

Penguatan Pemahaman Strategi *Branding* Kepada Karyawan Umkm Ticto Shop di Pondok Aren Tangerang Selatan

Kiki Dwi Wijayanti¹, Amirudin², Nurlingga Setya Dewi³

^{1,2,3}Universitas Pamulang

E-mail: dosen02247@unpam.ac.id

Diterima: 13 Juli 2023 | Direvisi: 8 Agustus 2023 | Disetujui: 15 Agustus 2023

Abstract

This community service activity aims to strengthen understanding of branding strategies for Tictok shop UKM employees in Pondok Aren, South Tangerang, in order to develop the local economy through MSMEs. The activity method used is joint discussion with the participants as well as the counseling method to provide information/information to the parties participating in this activity, so they can know and understand what is conveyed. The results of the activity show that prior to the implementation of this Community Service, that there were still many participants who did not understand what a good branding and brand identity strategy in business was like. However, with this community service activity, the participants began to understand what branding strategy and brand identity are in a business. This is clearly seen from the results of the pretest and posttest as well as the simulations carried out during the activity.

Keywords: PKM; Leadership; UMKM

Abstrak

Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan Penguatan Pemahaman Strategi Branding Kepada Karyawan Umk Tictok Shop Di Pondok Aren Tangerang Selatan dalam rangka mengembangkan ekonomi local melalui UMKM. Metode kegiatan yang digunakan adalah berdiskusi bersama kepada para peserta serta Metode penyuluhan untuk memberi penerangan/informasi kepada pihak-pihak yang turut dalam kegiatan ini, sehingga dapat mengetahui dan memahami hal yang disampaikan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, bahwa masih banyak peserta yang belum memahami *strategy branding dan brand identity* yang baik didalam bisnis itu seperti apa. Namun dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini peserta mulai memahami apa itu *strategy branding dan brand identity* didalam usaha/bisnis. Hal ini jelas terlihat dari hasil pretest dan post test serta simulasi yang dilakukan pada saat kegiatan berlangsung.

Kata Kunci: PKM; Leadership; UMKM

1. PENDAHULUAN

Salah satu penopang terbesar perekonomian Indonesia adalah UMKM, UMKM mempunyai peluang pasar yang besar karena selalu ada pasar bagi produksi barang maupun jasa, mengingat UMKM merupakan penghasil barang dan jasa khususnya bagi masyarakat golongan menengah kebawah dengan daya beli yang rendah. Salah satu bentuk kegiatan yang bisa dioptimalkan oleh pelaku UMKM ialah dengan melakukan pemasaran dan penjualan dalam bentuk digital, atau penggunaan media sosial. Kegiatan perekonomian dengan memanfaatkan media sosial membutuhkan bentuk pemasaran yang berbeda dengan bentuk pemasaran yang dilakukan secara langsung. Dalam kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial, membutuhkan kegiatan *branding* sebagai pendukung dalam kegiatan pemasaran di ranah media sosial. *Branding* menurut Kotler (2009) adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan dan kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual untuk mengidentifikasinya dan membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Adanya kegiatan strategi *branding* merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memberikan sebuah pembaharuan terkait tata cara promosi dari suatu perusahaan/bisnis yang dilakukan dengan cara yang baru, yang kemudian bisa dikatakan berbeda dari tata cara

sebelumnya. Terlebih dengan penggunaan media sosial sebagai media pemasaran dan penjualan yang memungkinkan segala bentuk kegiatan strategi *branding* dapat dilakukan. TictocShop official merupakan salah satu bisnis online yang menjual pakaian dengan cara online diberbagai media social. Didalam bisnis atau usaha bukan hanya sekedar produk yang berkualitas, pelayanan yang memuaskan serta adanya layanan after sales yang membuat konsumen betah belanja. Namun, dengan melakukan analisis kompetitor para pengusaha dapat memaksimalkan penjualan. Dari permasalahan tersebut untuk menciptakan diferensiasi atau keunikan tictocshop official yang berberalamat di Pondok Betung Pondok Aren Tangerang Selatan ini dari bisnis para pesaing. Dengan menciptakan perbedaan, bisnis yang dikelola akan semakin mudah diingat karena memiliki keunikan, maka dalam Kegiatan ini materi yang diberikan pengenalan sekaligus penguatan tentang pemahaman strategi branding ini, menitikberatkan pada *brand identity* sebagai bagian dari strategi *branding*.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama 2 (dua) hari dimulai dari tanggal 11 dan 12 Maret 2023 bertempat di Jl. Masjid Al-Ikhlas no.18 Pondok Betung, Pondok aren, Tangerang Selatan. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah metode penyuluhan yang merupakan proses/cara untuk memberi penerangan/informasi kepada pihak lain sehingga dapat mengetahui dan memahami hal yang disampaikan. Pelaksanaan kegiatan ini meliputi 3 (tiga) tahapan, yaitu:

- a. Pelatihan dan pemahaman kepada karyawan dan pemilik UMKM tentang strategi branding yang melekat dalam sebuah organisasi berperan penting untuk mendorong dan meningkatkan penjualan dari UMKM baik dalam jangka pendek maupun untuk jangka panjang.
- b. Memberikan pengertian mengenai pentingnya penerapan *strategi branding dan brand identity* didalam suatu bisnis untuk dapat mempengaruhi kemajuan serta perkembangan bisnis suatu UMKM.
- c. Melakukan simulasi, para peserta melakukan kegiatan simulasi perancangan elemen elemen dari *brand identity* yang akan diterapkan di produk UMKM nya. Simulasi perancangan elemen-elemen *brand identity* yang dilakukan oleh para peserta PkM terdiri dari perancangan nama brand, logo, tagline, maupun menghadirkan kisah dari lahirnya produk UMKM tersebut.
- d. Penilaian, Tahap ini dilakukan untuk memastikan apakah kegiatan pelatihan dan penyuluhan tentang strategy branding sudah dipahami oleh peserta pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM TicToc Shop Official Kota Tangerang Selatan, yang dilaksanakan dalam kurun waktu dua hari telah berjalan dengan lancar, dan mendapat sambutan hangat dari peserta yaitu karyawan serta pemilik usaha TictocShop Official. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, bahwa masih banyak peserta yang belum memahami apa itu strategi branding, namun setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan peserta kegiatan PKM ini sudah dapat memahami *strategy branding dan brand identity* itu apa dan tau bagaimana menciptakan *branding* yang baik didalam sebuah bisnis, ini terlihat dari hasil post test dan hasil simulasi perancangan elemen elemen *brand identity yang* terdiri dari perancangan nama brand, logo, tagline, yang dilakukan para peserta kegiatan. Diharapkan dengan adanya kegiatan PKM ini dapat meningkatkan kemampuan pebisnis maupun karyawan yang ada didalamnya untuk melakukan *Up Skill*. Dengan mengikuti pelatihan UMKM ini pula, pengusaha bisa mendapatkan gambaran mengenai topik pelatihan usaha yang

diikuti. Dari situ, pengusaha bisa menambah wawasan baru dan bisa meminimalisir kemungkinan buruk yang terjadi, seperti salah mengambil langkah dalam menentukan keputusan dan mengakibatkan kerugian serta meningkatkan kemungkinan untuk bersaing dengan kompetitor. Pengusaha maupun karyawan mendapatkan ilmu dan tips yang berguna untuk meningkatkan keterampilan, wawasan, sikap, dan perilaku baru ke dalam bisnis agar bisa meningkatkan kualitas bisnisnya.

4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM TicToc Shop Official Kota Tangerang Selatan, yang dilaksanakan dalam kurun waktu dua hari telah berjalan dengan lancar, dan mendapat sambutan hangat dari peserta yaitu karyawan serta pemilik usaha TictocShop Official. Aktivitas ini ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada peserta pelatihan tentang pengelolaan manajemen SDM yang lebih profesional yang bertujuan meningkatkan UMKM. Dengan pembekalan pelatihan dan pengembangan ini, maka pelaku usaha dan karyawannya akan lebih sejahtera karena akan semakin terbukanya peluang-peluang usaha untuk lebih maju kedepannya. Kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam Pengabdian Kepada Warga RT.01/04 Kav. Serpong Tangsel ini diantaranya memberikan pelatihan pemahaman, memberikan pengertian mengenai pentingnya penerapan strategy branding, simulasi dan penilaian hasil kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmadi, D., Juanda, A., & Susanto, N. (2023). Peningkatan Manajemen Usaha Bagi Koperasi Pengurus dan Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 48-51. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/30292>
- Liawati, L., Putri, A., & Yusuf, A. (2023). Strategi Digital Marketing yang dapat di Terapkan untuk Bisnis Kecil Pada Anggota Komunitas Senam Nusantara (Ksn) Kecamatan Setu Kabupaten Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1-5. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/30219>
- Munarsih, M., Zakaria, Z., & Purnama, A. (2023). Menumbuhkan Minat Jiwa Wirausaha melalui Digital Marketing pada Santri Pondok Pesantren Mathla'ul Hidayah di Kp. Cibulut Desa Cibogo Kecamatan Cisauk-Tangerang Banten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 25-31. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/30283>
- Mutawali, M., Kamsidik, K., & Gunarda, G. (2023). Peluang Santri menjadi Milliader Ala Syariah di Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 6-13. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/30225>
- Septian, Y., Suhendar, H., & Pratama, G. (2023). Menumbuhkan Rasa Gotong Royong dan Interaksi Sosial Untuk Mengembangkan Umkm Desa Cibogo Kecamatan Cisauk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 71-77. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/30456>
- Suryani, N., Guruh, M., & Hadi, R. (2023). Pengembangan Usaha Mandiri dan Pengembangan Usaha Mandiri dan Peningkatan Pemasaran Pada Pengerajin Kesenikan Karakter di Pemuda Ponpes Mathla'ul Hidayah Cisauk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM): Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 36-39. Retrieved from <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/KMM/article/view/30287>