



Article info : *Received*: Des. 2023 ; *Revised* : Januari 2024 ; *Accepted*: Februari 2024

Edukasi Pemasaran dan *Branding* Guna Meningkatkan Skill Kewirausahaan Pada Anggota Sekolah Pencetak Wirausaha

Vera Mariani Saiful¹; Rifa Miftahul Janah²; Fajri Alfisyahri Ali³; Azzahra Balkis⁴; Sugiyanto⁵; Yayan Sudaryana⁶

¹⁻⁶ Universitas Pamulang, Email : veramariani.vm@gmail.com¹, rifamiftahul@gmail.com², fajriali22@gmail.com³, azzahrabalkis09@gmail.com⁴

Abstrak. Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dalam sebuah penjualan. Dalam dunia pemasaran, seorang pemasar harus bisa melihat perkembangan zaman dan memasarkan produknya sesuai dengan tren yang sedang terjadi dimasyarakat. Hal tersebut tentu saja dilakukan agar produk yang dipasarkan bisa diterima oleh masyarakat dan seorang pemasar tidak kalah oleh para pesaing lainnya. Seiring bertumbuh dan pesatnya perkembangan teknologi, seorang pemasar harus memiliki skill kewirausahaan yang baik. Pengabdian ini berjudul edukasi pemasaran dan branding guna meningkatkan skill kewirausahaan guna membangun UMKM. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan ataupun wawasan kepada siswa dan siswi SMKN 1 Pacet Cianjur tentang bagaimana meningkatkan skill seorang wirausaha untuk membangun UMKM. Seperti diketahui sebelumnya, SMKN 1 Pacet Cianjur sudah memiliki produk makanan yang mereka jual. Dengan diadakannya kegiatan ini, diharapkan dapat memberikan edukasi skill kewirausahaan kepada UMKM binaan SMKN 1 Pacet Cianjur. Metode yang digunakan yaitu penyampaian materi secara langsung oleh narasumber anggota Sekolah Pencetak Wirausaha binaan SMKN 1 Pacet Cianjur serta diskusi mengenai manajemen pemasaran dan skill seorang wirausaha untuk membangun UMKM.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran, Merek, Pemasaran Digital, UMKM

Abstract. Marketing is a very important thing in sales. In the world of marketing, a marketer must be able to see current developments and market his products according to current trends in society. This is of course done so that the product being marketed can be accepted by the public and a marketer is not inferior to other competitors. As technology grows and develops rapidly, a marketer must have good entrepreneurial skills. This service is entitled marketing and branding education in improving entrepreneurial skills to build UMKM. The general aim of this community service activity is to provide knowledge or insight to students of SMKN 1 Pacet Cianjur about how to improve the skills of an entrepreneur to build UMKM. As previously known, SMKN 1 Pacet Cianjur already has food products that they sell. By holding this activity, it is hoped that it can provide entrepreneurial skills education to UMKM assisted by SMKN 1 Pacet Cianjur. The method used is direct delivery of material by resource persons who are members of the Entrepreneurial

Printing School under the guidance of SMKN 1 Pacet Cianjur as well as discussions regarding marketing management and the skills of an entrepreneur to build UMKM.

Keywords : Branding, Digital Marketing, Entrepreneurship, Marketing Management, UMKM

PENDAHULUAN

Teknologi, khususnya internet, tentu saja sangat membantu para pegiat bisnis dan pengusaha dalam berbagai hal, salah satunya dengan melakukan branding dan mempublikasikan produk yang mereka miliki. Kepemimpinan secara tidak langsung mempunyai kemampuan mengambil keputusan yang menentukan apakah suatu organisasi akan maju atau malah mundur (Variza Aditiya, Refdi Saidina Ali, 2022). Pemasaran merupakan salah satu usaha perusahaan dan kewirausahaan yang sangat krusial.

"Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana seorang individu atau kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai," begitulah definisi pemasaran. Hubungan yang damai, dinamis, dan saling menguntungkan dengan masyarakat sekitar sangat penting bagi perkembangan suatu organisasi (H. Hildawati, 2020). Menentukan keinginan, preferensi, dan evaluasi pasar sasaran dan memodifikasi tindakan organisasi untuk memuaskan mereka dengan cara yang lebih efektif dan efisien adalah fokus manajemen pemasaran." (Armstrong & Kotler, 2013).

Keterbatasan industri besar lokal seringkali menyulitkan sekolah kejuruan untuk mengembangkan kemitraan yang konsisten dan harmonis dengan industri. Oleh karena itu, sekolah juga didorong untuk memanfaatkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai mitra, dibandingkan hanya mengandalkan korporasi besar. Program intensif Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digalakkan pemerintah disambut baik oleh seluruh masyarakat Indonesia dan diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian rumah tangga negara. Pemerintah Indonesia telah melaksanakan berbagai program pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan peran UMKM dalam perekonomian. Berbagai program pemberdayaan dilaksanakan agar UMKM dapat mengakses sumber daya keuangan, meningkatkan sumber daya manusia dan keterampilan teknis, mengembangkan usahanya, dan memperluas jaringan pemasarannya.

Kerja sama antara SMK dengan UMKM hendaknya terus disesuaikan dengan keterampilan yang ada di masing-masing sekolah, sehingga kemitraan yang terjalin dapat tetap konsisten antara keterampilan yang diajarkan dengan kebutuhan UMKM itu sendiri. Sekolah harus terus menjalin kemitraan dengan perusahaan industri besar untuk memastikan siswa memperoleh pengalaman industri, namun berhati-hatilah untuk tidak memaksakan kemitraan yang dikembangkan menjadi lengkap. Sekolah memerlukan wawasan tentang apa yang dapat mereka lakukan dalam kolaborasi dengan industri besar ini.

Pengabdian ini ditujukan kepada UMKM binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur yang memiliki softskill di bidang kewirausahaan dan menjual berbagai produk. Namun jika branding tidak dirancang dengan baik maka akan berdampak pada penjualan dan keberlangsungan usaha yang dijalankan. Dimulai dari sekolah kejuruan, yaitu sekolah menengah yang pendidikannya bertumpu pada keterampilan dan kemampuan siswa. Pengabdian ini membantu UMKM anggota binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur untuk selalu mengikuti perkembangan terkini, khususnya untuk mulai berwirausaha dalam pengembangan produk, meningkatkan keterampilan manajemen kewirausahaan modern,

arus informasi dan komunikasi. Sekolah SMK Negeri 1 Pacet Cianjur sendiri memiliki berbagai fasilitas untuk mendukung anggota UMKM dalam menunjang kebutuhan para anggotanya.

Pelatihan atau workshop ini bertujuan untuk membekali anggota UMKM dengan kemampuan mengembangkan produk usaha serta menguasai sistem dan alat pemasaran bisnis khususnya branding produk dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini sejalan dengan visi misi SMK Negeri 1 Pacet Cianjur yaitu untuk menjadi pusat pengembangan profesi di bidang agrowisata dan teknologi serta sekolah pelatihan profesi yang menghasilkan lulusan berakhlak mulia dan berkualifikasi internasional.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Dalam pengabdian masyarakat pada anggota Sekolah Pencetak Wirausaha binaan SMK Negeri 1 Pacet Cianjur melalui 3 tahapan, yaitu 1) tahap perencanaan dan persiapan 2) tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat 3) tahap evaluasi dan pelaporan pengabdian kepada masyarakat.

1. Tahap Perencanaan dan Persiapan

Tahap pertama ini adalah tahap perencanaan dan persiapan yang berfokus pada penyiapan segala perlengkapan yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan ini, Seperti melakukan survey. Pada tahap ini dilakukan survei lokasi di SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, mengenai UMKM Sekolah Pencetak Wirausaha. Selanjutnya observasi, Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan. Lalu rapat koordinasi Tim, Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan.

Berdasarkan permasalahan yang terkumpul dari hasil penelitian, kami tertarik dengan pemasaran yang dilakukan oleh para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur untuk meningkatkan penjualan. Dalam Pemasaran tentunya dibutuhkan skill branding yang baik, oleh karena itu kami mengambil tema branding selain pemasaran untuk meningkatkan skill kewirausahaan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur.

2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada tahap ini, kami melakukan koordinasi secara intensif dengan anggota (tim) untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat berjalan lancar. Mulai dari materi penyuluhan terkait edukasi pemasaran dan branding dalam meningkatkan skill kewirausahaan pada anggota sekolah pencetak wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, pemateri/narasumber yaitu mahasiswa magister manajemen UNPAM Vera Mariani Saiful, konsumsi berupa snack dan makan siang untuk para anggota yang hadir, yang sebelumnya sudah mengisi daftar hadir dan perlengkapan lain seperti souvenir untuk peserta yang hadir dan yang berani bertanya. Diawali dengan sambutan Kepala Sekolah, Wakil Rektor UNPAM, Ketua Pembina Sekolah Pencetak Wirausaha, dan Ketua Pelaksana PKM. Kemudian mulai memberikan materi terkait edukasi pemasaran dan branding dalam meningkatkan skill kewirausahaan. Dan diberikan kesempatan kepada anggota Sekolah Pencetak Wirausaha yang hadir untuk bertanya terkait materi yang diberikan.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus.

Adapun Tempat, Sasaran dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat Kegiatan : SMK Negeri 1 Pacet Cianjur
Sasaran Kegiatan : Anggota UMKM Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW)
Hari/Tanggal : Kamis, 1 Februari 2024
Jam 13.00 s/d 16.00 WIB

HASIL DAN DISKUSI

Pelaku bisnis memerlukan strategi pemasaran yang efektif karena persaingan pasar yang semakin ketat dan kemajuan teknologi, dinamika pemasaran, tren baru, manajemen hubungan pelanggan, dan layanan pelanggan membawa perubahan dalam lingkungan bisnis dan pasar. Artinya pemasaran digital harus menjadi bagian penting dalam kampanye pemasaran setiap perusahaan, terutama yang baru. Meskipun banyak strategi pemasaran digital yang dimodifikasi oleh berbagai perusahaan untuk melayani pelanggannya, keberadaan strategi tersebut tidak menjamin keberhasilan perusahaan (Rajesham & Singh, 2019). Menurut Rajesham & Singh (2019), saluran pemasaran online sering kali tidak dikelola dengan baik, diabaikan, atau ditindaklanjuti dengan buruk.



Gambar 1. Foto Bersama Peserta Kegiatan PKM

Saat mendirikan bisnis UMKM, pelaku usaha harus menentukan terlebih dahulu nama dan lambang bisnis UMKM yang dilakukan. Suatu nama atau lambang berfungsi sebagai identitas suatu perusahaan dan membedakannya dengan pesaing lainnya. Begitu pula untuk produk UMKM, *branding* produknya diidentifikasi terlebih dahulu. *Branding* dapat menciptakan nilai di benak konsumen. Jika brand yang kita miliki bermakna, mudah diingat,

dan disajikan dengan baik kepada masyarakat, maka brand produk kita akan dikenal banyak orang.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertajuk “Edukasi Pemasaran dan Branding Guna Meningkatkan Skill Kewirausahaan anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur” dilakukan dalam bentuk sosialisasi tatap muka. Dengan pembahasan dan kesimpulan disertai tanya jawab. Pada 1 Februari 2024 akan diselenggarakan kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) di wilayah tersebut. Pengabdian kepada masyarakat ini dijalankan oleh tim pimpinan yang terdiri dari civitas akademika Universitas Pamulang yang terlibat dalam peran pemangku kepentingan, pihak sekolah dan anggota organisasi.



Gambar 2. Peserta Kegiatan PKM

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu anggota Sekolah Pencetak Wirausaha melalui workshop dan sosialisasi serta pelatihan berupa penjelasan tujuan manajemen pemasaran dalam upaya meningkatkan skill kewirausahaan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan di SMK Negeri 1 Pacet Cianjur pada bulan Februari 2024. Pengabdian ini akan diikuti oleh seluruh mahasiswa Magister Manajemen Kelas ME004 serta dibimbing oleh dosen pascasarjana dari Universitas Pamulang dengan mengikut sertakan peran instansi terkait.



Gambar 3. Pemaparan Materi Oleh Mahasiswi Magister Manajemen Universitas Pamulang

Kegiatan pengabdian diberikan dengan cara memberikan materi berupa pemasaran, branding, digital marketing, social media marketing, email marketing, content marketing serta KOL marketing. Tujuan pemaparan materi ini guna meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Kegiatan marketing yang baik dapat membangun, meningkatkan, dan mempertahankan reputasi suatu bisnis secara online, pada semua platform digital. Dengan semakin mudahnya akses internet saat ini, jumlah pengguna internet pun semakin meningkat setiap harinya.



Gambar 4. Produk UMKM yang di Kelola Anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur

Kegiatan dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pemaparan konsep, dilanjutkan dengan pembahasan konsep yang disajikan. Para peserta antusias mengikuti kegiatan, terlihat dari sesi tanya jawab mengenai materi yang dibagikan. Pertanyaan berkaitan dengan materi yang diberikan layanan dan permasalahan yang dihadapi peserta di lapangan.



Gambar 5. Tanya Jawab Peserta Kegiatan PKM

Sosialisasi yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mengenai pemasaran dan branding para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, serta dapat mengimplementasikan digital marketing guna meningkatkan penjualan UMKM yang telah dikelola oleh para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha (SPW) SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Selain itu sosialisasi edukasi pemasaran dan branding diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ada, khususnya pada permasalahan pemasaran.



Gambar 6. Penyerahan Plakat Dari Universitas Pamulang Kepada Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pacet Cianjur



Gambar 7. Foto Bersama Dosen Pemdamping, Mahasiswa Magister Manajemen dan Ketua Pembina Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur

KESIMPULAN

Penerapan strategi brand pada suatu bisnis atau perusahaan sangatlah penting untuk mendorong kemajuan bisnis dan dikenal masyarakat melalui nama brand. Beberapa peran penting sebuah merek adalah membentuk identitas perusahaan serta membentuk persepsi dan citranya di benak masyarakat. Usaha yang dibahas dalam penelitian ini adalah usaha mikro, kecil dan menengah yang sering disebut dengan UMKM. Masih banyak perusahaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang enggan melakukan branding pada perusahaan dan produknya.

Ada beberapa kendala yang membuat pelaku UMKM enggan menggunakan *Branding* dalam aktivitasnya. Yakni banyaknya dana untuk pengembangan *branding* dan kurangnya kesadaran terhadap pengembangan branding karena para pelaku UMKM hanya memikirkan produksi tanpa memperhatikan bisnis yang sudah ada. Setelah mengetahui beberapa peran penting brand, diharapkan hal ini dapat menjadi solusi untuk meningkatkan awareness para pelaku anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur dalam membangun brand. Selain itu, para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur juga dapat mempertimbangkan enam keputusan branding dalam membangun branding UMKM para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur. Para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur, melakukan strategi pemasaran melalui website yang berisikan produk-produk para anggota Sekolah Pencetak Wirausaha SMK Negeri 1 Pacet Cianjur.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G. & Kotler, P., (2013). Principles of Marketing (Fourteenth). Pearson Education Limited.
- E. Maznah Hijeriah, Variza Aditiya, R. A. (2022). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 6419–6429.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.6499>
- Fawaid, A. (2017). Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*.
- Hildawati, H. (2020). Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) Kelompok Nelayan Tuna Terhadap Program CSR PT Pertamina RU II Dumai. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, VI(2), 151–165. [https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(2\).5964](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(2).5964)
- Hildawati, H., & Suri, D. M. (2020). Potensi UEK-SP Kelurahan Rimba Sekampung Untuk Transformasi Menjadi Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Di Kota Dumai. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 24–42.
[https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6\(1\).4939](https://doi.org/10.25299/jiap.2020.vol6(1).4939)
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Lesmana, R., Sunardi, N., & Tumanggor, M. (2020). Pelatihan Manajemen dalam Meningkatkan Motivasi Siswa dan Guru SDN 84 Rejang Lebong. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., & Sunardi, N. (2022). Pemanfaatan Financial Technology dalam Pengelolaan Keuangan pada UMKM di Wilayah Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 67-77.

- Rajesham, CH & B Jail Singh (2019). An Effective CRM Model For Digital Marketing. International Journal of Commerce and Management Research, Volume 5; Issue 4; July 2019; Page No. 45-48
- Sánchez-Franco, M.J Villarejo-Ramos, A.F. (2008) Direct and Indirect Effects of Marketing Effort on Brand Awareness and Brand Image, The Journal of Brand Management, pp. 1-24.
- Sunardi, N., Hamsinah, H., Sarwani, S., Rusilowati, U., & Marjohan, M. (2020). Manajemen Pengelolaan Budidaya Ikan Laut (Sea Farming) Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kepulauan Seribu, DKI Jakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(2).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Umkm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2(1).
- Sunardi, N., Lesmana, R., Tumanggor, M., & Kadim, A. (2019). Implementasi Ilmu Manajemen dalam Mewujudkan Pembangunan Masjid Raya Abdul Kadim, Yayasan Ar-Rohim, Kab. Musi Banyuasin, Propinsi Sumatra Selatan. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 1(1).
- Variza aditiya, Refdi Saidina Ali, F. N. (2022). Fungsi Kepemimpinan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Dumai. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 2650–2662. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i3.6466>
- Yuristiadhi, G., & Sari, D. . (2017). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL*, 2(2), 31–41