



---

## Pelatihan Dan Pendampingan Strategi Branding Marketing Pada UMKM Di Desa Pasir Panjang

### *Training and Assistance on Branding Marketing Strategies for MSMEs In Pasir Panjang Village*

Trissiyana<sup>1\*</sup>; Trisniati<sup>2</sup>; & Mey Halla Elyvia<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Antakusuma, Pangkalan Bun  
[Meyhallaelyvia@gmail.com](mailto:Meyhallaelyvia@gmail.com)<sup>3</sup>

---

#### Article History:

Received: 30 Februari 2024

Revised: 30 Maret 2024

Accepted: 30 April 2024

#### Keywords:

*MSME Assistance, Branding  
Marketing, and  
Digital Marketing*

**Abstract:** *The community service carried out by the author aims to train MSME players in practicing branding marketing strategies to increase innovation and sales turnover of business products. The method used is that apart from providing training and mentoring, monitoring and evaluation of activities are also carried out. Its function is to see business development after community service activities are carried out. The results of this community service activity are in the form of understanding and knowledge of MSME actors in implementing digital marketing concepts that focus on product branding. In the process, MSME players will practice directly in determining the branding of their business products, then to get maximum results, this activity will carry out an evaluation regarding the progress of the MSME business after receiving assistance.*

---

#### Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh penulis bertujuan untuk melatih para pelaku UMKM dalam mempraktikkan strategi branding marketing guna meningkatkan inovasi dan omzet penjualan produk usaha. Metode yang digunakan adalah selain memberikan pelatihan serta pendampingan maka yang dilakukan juga adanya monitoring dan evaluasi kegiatan. Fungsinya adalah untuk melihat perkembangan usaha setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah berupa pemahaman serta pengetahuan para pelaku UMKM dalam menerapkan konsep digital marketing yang fokus pada branding produk. Dalam prosesnya para pelaku UMKM akan praktik secara langsung dalam menentukan branding produk usaha yang dimiliki kemudian untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka kegiatan ini akan dilakukan evaluasi mengenai kemajuan usaha UMKM setelah mendapatkan pendampingan.

**Kata Kunci:** Pendampingan UMKM, Branding Marketing, dan Digital Marketing

---

Received Februari 30, 2024; Revised Maret 30, 2024; Accepted April 30, 2024

[\\*Meyhallaelyvia@gmail.com](mailto:Meyhallaelyvia@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat, hal ini disebabkan oleh meningkatnya pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan data katadata.co.id tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh sebesar 12,6% (107,2 juta pengguna) dibandingkan pada tahun 2018. Peningkatan ini juga sebanding dengan data yang telah dikeluarkan oleh BPS Pusat tahun 2020, dimana pada tahun 2019 terdapat 63,53% penduduk Indonesia yang menggunakan telepon seluler. Hal ini juga mempengaruhi pertumbuhan kepemilikan komputer mencapai angka 18,78% dan kepemilikan akses internet rumah tangga sebesar 73,75%.

Dengan kemudahan yang didapat dari penggunaan internet, hal ini juga berdampak positif pada perkembangan UMKM di Indonesia. Menurut Baltzan (2017), mengatakan bahwa meningkatnya kebutuhan akan internet berdampak pada berkembangnya ekonomi digital atau Ecommerce, dimana perusahaan dapat memindahkan operasi bisnis menjadi online (digital). Dengan adanya kemudahan bisnis yang dapat dilakukan secara digital diharapkan membawa dampak yang positif bagi UMKM di Indonesia karena kemudahan yang telah disediakan oleh jaringan internet.

Perkembangan ekonomi digital juga merambah Kabupaten Kotawaringin Barat khususnya UMKM yang berada di Desa Pasir Panjang. Akan tetapi berdasarkan fenomena di lapangan ditemukan bahwa masih banyak masyarakat yang mengalami kendala dalam melakukan kegiatan bisnis secara digital, seperti kurang maksimal dalam melakukan promosi produk, kualitas produk belum maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan, kurangnya pengetahuan mengenai perencanaan bisnis dan masih banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki branding pada produk yang telah mereka pasarkan.

Para pelaku usaha kuliner UMKM yang berada di Desa Pasir Panjang, memerlukan strategi dalam memasarkan produk kuliner yang mereka miliki supaya hasil penjualan dapat meningkat secara maksimal. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukanlah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk memberikan Pelatihan dan Pendampingan Strategi Branding Kepada UMKM di Desa Pasir Panjang.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dimulai pada tanggal 2 September 2022. Lokasinya berada di Aula Kantor Desa Pasir Panjang Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat. Peserta dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah pelaku usaha UMKM dan mahasiswa yang sedang melaksanakan KKN di Desa Pasir Panjang Kecamatan Arut Selatan Kabupaten Kotawaringin Barat.

Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian disusun dalam bentuk bagan supaya hasil kegiatan dapat mencapai target secara efektif dan efisien. Berikut bagan tahapan kegiatannya;

Bagan 1  
Tahap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



## HASIL

Para pemilik UMKM yang berada di Desa Pasir Panjang berjumlah 20 orang dimana fokus usahanya adalah bergerak dibidang kuliner serta kerajinan tangan seperti Kue Bingka, Madu kelulut, Nasi Lemang dan kerajinan dari anyaman rotan, bambu serta purun. Dalam kegiatan pelatihan ini materi yang diberikan berkaitan dengan strategi branding produk, perencanaan usaha serta digitalisasi marketing.

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah berupa pemahaman serta pengetahuan para pelaku UMKM dalam menerapkan konsep digital marketing yang fokus pada branding produk. Dalam prosesnya para pelaku UMKM akan praktik secara langsung dalam menentukan branding produk usaha yang dimiliki kemudian untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka kegiatan ini akan dilakukan evaluasi mengenai kemajuan usaha UMKM setelah mendapatkan pendampingan.

## DISKUSI

Pendampingan dapat dipahami sebagai proses kegiatan untuk pembelajaran bersama kelompok yang berawal dari kebutuhan, dan potensi mereka atas dasar adanya interaksi dari, oleh, dan untuk memenuhi kebutuhan serta mencapaa tujuan bersama (Purwadarminta, 2000).

4

Siswanti dkk (2016), menambahkan bahwa Kegiatan Pendampingan juga lebih menitik beratkan pada upaya peningkatan pengetahuan bagi masyarakat. hal tersebut yang dilakukan oleh penulis pada Program Pengabdian Kepada Masyarakat kepada para pelaku UMKM yang berada Di Desa Pasir Panjang, Kabupaten Kotawaringin Barat. Berikut merupakan foto dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sudah dilakukan, yaitu:

Gambar 1  
Narasumber Pada Pelatihan Branding Usaha UMKM



Sumber: Data Primer, 2022

Gambar 2  
Peserta Pada Pelatihan Branding Usaha UMKM



Sumber: Data Primer, 2022

Para pelaku UMKM diberikan pengetahuan berupa pembelajaran untuk meningkatkan kemampuan dalam melakukan bisnis baik secara langsung maupun secara digital melalui strategi branding usaha UMKM. Beberapa bentuk keberhasilan dari kegiatan ini adalah para pelaku usaha telah memahami mengenai konsep serta mampu menerapkan strategi branding dalam usahanya dengan baik. Hal ini berdampak pada meningkatnya omzet penjualan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM di Desa Pasir Panjang maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ini dapat berjalan dengan baik sesuai dengan target sasaran serta para pelaku UMKM juga mendapatkan pengetahuan dalam melakukan branding pada produk yang dimiliki sehingga hal ini memiliki dampak positif dimana setelah dipraktikkan maka omzet penjualan menjadi naik dan semua produk UMKM memiliki branding serta label pada produknya.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terimakasih penulis sampaikan kepada para pelaku UMKM yang berada di Desa Pasir Panjang kabupaten Kotawaringin Barat dan Mahasiswa Universitas Antakusuma atas partisipasinya pada kegiatan pelatihan dan pendampingan strategi branding marketing pada UMKM.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Badan Pusat Statistik (Sub Direktorat Statistik Komunikasi Dan teknologi Informasi). 2020. Statistik Telekomunikasi Indonesia 2019. Badan Pusat Statistik. Jakarta
- Baltzan, P. 2017. Business Driven Technology 7th Edition (7th ed.). McGraw Hill. New York  
<https://doi.org/10.15713/ins.mmj.3>
- Katadata.co.id. 2019. Berapa Pengguna Internet Di Indonesia?.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Purwadarminta. 2000. Model Pembelajaran Pendampingan. BPPLSP Jayagiri. Lembang
- Siswanti, A.D., Muadi, S & Chawa, A.F. 2016. Peran Pendampingan Dalam Program Pemberdayaan Masyarakat (Studi Pada Program Pendampingan Keluarga Balita Gizi Buruk di Kecamatan Semampir Kota Surabaya). Wacana. Volume 19. Nomor 3