT TUGAS**  
**No.0474/C.01/LPPM-UBSI/IX/2022**

Tentang  
Panitia Pengabdian Masyarakat LPPM UBSI

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, dengan ini menugaskan :

Penanggung Jawab	Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM., M.Pd, IPU, ASEAN Eng.
Ketua Pelaksana	Rohani Lestari M.B.A
Anggota	Dr Suhardoyo SE.MM Roydawaty Bunga Sihol S.E.,M.M. Zahra S.Pd, MM Ananda Rizki Agung Wicaksono Dzar Al Giffary Harun Mohammad Albi Baihaqi

Bertanggung jawab terhadap jalanya acara dari awal s/d akhir sebagai Panitia Pengabdian Masyarakat UBSI berupa Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi masa penugasan pada:

Tanggal : 24 September 2022

Tempat : UMKM Prima Global Mart

Jl. Raya Kaliabang No.8 Kelurahan Perwira Kecamatan Bekasi Utara Jawa Barat

Surat tugas dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 2 September 2022

Ketua LPPM

Universitas Bina Sarana Informatika



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Taufik Baidawi, M.Kom

Tembusan

- Rektor UBSI
- Arsip
- Ybs



**Komunitas UMKM Prima Global Mart**

**RW 09 Prima Harapan ReGENCY Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi**

---

## **SURAT KETERANGAN**

Nomor : 004/PGM/IX/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Komunitas UMKM Prima Global Mart RW 09 Prima Harapan ReGENCY Kelurahan Harapan Baru, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi Jawa Barat derringan ini menerangkan bahwa:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika

Alamat : Jl. Kramat Raya No. 98, Senen, Jakarta Pusat 10450

Telah melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa : Pelatihan Strategy Branding di Era Digital pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.

Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 24 September 2022 dengan lokasi di Kampus Universitas Bina Sarana Infotmatika Jl. Raya Kaliabang No 8 Kelurahan Perwira Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi - Jawa Barat dengan susunan panitia sebagai berikut:

Penanggung Jawab	: Dr. Mochamad Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd
Ketua Pelaksana	: Rohani Lestari Napitupulu, M.B.A
Tutor	: Dr. Suhardoyo, SE.,MM
Anggota	: Roydawaty Bunga Sihol, M.M Zahra, S.Pd., M.M Mohammad Albi Baihaqi [Mahasiswa] Ananda Rizki Agung Wicaksono [Mahasiswa] Dzar Al Giffary Harun [Mahasiswa]

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 26 September 2022  
Komunitas UMKM Prima Global Mart  
Ketua



# **LAPORAN PENGABDIAN MASYARAKAT**



## **PELATIHAN STRATEGY BRANDING DI ERA DIGITAL PADA UMKM PRIMA GLOBAL MART RW 09 KELURAHAN HARAPAN BARU KECAMATAN BEKASI UTARA KOTA BEKASI**

**Oleh:**

**Rohani Lestari Napitupulu, M.B.A (202109155)**

**Dr. Suhardoyo, S.E, M.M ( 201203058)**

**Roydawaty Bunga S, M.M (202203040)**

**Zahra, S.Pd.M.M (200909539)**

**Mohammad Albi Baihaqi (64212184)**

**Ananda Rizki Agung Wicaksono (64212169)**

**Dzar Al Giffary Harun (64212425)**

**PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA**

**DESEMBER**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pelatihan Strategy Branding Di Era Digital Pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi
2. Mitra : Komunitas UMKM Prima Global Mart RW.09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara Kota Bekasi
3. Ketua Pelaksana
- a. Nama Lengkap : Rohani Lestari M.B.A
  - b. Jenis Kelamin : Perempuan
  - c. NIP : 202109155
  - d. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar
  - e. Program Studi : Manajemen (S1)
  - f. Email : rohanin70@yahoo.com
4. Jumlah Anggota : 6
- Nama Anggota : Dr Suhardoyo SE.MM  
Roydswaty Bunga Sihol S.E.,MM  
Zahra S. Pd, MM
- Mahasiswa yang terlibat : 3 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
- a. Wilayah Mitra : R.W. 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi
  - b. Kabupaten/Kota : Kota Bekasi
  - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya yang disetujui : Rp.3.700.000,-

Jakarta, 22 Desember 2022

Mengetahui  
Rektor UBSI



**Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, MKom, MM, MPd, IPU Rohani Lestari M.B.A**

Ketua Pelaksana

Menyetujui,  
Ketua LPPM UBSI



**Taufik Baidawi, MKom**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG .....	1
HALAMAN PENGESAHAN .....	2
<b>Bookmark not defined.</b>	<b>Error!</b>
DAFTAR ISI .....	3
RINGKASAN.....	4
I. PENDAHULUAN.....	5
II. METODE PELAKSANAAN.....	10
III. LUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT) .....	12
IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME).....	13
V. REALISASI BIAYA.....	14
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	14
DAFTAR PUSTAKA.....	16
LAMPIRAN .....	17

## RINGKASAN

Seiring dengan perkembangan zaman, di era globalisasi para pelaku bisnis dituntut untuk berubah dan berkembang mengikuti perubahan lingkungan internal dan eksternal. Pelaku UMKM harus dapat menyesuaikan diri terhadap hal tersebut. Era Digital berpotensi menimbulkan peluang dan risiko bagi para pelaku bisnis dan organisasi. Peluang dapat menjadi kesempatan bagi pelaku bisnis menuju beberapa tingkat lebih baik. Dalam setiap bisnis, setiap perusahaan pasti membutuhkan marketing untuk memasarkan suatu produk. Selain itu, perusahaan juga membutuhkan branding agar suatu produk bisa melekat di benak konsumen. Karena hal inilah, sebagian orang yang belum paham dengan bisnis, menganggap bahwa branding dan marketing mempunyai arti yang sama. Branding merupakan pencitraan agar suatu produk dapat menarik dan melekat di benak konsumen. Bisa dibilang bahwa branding bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen yang menjadi sasaran. Dengan memberikan pemahaman kepada UMKM diharapkan para pelaku bisnis UMKM dapat untuk mengenalkan produk perusahaan dan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Jika perusahaan memiliki suatu brand yang bagus, maka UMKM tersebut akan mudah untuk melakukan penjualan produk. Jadi, umkm bisa salah satunya adalah mendapat banyak pendapatan. Kegiatan PM diadakan secara offline atau tatap muka pada hari libur agar tidak mengganggu waktu bekerja para UMKM Prima Global Mart Bekasi, sedangkan luaran dari kegiatan PM berupa *press release* di media cetak online dan juga jurnal Abdimas.

## **I. PENDAHULUAN**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat. Baik secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional.

Pengabdian Kepada masyarakat juga tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa setiap Perguruan Tinggi wajib melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengajaran, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. Program pengabdian pada masyarakat juga akan diselenggarakan oleh Universitas Bina Sarana Informatika. Salah satu bentuk pengabdian pada masyarakat yang dapat dilakukan oleh Perguruan Tinggi adalah berupa pelatihan dan pengembangan teknologi kepada masyarakat, dengan tujuan untuk meningkatkan kepedulian civitas akademika terhadap kemajuan pendidikan.

Pada tahun 2022 program studi Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika diberikan kesempatan untuk melakukan Pelatihan Strategi Branding di era digital dalam Meningkatkan Branding pada UMKM Prima Global Mart Bekasi dengan peserta pelatihan ialah para usahawan kuliner yang tergabung dalam UMKM Prima Global Mart Bekasi yang berada di Jl Prima Harapan Regency Blok C8 No 5 Harapan Baru, Bekasi Kota, Jawa Barat.

Peran UMKM sangat besar ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berkepanjangan dimasa pandemik Covid-19, UMKM merupakan salah satu solusi usaha yang tepat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis. UMKM sanggup menjangkau masyarakat minimal dilingkungan RW dan dapat menciptakan lebih banyak kesempatan kerja atau peluang bisnis baru. Keberadaan UMKM tidak saja cukup, dimana perkembangan UMKM sendiri tidak terlepas dari berbagai aspek yang terdapat didalamnya. Seperti aspek pemasaran, produksi, sarana dan prasarana, informasi usaha, kemitraan, legalitas atau perizinan, tujuan, ketenagakerjaan, SDM dan manajerial, keuangan dan permodalan, dan pengembangan usaha. Jika dikembangkan secara terarah dan terstruktur, UMKM dapat menjadi pilar ekonomi bangsa Indonesia.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dan strategis dalam struktur perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan besar terhadap Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%). Bank Indonesia sebagai Bank Sentral berupaya memberikan kontribusi terbaik untuk terus meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian. Pengembangan UMKM yang dilakukan Bank Indonesia

diselaraskan dengan bidang tugas Bank Indonesia dan sejalan dengan visi, misi, dan program strategis Bank Indonesia, sehingga difokuskan untuk:

1. Mendukung upaya pengendalian inflasi khususnya inflasi volatile food, yang dilakukan dari sisi suplai;
2. Mendorong UMKM potensi ekspor dan pendukung pariwisata untuk mendukung upaya penurunan defisit transaksi berjalan, serta;
3. Meningkatkan akses keuangan UMKM untuk mendukung stabilitas sistem keuangan.(Bank Indonesia, 2022), Oleh sebab itulah pentingnya keberadaan UMKM sudah dirasakan tidak hanya oleh pemerintah tetapi juga masyarakat yang tergabung dalam UMKM. Pemasaran sangat dibutuhkan oleh bisnis dengan sistem penjualan online (Amirudin and Triyono 2018).<sup>1</sup> Amerika Serikat dan Kanada mendefinisikan pemasaran sebagai:

The process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives. (Proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu serta tujuan organisasi) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan praktik bisnis yang berisi rancangan penentuan harga, promosi dan distribusi produk atau jasa kepada konsumen yang telah menjadi pelanggan maupun target konsumen potensial. Secara umum, marketing adalah serangkaian kegiatan atau strategi. Terutama UMKM untuk memiliki foto dan gambar produk mereka agar dapat digunakan sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan produk mereka. (Moon, Jalali, and Erevelles, 2021).

Keterbatasan UMKM dalam berbagai hal mengenai pengembangan branding melalui pelatihan inilah yang kemudian menginisiasi kami untuk mengadakan pengabdian masyarakat dengan pembahasan food fotografi bagi UMKM dalam meningkatkan branding khususnya pada UMKM Prima Global Mart Bekasi..

## **1. Analisis Situasi**

Komunitas UMKM Global Prima Mart terbentuk sebagai komunitas yang memberikan kontribusi positif dalam mengembangkan potensi usaha para pelaku UMKM dilingkungan Perumahan Prima Harapan Regency. Dimana tujuan komunitas ialah sebagai pemberdayaan komunitas yang memiliki peran sangat penting dalam memperbaiki keadaan masyarakat pasca COVID-19 sedangkan tujuan pemberdayaan komunitas sendiri, yakni untuk meningkatkan kesejahteraan individu/kelompok, sehingga bisa merealisasikan pembangunan secara berkelanjutan

serta meningkatkan kualitas hidup dimasyarakat. Dalam penerapannya pemberdayaan komunitas juga diharapkan bisa membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri sekaligus termotivasi dalam memanfaatkan peluang dan berani mengambil keputusan dalam situasi tertentu. Melalui pemberdayaan komunitas ini, potensi-potensi terpendam yang dimiliki oleh anggota dapat terlihat dan menjadi suatu kekuatan baru bagi komunitas itu sendiri. Potensi-Potensi itu juga dapat dikembangkan secara lebih terarah dan berkembang dengan program-program yang disajikan/yang ada. Pemberdayaan Komunitas UMKM Global Prima Mart juga bisa dengan cara bekerjasama dengan pihak eksternal lainnya dalam hal penyediaan snack, nasibox, bazar atau tumpengan untuk berbagai acara.

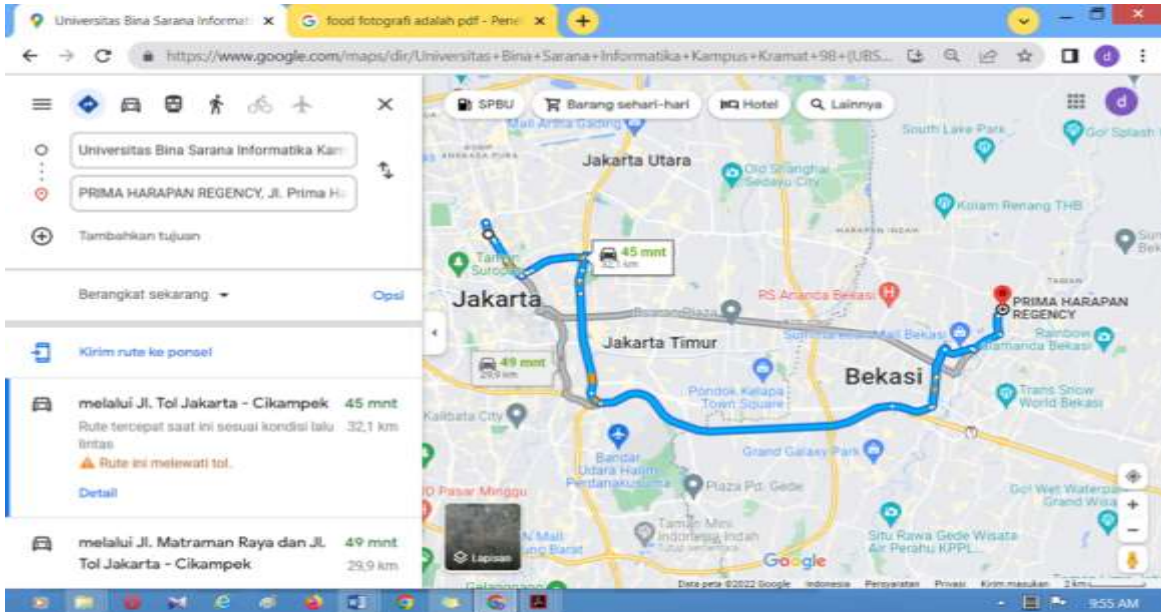
Adapun visi dari komunitas UMKM Prima Global Mart ialah menjadi partner strategis dalam menumbuh kembangkan UMKM dilingkungan Perumahan Prima Harapan Regency yang berdaya saing. Sedangkan misinya ialah menjadi wadah sosialisasi, komunikasi, dan berbagi ilmu antara para pelaku UMKM dilingkungan Perumahan Prima Harapan Regency, menjembatani pelaku UMKM di Perumahan Prima Harapan Regency dengan pihak pemerintah dan swasta, membawa UMKM dilingkungan Perumahan Prima Harapan Regency kepasar digital dan melek teknologi, membuka dan memperluas jaringan para pelaku UMKM, menumbuh kembangkan pelaku usaha baru yang berdaya saing, meningkatkan kualitas pelaku UMKM melalui program pelatihan, pembinaan, dan pendampingan.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas UMKM Prima Global Mart Bekasi antara lain:

1. Terbentuknya Pasar Online berbasis WAG dan Medsos. Sampai saat ini anggota Pasar UMKM Prima Global Mart beranggota 257 orang, diantaranya 20% Penjualan aktif dan 80% pembeli, dan menurut survei yang dilakukan oleh pengurus komunitas, sejak dibentuknya Pasar Online UMKM terjadi peningkatan rata-rata lebih dari 50% omset penjualan. Berikut adalah marketplace komunitas UMKM Prima Global Mart [https://linktr.ee/prima\\_global\\_mart](https://linktr.ee/prima_global_mart). Terlampir Kegiatan Komunitas UMKM, yang sebagian sudah di publikasikan di instagram RW.09 <https://www.instagram.com/phr.rw09/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>
2. Penguatan Kapasitas untuk Anggota UMKM. Hal ini dilakukan dengan melakukan beberapa kerjasama dengan Stakeholder yang terkait. Sebanyak 38 orang diantaranya sudah menikmati pelatihan untuk pengembangan SDM para anggota komunitas.

## 2. Peta Lokasi Mitra

Komunitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Prima Global Mart Bekasi berlokasi di Jl Prima Harapan Regency Blok C8 No 5 Harapan Baru, Bekasi, Jawa Barat. Jarak antara Universitas Bina Sarana Informatika Gedung Rektorat Kramat 98 dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Prima Global Mart Bekasi.



**Gambar 1. Peta Lokasi Mitra UMKM Prima Global Mart**

Mitra pengabdian masyarakat kali ini adalah Komunitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Prima Global Mart Bekasi berlokasi di Jl Prima Harapan Regency Blok C8 No 5 Harapan Baru, Bekasi, Jawa Barat dengan jarak antara mitra pengabdian masyarakat dengan Universitas Bina Sarana Informatika Gedung Rektorat Kramat 98 ialah 32,1 km

## 3. Permasalahan Mitra

Mengacu kepada butir analisis situasi, maka permasalahan yang saat ini dihadapi oleh UMKM Prima Global Mart Bekasi sebagai berikut:

- a. Pelaku bisnis UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam membangun strategi branding produk dalam menjalankan bisnis.

Bagi pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya saat ini dituntut untuk mengenal kepribadian konsumen potensialnya demi mengetahui perilaku mereka dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan dan memenangkan kompetisi di pasar. Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa para pemasar dituntut untuk mengetahui perilaku konsumennya. Salah satu faktor penentu perilaku konsumen yaitu faktor pribadi, yang mencakup usia dan siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, juga gaya hidup dan nilai. Hal ini berguna dalam membangun branding. Menurut Kotler (2011), branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing.. Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang mampu mengha- dirkan kemudahan dan kecepatan akses informasi berkontribusi pada semakin sulitnya memuaskan konsumen masa kini (Wardana, 2011) Secara sederhana, dimana yang menjadikan fokus subjek utamanya adalah makanan dan minuman. Komunitas UMKM Prima Global Mart mayoritas adalah kaum wanita/ibu rumah tangga yang memiliki keterbatasan mengenai branding melalui. Oleh karena itulah dibutuhkannya pemahaman mengenai branding guna meningkatkan kemampuan UMKM Prima Global Mart Bekasi.

- b. Keterbatasan pemahaman untuk melakukan dan membuat branding produk melalui aplikasi yang tersedia seperti aplikasi canva

Segmentasi Pasar adalah konsep yang sangat penting, dalam kegiatan bisnis segmentasi pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang, merumuskan pesan-pesan komunikasi, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen, mendesain produk dan lain sebagainya (Rhenald Kasali PG, 2002). Dalam pembentukan branding para pelaku bisnis harus memahami mengenai segmentasi pasar terlebih dahulu sehingga dapat membidik konsumennya dengan tepat. Dengan adanya branding maka akan tercipta suatu brand loyalti dan yang berdampak pada peningkatan penjualan. Loyalitas muncul sebagai akibat dari kepuasan pelanggan, jika pelanggan puas dengan fungsi merek maka mereka menunjukkan loyalitas terhadap merek dan mereka menjadi tidak sensitif terhadap faktor harga dan mereka akan menunjukkan minat yang kuat untuk membeli produk dengan biaya berapapun. *“Brand loyalty is in fact attained when the customer’s show repeated purchase behavior towards the specific brand. Loyalty comes as a result of the customer satisfaction, if customers are satisfied from the brand functions then they show loyalty towards the brand and they become*

*the insensitive of price factor and they will show strong interest to buy the product at any cost. Brand loyalty helps to maximize the brand equity in the region” (Tariq, 2013).* Ada beberapa perilaku yang berkembang dalam diri konsumen sebagai akibat dari loyalitas merek yaitu sikap positif terhadap merek, ketidak pekaan terhadap harga merek yang disukai, perasaan tidak enak, jika merek yang disukai pergi secara tiba-tiba dan rekomendasi kepada orang lain tentang merek. Pada akhirnya loyalitas merek memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap niat beli yang berarti lebih banyak loyalitas merek maka tinggi. Dalam hal ini Pemahaman masih sangat minim dimiliki oleh para anggota UMKM. Hal inilah yang menjadi permasalahan, dimana dengan adanya pemahaman yang lengkap dan canggih sudah sewajarnya hasil dari UMKM akan maksimal. Permasalahan yang dihadapi

- c. UMKM Prima Global Mart Bekasi adalah belum memiliki pemahaman yang baik dan bahkan lengkap cara membuat dan melakukan branding produk..

## II. METODE PELAKSANAAN

Metodologi pelaksanaan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

### 1. Tahap Persiapan

#### a. Pembentukan Tim

Merupakan tahap pembentukan tim yang terlibat pada kegiatan pengabdian masyarakat yang terdiri terdiri dari 4 orang dosen prodi manajemen dan dan 3 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika

#### b.. Analisis Kebutuhan

Merupakan tahap analisis kebutuhan dimana tim mengadakan survey dan diskusi dengan mitra komunitas UMKM Prima Global Mart yang diwakili oleh ketua dan pengurus bertujuan untuk menggali kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi Mitra, terutama pada kegiatan yang

berhubungan dengan usaha untuk meningkatkan bisnis pada komunitas UMKM Prima Global Mart

c. Solusi Permasalahan

Setelah melakukan analisis kebutuhan bagi Mitra maka dapat diketahui kebutuhan Mitra selanjutnya merumuskan solusi permasalahan yang dihadapi Mitra. Hasil dari diskusi antara tim dan pengurus komunitas UMKM Prima Global diperoleh kesepakatan untuk diadakan diperoleh kesepakatan untuk perlunya sosialisasi dan pelatihan strategi branding untuk memudahkan dan meningkatkan usaha UMKM dan menentukan jadwal pelaksanaan pengabdian ini.

Selanjutnya pada tahapan persiapan tim mempersiapkan segala kebutuhan kegiatan pengabdian masyarakat agar berjalan baik dan lancar. Tim mempersiapkan modul sosialisasi , modul pelatihan, pembuatan kuisisioner dan persiapan-persiapan teknis lainnya

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan adalah merupakan tahapan utama dari seluruh kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan berlangsung secara tatap muka (*off line*) dengan tetap menerapkan protokol kesehatan sesuai standar yang berlaku. Dalam tahap ini kami menyusun agenda acara yang disusun sebagai acara kegiatan pengabdian secara keseluruhan. Pelaksanaan Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Sabtu / 24 September 2022

Waktu : 09.00 – 16.30 WIB

Tempat : Aula Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kaliabang No.8, Perwira, Kec. Bekasi Utara, Kota Bks, Jawa Barat 17122

. Adapun susunan dan tugas dari panitia pengabdian masyarakat sebagai berikut:

<b>Peran</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>	<b>Tugas</b>
Ketua	Dosen	Rohani Lestari Napitupulu, M.B.A	1. Membuat proposal pengabdian masyarakat 2. Membuat rancangan anggaran pengabdian 3. Mencari mitra pengabdian 4. Membuat laporan Pengabdian
Koordinator Tutor	Dosen	Dr. Suhardoyo, S.E, M.M	1. Membuat luaran penelitian press release 2. Melakukan koordinasi dengan mitra abdimas
Anggota 1	Dosen	Roydawaty Bunga Sihol, M.M	1. Melakukan koordinasi dengan mitra abdimas 2. Membuat daftar absensi peserta dan panitia

Anggota 2	Dosen	Zahra, S.pd.M.M	1. Membuat modul pelatihan 2. Memberikan materi pelatihan
Anggota 3	Mahasiswa	Mohammad Albi Baihaqi	1. Membuat dokumentasi pengabdian 2. Pendampingan pelatihan pembuatan branding produk
Anggota 4	Mahasiswa	Ananda Rizki Agung Wicaksono	1. Menyebarkan kuesioner pengabdian kepada peserta 2. Pendampingan pelatihan pembuatan branding produk
Anggota 5	Mahasiswa	Dzal Al Giffary Harun	1. Menyebarkan kuesioner pengabdian kepada peserta 2. Pendampingan pelatihan pembuatan branding produk

### 3. Tahap Evaluasi

Tahapan ini adalah tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah proses evaluasi kegiatan yang dilakukan dengan cara membagikan kuisisioner kepada para peserta kegiatan, untuk melihat respons terkait kegiatan yang telah dilaksanakan. Apakah berjalan dengan baik ataupun adanya hal-hal yang mungkin bisa ditingkatkan dalam pengadaan kegiatan serupa.

### III. LUARAN YANG DICAPAI (*OUTPUT*)

Luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat, tertera pada tabel berikut :

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1.	Publikasi Artikel Jurnal dimedia massa cetak atau elektronik	Nasional	Link Jurnal : <a href="https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jpkmi/article/view/580">https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jpkmi/article/view/580</a> Pada Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI) Vol. 2, No. 3, Desember2022, Hal. 277-288 e-ISSN:2809-9311p-ISSN: 2809-9338
2.	Artikel di media masa	Media Lokal	<a href="https://news.bsi.ac.id/amp/2022/11/04/dosen-universitas-bsi-memberikan-pelatihan-strategi-branding-digital-marketing-pada-umkm/">https://news.bsi.ac.id/amp/2022/11/04/dosen-universitas-bsi-memberikan-pelatihan-strategi-branding-digital-marketing-pada-umkm/</a>

	cetak atau elektronik		
--	-----------------------	--	--

**IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (*OUTCOME*)**

Manfaat yang dicapai dari kegiatan pengabdian adalah:

1. Pelaku bisnis UMKM bertambah dan menyadari pentingnya pengetahuan dan kemampuan dalam membangun strategi branding produk dalam menjalankan bisnis.
2. Meningkatnya pemahaman pelaku bisnis UMKM untuk melakukan dan membuat branding produk dapat melalui aplikasi yang tersedia melalui aplikasi canva
3. Memahami secara lebih baik pengetahuan yang berhubungan dengan fungsi branding untuk menunjang peningkatan pendapatan bisnis yang dijalani.

Adapun Kontribusi Mitra terhadap Pengabdian Masyarakat sebagai berikut:

1. Mitra pengabdian membantu menyediakan sarana penunjang dengan memperbanyak modul/ materi PM yang harus dibagikan kepada peserta
2. Mitra pengabdian membantu membuat undangan dan menkoordinir peserta untuk mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat di komunitas UMKM Prima Global (sebagai peserta).
3. Mitra Pengabdian memberikan menyiapkan konsumsi dan snack yang diproduksi oleh anggota komunitas

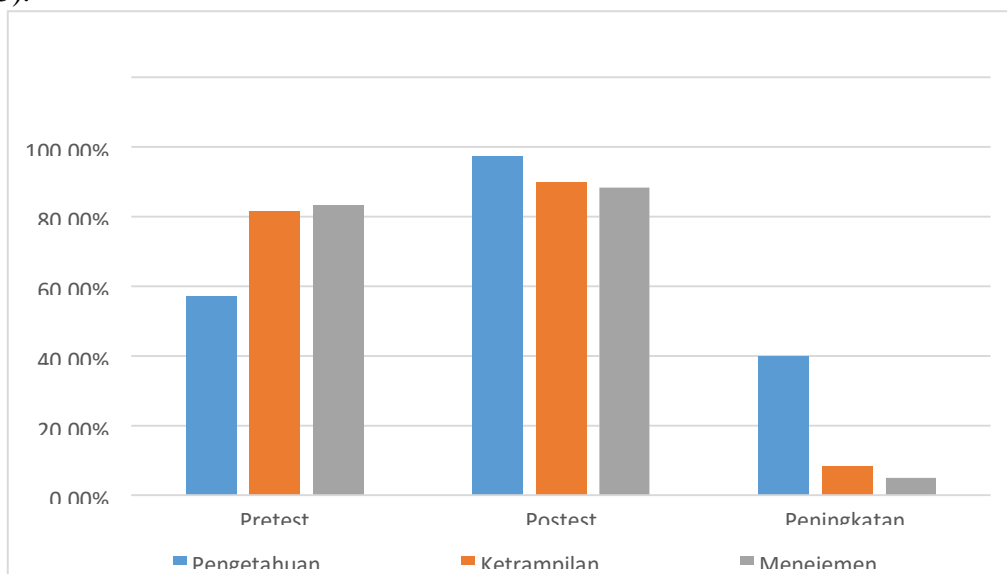
Dampak Ekonomi dan Sosial berupa peningkatan pada mitra kalau dilihat secara Perubahan sosial ekonomi masyarakat tidak tampak drastis, namun sudah ada perubahan yang signifikan ( $P < 0,05$ ) pada keberdayaan mitra terutama dari aspek pengetahuan, ketrampilan dan manajemen seperti nampak pada tabel 1 Gambar 4 di bawah ini

Tabel 1. Hasil uji t-test peningkatan kemampuan mitra sebelum PM dan sesudah kegiatan PM

Paired Samples Test								
	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Conf. Interval of the Difference				
				Lower	Upper			

Pair 1	Pengetahuan Sebelum PM - Pengetahuansetelah PM	-12.00	4.050	1.653	-16.25	-7.750	-7.258	5	.001
Pair 2	Ketrampilan Sebelum PM - Ketrampilansetelah PM	-1.667	1.367	.558	-3.10	-.233	-2.988	5	.031
Pair 3	Pengetahuan manajemen Sebelum PM- Pengetahuan manajemen Setelah PM	-1.000	.894	.365	-1.939	-.061	-2.739	5	.041

Berdasarkan tabel 1 bahwa hasil analisis pengabdian, semua parameter baik aspek pengetahuan, ketrampilan maupun manajemen mengalami peningkatan yang signifikan ( $P < 0,05$ ).



Gambar 3. Peningkatan Kemampuan Mitra

Kegiatan PM ini berhasil dilaksanakan dengan baik dan dapat meningkatkan kemampuan mitra untuk penguasaan untuk pengetahuan 40%, ketrampilan 8,33% dan manajemen 5%

## V. REALISASI BIAYA

Realisasi biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Tutor Kegiatan	1	orang	300.000	300.000
<b>Total Honor</b>					<b>300.000</b>
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)

1	Kertas A4	1	Rim	70.000	70.000
2	Pulpen	2	Lusin	50.000	100.000
3	Paper bag	2	Lusin	240.000	480.000
4	Print modul	30	Paket	25.000	750.000
<b>Total Belanja Bahan</b>					<b>1.400.000</b>
<b>BELANJA BARANG OPERASIONAL</b>					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Snack	30	Paket	10.000	300.000
<b>Total Belanja Barang Operasional</b>					<b>300.000</b>
<b>BELANJA BARANG NON OPERASIONAL</b>					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Plakat	1	Buah	500.000	500.000
2	Souvenir	30	Paket	30.000	900.000
3	Pulsa	7	Paket	52.000	364.000
<b>Total Belanja Barang Non Operasional</b>					<b>1.764.000</b>
<b>BIAYA PERJALANAN</b>					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Bensin untuk observasi	2	Liter	12.000	24.000
<b>Total Biaya Perjalanan</b>					<b>24.000</b>
<b>Total Keseluruhan</b>					<b>3.788.000</b>

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Dari rangkaian pengabdian yang telah diberikan, dapat disimpulkan bahwa:

- Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan tentang penguatan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat membantu proses pelaku usaha dalam meningkatkan eksistensi UMKM Prima Global Mart yang awalnya tidak memiliki pengetahuan tentang strategi branding yang sangat penting dalam memperkenalkan sekaligus mempromosikan produk-produk kepada masyarakat dan calon konsumen.
- Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat membantu UMKM Prima Global Marta dalam membuat branding produk dengan untuk tujuan mengembangkan dan mempromosikan produk serta membangun brand awarenenss masyarakat terhadap produk. Sehingga masyarakat dan calon konsumen lebih kenal dan sadar akan brand yang merupakan hasil produksi dari UMKM Prima Global Mart dibandingkan dengan pelaku bisnis lain.
- Kegiatan PM ini berhasil dilaksanakan dengan baik dan dapat meningkatkan keberdayaan masyarakat untuk pengetahuan 40%, ketrampilan 8,33% dan manajemen 5%.

## **5.2. Saran**

Berdasar hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini disarankan untuk kegiatan pengabdian berikutnya untuk dilaksanakan dengan melaksanakan kegiatan pendampingan usaha untuk menggunakan *plafon e-commerce* sebagai sarana promosi usaha lebih lanjut dalam meningkatkan ketahanan dan pemberdayaan UMKM dalam menunjang pencapaian UMKM naik kelas dalam perekonomian nasional

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Armstrong, G. 2012, *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall International
- A. Amirudin and S. Triyono, "Expositive Acts on Instagram: Knowing What People Intent to 'Write' on their Captions through Pragmatics Perspective," *Int. J. Appl. Linguist. English Lit.*, vol. 7, no. 4, p. 129, 2018, doi: 10.7575/aiac.ijalel.v.7n.4p.129.
- Tariq, Muhammad I., Nawaz, Muhammad R., Nawaz, Muhammad M., and Hashim A. Butt. 2013. Customer Perceptions about Branding and Brand loyalty: A Study of FMCG in an Emerging Market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. 3(2): pp: 340-347
- Wardana, Dwiyadi Surya, 2011, *Pengaruh kepribadian konsumen pada pilihan merek sebagai konsep diri pada kategori produk*, Aset ISSN 1693-928X. Vol. 13 No.1 ,
- Renaldi kasali, *membidik pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Dan Positioning*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002. Hlm 51
- S. Moon, N. Jalali, and S. Erevelles, "Segmentation of both reviewers and businesses on social media," *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 61, no. March, 2021, doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102524.
- Bank Indonesia. (2022). Framework Pengembangan UMKM Bank Indonesia. Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/umkm/program-pengembangan-umkm/default.aspx>
- Istriyani, Ratna, & Widiana, N. H. (2016). Etika Komunikasi Islam dalam Membendung Informasi Hoax di Ranah Publik Maya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2).

## LAMPIRAN








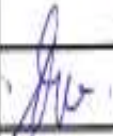



### Lampiran A. Absen Panitia

**ABSENSI PANITIA  
PENGABDIAN MASYARAKAT BERSAMA  
KOMUNITAS UMKM PRIMA GLOBAL MART BEKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA  
SABTU, 24 SEPTEMBER 2022**


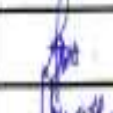





NO	NIP	NAMA	TANDA TANGAN
1.	202203040	Roydawaty Bunga S	
2.	201203058	SUHARDORO	
3.	202109055	Rohani Hestari	
4.	200909539	Zahra	
5.	64212184	M. Albi Baihagi	
6.	64212169	ANANDA RIZKI A.W.	
7.	64212425	Dzar Al Giffary Harun	

## Lampiran B. Absen Peserta

ABSENSI PESERTA PENGABDIAN MASYARAKAT  
 UNKM GLOBAL PRIMA MART PRIMA HARAPAN REGENCY  
 UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA  
 SABTU-24 SEPTEMBER 2022

No	Nama Lengkap	Nomor (WA)	Alamat	Tanda Tangan
1	Indah Wulan Sari	057880903600	Prima Harapan Regency D5/06 Rt 12 Re 09 Harapan Baru Bekasi Utara 17123	
2	Azyyah	08111960473	Prima Harapan Regency blok C8 No. 5	
3	Wa(Nasi uduk Ayam bakar Marmologi)	085718173076	Prima harapan bk c10/00	
4	Si Sulaimi	00111003139	Prima Harapan Regency Blok A4 No. 36 RT.02/09 Kel Harapan Baru Bekasi Utara	
5	Iwan Sumardi	08128690060	Jl. Penguangan perum Prima Harapan Regency D5 No 20 Harapan Baru Bekasi Utara	
6	Melur Chanago	081212942915	Prima Harapan Regency Blok C9 no 27	
7	Sunda Saharun	0812-3816-0474	Prima Harapan Regency Blok L 14 no 6	
8	Kukun Sumali	082111972228	Prima Harapan Regency Blok A4/29	
9	Soehartatik	0818900090	Prima Harapan Regency B5/38	
10	Dede Yulianingsih	083891545665	Prima Harapan Regency D 10/23 Harapan Baru Bekasi 17123	
11	Hesty elochiana	081911213065	PHR blok A4/56 Bekasi	
12	Dan Permatahari, SE	081315922536	Prima Harapan Regency B6/ 20	
13	Ayu Dewi	08078520823	Ko rawadas . RT 00/09 pondok kopi Jakarta timur	
14	Sulilawati	081380463576	PHR c4/30	
15	Si Hartini	08908371637	Prima Harapan Regency blok A4/63 Bekasi Utara	

ABSENSI PESERTA PENGABDIAN MASYARAKAT  
 UMKM GLOBAL PRIMA MART PRIMA HARAPAN REGENCY  
 UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA  
 SABTU-24 SEPTEMBER 2022

No	Nama Lengkap	Nomor (WA)	Alamat	Tanda Tangan
16	Sri Hartini	08968371637	PHR blok A4/B3 Bekasi Utara	
17	Para	08890200490	Prima harapan Regency blok c5 no 7 di 05/09 beksi utara	
18	Deenawati	0895331442270	Prima harapan regency blok b5 no 42 beksi utara	
19	Putri Arum Puspitasari	081311684675	Prima Harapan Regency blok c4 no 30	
20	Nina Chriediana	0878 610 8320	Prima Harapan Regency blok A1 No. 62	
21	ADY aul PB	08129909117	Prima Harapan Regency	
22	Wu. Wibi. Santoso	0812 9079	Prima Harapan Regency Blok B3 No 27	
23	Siti Hasanah	0878 8142850	PHR Blok D2 / 1	
24	PERANNA AULIANT	0812 506 0510	PHR	
25	NurQasarah	0858147708	PHR	

## Lampiran C. Surat Keterangan Mitra/Instansi



**Komunitas UMKM Prima Global Mart**

**RW 09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi**

---

### **SURAT KETERANGAN**

**Nomor:** 004/PGM/IX/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Komunitas UMKM Prima Global Mart RW 09 Prima Harapan Regency Kelurahan Harapan Baru, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi Jawa Barat dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika  
Alamat : Jl. Kramat Raya No. 98, Senen, Jakarta Pusat 10450

Telah melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa : Pelatihan Strategy Branding di Era Digital pada UMKM Prima Global Mart RW 09 Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi.

Kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 24 September 2022 dengan lokasi di Kampus Universitas Bina Sarana Informatika Jl. Raya Kaliabang No 8 Kelurahan Perwira Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi - Jawa Barat dengan susunan panitia sebagai berikut:

<b>Penanggung Jawab</b>	: Dr. Mochamad Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd
<b>Ketua Pelaksana</b>	: Rohani Lestari Napitupulu, M.B.A
<b>Tutor</b>	: Dr. Suherdoyo, SE.,MM
<b>Anggota</b>	: Roydswaty Bunga Sihol, M.M Zahra, S.Pd., M.M Mohammad Albi Baihaqi [Mahasiswa] Ananda Rizki Agung Wicaksono [Mahasiswa] Dzar Al Giffary Harun [Mahasiswa]

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 26 September 2022  
Komunitas UMKM Prima Global Mart  
Ketua



# Lampiran D. Luaran PM

## 1.Artikel Ilmiah (Jurnal)

### Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Branding Produk Sebagai Strategi Bisnis Meningkatkan Penjualan UMKM Pemas Global Mart

Suhardyo<sup>1</sup>, Rizki Lestari Nugroho<sup>2</sup>, Bayu Wury Bago Sidi<sup>3</sup>, Zahar<sup>4</sup>  
Universitas Bina Sarana Informatika, Jl. Eka Raya 91 Jakarta<sup>1-4</sup>  
Email: [suhardyo@bsi.ac.id](mailto:suhardyo@bsi.ac.id)

#### ABSTRAK

UMKM Pemas Global Mart masih belum menyadari masalah pemasaran pemasaran berbasis digital yang sudah muncul. Serta kurang pengetahuan dalam mempromosikan branding untuk meningkatkan penjualan ke konsumen. Para pelaku UMKM masih kesulitan pada pemasaran produk yang sudah mereka lakukan menggunakan branding produk yang baik. Keterbatasan dan minat pengetahuan, apa dan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan penjualan atau bisa dari lain dan minat apa yang dengan cara berdagang yang lebih diutamakan. Serta masih kurang belajar dengan menggunakan pemasaran berbasis digital dengan mempromosikan media sosial dalam mendukung pemasaran dan penjualan para pelaku yang dilakukan. Untuk itu sebagai dosen dengan melakukan penelitian wawancara dengan memberikan solusi dengan menggunakan pengetahuan marketing dengan melakukan dan pelatihan strategi branding produk UMKM dalam menggunakan kemampuan media dan menggunakan para yang sudah ada, untuk pelaksanaan dilakukan secara online yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM 25 orang. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat diperoleh bahwa peserta pelaku usaha UMKM merasa puas dengan materi yang disampaikan serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggunakan branding produk sebagai strategi untuk para pelaku yang dilakukan serta dengan pelatihan pembuatan branding produk dengan cara dengan menggunakan strategi branding untuk meningkatkan kesadaran akan masalah branding produk yang menarik akan dengan branding sebagai strategi pemasaran meningkatkan branding konsumen terhadap produk yang dilakukan.

**Kata Kunci:** Branding, media, Strategi/teknik, Penjualan, UMKM

#### ABSTRACT

*Pemas Global Mart UMKM still have not realized the use of digital technology and lack of knowledge in utilizing business branding in introducing products to consumers. UMKM are still focused on product trade but still have not implemented good product branding, appearance and lack of knowledge, expertise and self-confidence as well as the limited nature of the interest in new ideas and just quickly satisfied with the way of trading that has been carried out. They are still not familiar with the use of digital marketing by utilizing social media to support the expansion and reach of the upper market the resulting product. For this reason, as a lecturer by providing solution, helping by providing solution by holding community service with socialization and training on UMKM product branding strategies in supporting business stability and reaching a wider market. The implementation method was carried out offline which was attended by 25 users of UMKM business. The results of community service activities showed that UMKM business participants were satisfied with the material presented and increased awareness of the importance of using product branding as the spearhead of the product produced as well as training in making product branding with Canva by practicing directly has increased the ability to make branding attractive products in accordance with the wishes as an to create consumer loyalty to the product produced.*

**Keywords:** Business Branding, Business strategy, UMKM, success

#### PENDAHULUAN

Para UMKM sangat besar ketika Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berdampak langsung pada kondisi Covid-19. UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang sangat penting yang memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Namun, UMKM menghadapi tantangan yang signifikan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Menurut (Ariani, 2021) banyak UMKM yang tidak siap untuk menghadapi krisis ekonomi yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, pembina, serta para pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas adalah dengan mengikuti pelatihan atau kursus yang relevan. Pelatihan atau kursus yang relevan dapat membantu pelaku UMKM untuk memahami konsep-konsep pemasaran yang relevan dan meningkatkan keterampilan mereka dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

Untuk Misi, Kardi, dan Monev (2020) menyatakan bahwa penting bagi strategi dalam meningkatkan pemasaran. Indonesia harus memberikan dukungan besar terhadap Brand Dasar (62,7%), pemasaran yang lebih (57,1%), dan ekspor (34,4%). Brand Indonesia sebagai Brand Secara Beragam memberikan kontribusi terbaik untuk meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian. Peningkatan UMKM yang dilakukan Brand Indonesia dilaksanakan dengan lebih tepat. Brand Indonesia dan sejalan dengan visi misi dan program strategi Brand Indonesia, sebagai berikut ini:

1. Membangun upaya peningkatan nilai ekonomis nilai tambah hasil, yang dilakukan dari sisi supply
2. Meningkatkan peran ekspor dan peningkatan pemasaran untuk mendukung upaya pemasaran dalam rangka ekspor, serta
3. Meningkatkan nilai ekspor UMKM untuk mendukung stabilitas sistem. (Brand Indonesia, 2022)

Keterbatasan UMKM masih dirasakan tidak hanya oleh pemerintah tetapi juga oleh masyarakat yang menghambat UMKM. Sehingga dalam mendukung keberlangsungan UMKM maka upaya yang harus dilakukan UMKM salah satu cara di tingkatkan. Efektifitas upaya sosialisasi dalam memasarkan perlu dipikirkan untuk dapat membantu. Salah satu upaya yang sangat tidak terduga oleh UMKM adalah adanya Branding produk. Dengan dengan branding yang baik akan membantu untuk meningkatkan adanya

layanan dan pelanggan. Branding produk dengan dukungan Pemasaran digital sangat dibutuhkan oleh bisnis dengan sistem penjualan online (Azzahra and Triyono 2020).

Keterbatasan UMKM dalam memasarkan sebuah produk sangat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan branding yang digunakan. Branding produk yang baik akan sangat membantu untuk meningkatkan penjualan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, pembina, serta para pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas adalah dengan mengikuti pelatihan atau kursus yang relevan. Pelatihan atau kursus yang relevan dapat membantu pelaku UMKM untuk memahami konsep-konsep pemasaran yang relevan dan meningkatkan keterampilan mereka dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

Kelemahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yang melakukan pemasaran berbasis digital adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, pembina, serta para pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Salah satu cara untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas adalah dengan mengikuti pelatihan atau kursus yang relevan. Pelatihan atau kursus yang relevan dapat membantu pelaku UMKM untuk memahami konsep-konsep pemasaran yang relevan dan meningkatkan keterampilan mereka dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

Brand produk dapat meningkatkan adanya nilai tambah dari secara maksimal akan pemasaran (Ferdinand, 2020; & Firdausy, 2019). Eksistensi merek atau brand akan sangat membantu pemasaran sebagai pengembangan keberlanjutan bisnis, ketahanan produk dalam bersaing Branding adalah aktivitas yang dilakukan untuk membangun persepsi pelanggan terhadap produk dengan cara lain (Suzuki & Oka, 2018). Cara lain branding adalah berkaitan dari semua orang yang punya kepentingan untuk mendapatkan manfaat dari sesuatu itu melalui proses-proses komunikasi. Branding sebagai upaya mempromosikan produk hingga produk itu dikenal, dikenal, dan digunakan oleh banyak.

Salah satu cara untuk meningkatkan pemasaran berbasis digital yang dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan mengikuti pelatihan atau kursus yang relevan. Pelatihan atau kursus yang relevan dapat membantu pelaku UMKM untuk memahami konsep-konsep pemasaran yang relevan dan meningkatkan keterampilan mereka dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, pembina, serta para pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memasarkan produk mereka ke pasar yang lebih luas.

Terdapat pelaksanaan kegiatan untuk meningkatkan penjualan para pelaku UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara online (off line) dengan menggunakan platform komunikasi online untuk meningkatkan penjualan. Selain itu, para pelaku UMKM juga dapat meningkatkan penjualan mereka dengan menggunakan platform komunikasi online. Untuk itu, sebagai dosen dengan melakukan penelitian wawancara dengan memberikan solusi dengan menggunakan pengetahuan marketing dengan melakukan dan pelatihan strategi branding produk UMKM dalam menggunakan kemampuan media dan menggunakan para yang sudah ada, untuk pelaksanaan dilakukan secara online yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM 25 orang. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat diperoleh bahwa peserta pelaku usaha UMKM merasa puas dengan materi yang disampaikan serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggunakan branding produk sebagai strategi untuk para pelaku yang dilakukan serta dengan pelatihan pembuatan branding produk dengan cara dengan menggunakan strategi branding untuk meningkatkan kesadaran akan masalah branding produk yang menarik akan dengan branding sebagai strategi pemasaran meningkatkan branding konsumen terhadap produk yang dilakukan.

Tanggal	Waktu	Kegiatan
20 September 2022	08:00-09:00	Pendaftaran
	09:00-10:00	Sosialisasi tentang pemasaran digital
	10:00-11:00	Sosialisasi tentang branding produk UMKM
21 September 2022	08:00-09:00	Sosialisasi tentang branding produk UMKM
	09:00-10:00	Sosialisasi tentang branding produk UMKM
	10:00-11:00	Penyempurnaan branding produk
22 September 2022	08:00-09:00	Latihan
	09:00-10:00	Praktikum dan Pengetahuan pemasaran Branding produk UMKM
	10:00-11:00	Tanya Jawab dan Diskusi Pelaksanaan PM
11:00-12:00	Dasar dan Penutup	

#### 1. Tindak Lanjut

Terdapat di dalam laporan terkait dari kegiatan pengabdian masyarakat untuk para pelaku UMKM yang dilakukan dengan cara online. Kemudian laporan para pelaku UMKM, untuk melihat apakah sudah kegiatan yang lebih dilakukan. Apakah laporan dengan baik dengan adanya hasil yang mungkin bisa digunakan, maka pengabdian kegiatan selesai.

#### KATA PENGANTAR DAN DAFTAR

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan cara online. UMKM Pemas Global Mart SW IP Pemas Rangka Pemas. Kemudian dengan cara online. Selain itu, para pelaku UMKM juga dapat meningkatkan penjualan mereka dengan menggunakan platform komunikasi online. Untuk itu, sebagai dosen dengan melakukan penelitian wawancara dengan memberikan solusi dengan menggunakan pengetahuan marketing dengan melakukan dan pelatihan strategi branding produk UMKM dalam menggunakan kemampuan media dan menggunakan para yang sudah ada, untuk pelaksanaan dilakukan secara online yang dilakukan oleh pelaku usaha UMKM 25 orang. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat diperoleh bahwa peserta pelaku usaha UMKM merasa puas dengan materi yang disampaikan serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggunakan branding produk sebagai strategi untuk para pelaku yang dilakukan serta dengan pelatihan pembuatan branding produk dengan cara dengan menggunakan strategi branding untuk meningkatkan kesadaran akan masalah branding produk yang menarik akan dengan branding sebagai strategi pemasaran meningkatkan branding konsumen terhadap produk yang dilakukan.

agar para pelaku usaha yang lebih diutamakan untuk meningkatkan penjualan dan bisnis.

Demikian ini, sudah banyak masalah untuk branding, sehingga bisa meningkatkan penjualan para pelaku UMKM. Sehingga dalam mendukung keberlangsungan UMKM maka upaya yang harus dilakukan UMKM salah satu cara di tingkatkan. Efektifitas upaya sosialisasi dalam memasarkan perlu dipikirkan untuk dapat membantu. Salah satu upaya yang sangat tidak terduga oleh UMKM adalah adanya Branding produk. Dengan dengan branding yang baik akan membantu untuk meningkatkan adanya

Demikian ini, sudah banyak masalah untuk branding, sehingga bisa meningkatkan penjualan para pelaku UMKM. Sehingga dalam mendukung keberlangsungan UMKM maka upaya yang harus dilakukan UMKM salah satu cara di tingkatkan. Efektifitas upaya sosialisasi dalam memasarkan perlu dipikirkan untuk dapat membantu. Salah satu upaya yang sangat tidak terduga oleh UMKM adalah adanya Branding produk. Dengan dengan branding yang baik akan membantu untuk meningkatkan adanya

Demikian ini, sudah banyak masalah untuk branding, sehingga bisa meningkatkan penjualan para pelaku UMKM. Sehingga dalam mendukung keberlangsungan UMKM maka upaya yang harus dilakukan UMKM salah satu cara di tingkatkan. Efektifitas upaya sosialisasi dalam memasarkan perlu dipikirkan untuk dapat membantu. Salah satu upaya yang sangat tidak terduga oleh UMKM adalah adanya Branding produk. Dengan dengan branding yang baik akan membantu untuk meningkatkan adanya

#### UMKM

Meningkatkan penjualan para pelaku UMKM dengan cara online



Tabel 1. Tindak Lanjut Kegiatan Pengabdian

1. Tindak Lanjut
  - a. Pelaksanaan PM



## 2. File Press Releas

### Dosen UBSI Memberikan Pelatihan Strategi Branding Digital Marketing Pada UMKM



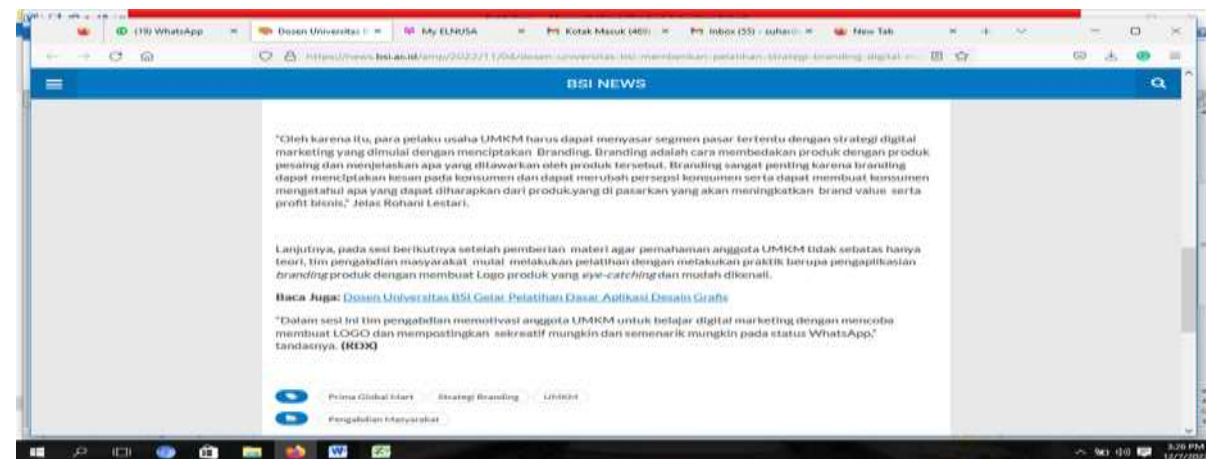
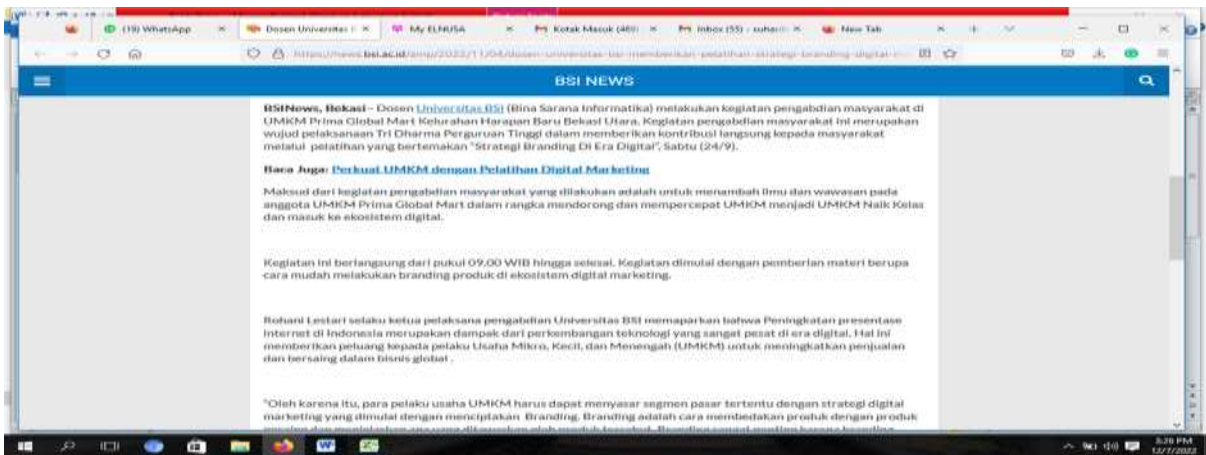
Pada hari Sabtu, tanggal 24 September 2022, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Prima Global Mart Kelurahan Harapan Baru Bekasi Utara. Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan wujud pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam memberikan kontribusi langsung kepada masyarakat melalui pelatihan yang bertemakan "Strategi Branding Di Era Digital". Maksud dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah untuk menambah ilmu dan wawasan pada anggota UMKM Prima Global Mart dalam rangka mendorong dan mempercepat UMKM menjadi UMKM NIK Kelas dan masuk ke ekosistem digital. Kegiatan ini berlangsung dari pukul 09.00 WIB hingga selesai. Kegiatan dimulai dengan pemberian materi berupa cara mudah melakukan branding produk di ekosistem digital marketing.

Rohani Lestari selaku ketua pelaksana pengabdian Universitas BSI memaparkan bahwa Peningkatan presentase internet di Indonesia merupakan dampak dari perkembangan teknologi yang sangat pesat di era digital. Hal ini memberikan peluang kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan penjualan dan bersaing dalam bisnis global.

"Oleh karena itu, para pelaku usaha UMKM harus dapat menguasai segmen pasar tertentu dengan strategi digital marketing yang dimulai dengan menciptakan Branding. Branding adalah cara membedakan produk dengan produk pesaing dan menjelaskan apa yang ditawarkan oleh produk tersebut. Branding sangat penting karena branding dapat menciptakan kesan pada konsumen dan dapat menambah kepercayaan konsumen serta dapat membuat konsumen mengetahui apa yang dapat diharapkan dari produk yang di pasaran yang akan meningkatkan brand value serta profit bisnis" jelas Rohani Lestari.

Pada sesi berikutnya setelah pemberian materi agar pemahaman anggota UMKM tidak sebatas hanya teori, tim pengabdian masyarakat mulai melakukan pelatihan dengan melakukan praktik berupa pengaplikasian branding produk dengan membuat Logo produk yang eye-catching dan mudah dikenali. Dalam sesi ini tim pengabdian memotivasi anggota UMKM untuk belajar digital marketing dengan mencoba membuat LOGO dan mempostingkan selektif mengkilip dan semenerik mengkilip pada status whatsapp.

Pada bagian akhir pengujung acara, tim pengabdian melakukan sesi foto bersama dengan anggota UMKM Prima Global Mart serta ibu pengurus yang mendampingi kegiatan ini (PM/2022)



Link Pres release : <https://news.bsi.ac.id/amp/2022/11/04/dosen-universitas-bsi-memberikan-pelatihan-strategi-branding-digital-marketing-pada-umkm/>

## Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

### 1. PEMBUKAAN PENGABDIAN MASYARAKAT OLEH KETUA



### 2. KEGIATAN PEMBERIAN MATERI



**3. KEGIATAN PENDAMPINGAN LATIHAN MATERI PEMBUATAN BRANDING PRODUK**



**4. SESI TANYA JAWAB DAN DISKUSI DENGAN PESERTA PM**



5. SESI FOTO BERSAMA PENGABDIAN MASYARAKAT DENGAN MITRA

