



PENERAPAN *BRANDING PRODUCT* DALAM MENINGKATKAN PROMOSI PENJUALAN SELITAR DESA SINDANGLAUT KECAMATAN CARITA KABUPATEN PADEGLANG BANTEN

Endang Kustini ¹, Rini Dianti Fauzi ², Ria Rosalia Simangunsong ³

^{1,2,3}Universitas Pamulang

Email: dosen01518@unpam.ac.id, dosen000@unpam.ac.id, dosen0000 @unpam.ac.id

Kata kunci:	Abstrak
Brand product, Promosi, Penjualan	Produk yang bagus tanpa kekuatan dari brandnya dan strategi pemasaran yang efektif, akan sia-sia. Brand juga sering dianggap sebagai identitas dari produk itu sendiri. Kekuatan merek (Branding) tidak datang secara instan begitu saja tetapi pasti ada strategi branding yang membuat konsumen memiliki persepsi yang baik terkait produk UMKM sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Terlebih lagi pada kondisi saat ini yaitu berada di era digital. Produk yang bagus tanpa branding yang baik serta strategi pemasaran akan sia-sia, karena branding dapat menjadi media promosi kepada konsumen, branding yang memiliki ciri khas menjadi brain minded kepada customer. Ciri khas dapat berupa logo, desain kemasan, pewarnaan, serta tipografi Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelaksanaan PKM, Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindang laut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten , namun setelah pelaksanaan kegiatan diketahui para anggota Kegiatan PKM berperan positif dalam meningkatkan pengetahuan Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten dan mencari pemasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi anggota yang adalah Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek ayng memberikan edukasi Penerapan Branding Product Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan bagi Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten Target luaran yang akan dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten Artikel pengabdian yang dipublikasikan di Jurnal terakredatis. Artikel termuat di media massa / Surat kabar nasional.

Pendahuluan

Dalam menjalankan sebuah bisnis atau usaha tentunya membutuhkan peran pemasaran agar produk yang dijual dapat dikenal oleh masyarakat luas. Saat ini persaingan bisnis sangat ketat sehingga strategi pemasaran selalu digunakan oleh pengusaha agar dapat meraih keunggulan bersaing dari berbagai kompetitor yang potensial. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga dapat memajukan bisnis yang telah dibangun dan dapat meningkatkan keuntungan dari usaha tersebut. Kemajuan suatu bisnis dapat dipengaruhi oleh kesuksesan dalam hal memasarkan produk yang dijual. Dunia industri dan bisnis

berkembang dari waktu ke waktu dan melindas setiap elemen yang tidak siap dengan perubahan. Persaingan semakin ketat dan kompetitor semakin mempertajam ruang kompetisi dengan menghadirkan produk-produk yang mirip bahkan menyempurnakan yang sudah ada.

Salah satu faktor yang menentukan kesuksesan dalam kegiatan pemasaran yaitu kekuatan brand dari bisnis tersebut. Brand dapat disebut juga dengan merek. Pandangan visual mengatakan bahwa merek merupakan sebuah nama, istilah, simbol ataupun kombinasi dari elemen tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seorang atau beberapa penjual sekaligus untuk membedakannya dari barang atau jasa yang dimiliki pesaing (Kotler & Armstrong, 2016). Kekuatan merek (Branding) tidak datang secara instan begitu saja tetapi pasti ada strategi branding yang membuat konsumen memiliki persepsi yang baik terkait produk UMKM sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Terlebih lagi pada kondisi saat ini yaitu berada di era digital. Era digital adalah masa kemunculan teknologi seperti jaringan internet. Di era digital ini, pelaku usaha harus pandai membangun strategi branding yang baik dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Dengan adanya teknologi dapat memudahkan aktivitas manusia karena semuanya serba menggunakan internet. Teknologi dalam dunia bisnis berhubungan dengan e-commerce sebagai media digital. Dengan adanya e-commerce mampu menjangkau konsumen hingga pasar internasional. Produk yang bagus tanpa branding yang baik serta strategi pemasaran akan sia-sia, karena branding dapat menjadi media promosi kepada konsumen, branding yang memiliki ciri khas menjadi brain minded kepada customer Branding termasuk kedalam jenis-jenis strategi pemasaran yang merupakan keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen. Kotler dan Gertner (2018) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain.

Metode

Metode yang diterapkan dalam melakukan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengedukasi masyarakat tentang branding untuk kemajuan bisnis atau usaha. Branding adalah cara untuk mengkomunikasikan pesan dari sebuah produk bisnis kepada para konsumernya. Melalui pelaksanaan yang baik, perusahaan dapat memberikan kesan yang baik kepada para penggunanya, sehingga membuat para pelanggan terus setia untuk menggunakan produk tersebut. Selain itu, hal ini juga membuka jalan bagi perusahaan untuk dikenal lebih banyak orang, baik itu dari logonya mau pun dari kampanye pemasarannya. Proses melakukan branding dari sebuah usaha pastinya membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Untuk menghindari adanya pengeluaran yang tidak perlu maka Anda juga harus mulai mengelola keuangan dengan baik. Karena dengan pengelolaan keuangan yang baik dan tepat maka bisnis Anda akan terhindar dari beban usaha yang tidak dibutuhkan.
2. Memberikan pemahaman manfaat melakukan branding product, meliputi:
 - a. Menarik konsumen untuk membeli produk Anda
 - b. Meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk atau bisnis Anda
 - c. Membuka peluang untuk menetapkan harga jual yang tinggi
 - d. Menonjolkan keunggulan produk dibandingkan competitor
 - e. Melakukan diferensiasi produk

Hasil dan Pembahasan

Hasil pelaksanaan PKM yang dilakukan pada tanggal 23-24 September 2023 dengan peserta adalah Masyarakat Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten, bahwa :

1. Kegiatan yang dilaksanakan untuk masyarakat Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten adalah kegiatan diskusi mengenai Penerapan Branding Product dalam meningkatkan promosi penjualan.
2. Masyarakat Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten mendapatkan wawasan dengan materi yang di peroleh dari dosen-dosen manajemen Universitas Pamulang mengenai strategi Penerapan Branding Product dalam meningkatkan promosi penjualan.
3. Respon dari masyarakat maupun para Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut Kec. Carita Kab.Paneglang Prov.Banten sangat baik mereka sangat terbantu dengan adanya PKM dari para Dosen Manajemen Universitas Pamulang, menambah pengetahuan dan wawasan masyarakat terhadap Penerapan Branding Product dalam meningkatkan promosi penjualan.

Kegiatan yang diselenggarakan untuk masyarakat di Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut, Kecamatan Carita, Kabupaten Paneglang, Provinsi Banten, memberikan sorotan pada pentingnya Penerapan Branding Product dalam strategi peningkatan promosi penjualan. Melalui kegiatan diskusi yang intens, masyarakat tersebut diberikan kesempatan untuk mendalami konsep-konsep branding guna meningkatkan daya tarik produk dan efektivitas promosi.

Para peserta dari Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut menikmati wawasan yang berharga, disampaikan oleh para dosen manajemen dari Universitas Pamulang. Materi yang dipaparkan tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga merupakan panduan mendalam mengenai strategi Penerapan Branding Product yang dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan promosi penjualan.

Respon yang sangat baik dari masyarakat dan warga Kp. Durung Rt.08/02 Ds. Sindanglaut menandakan kesuksesan Pelaksanaan Karya Ilmiah (PKM) ini. Adanya dukungan dari para dosen Manajemen Universitas Pamulang telah membantu masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan terkait Penerapan Branding Product. PKM ini, dengan demikian, bukan hanya menjadi acara pendidikan, melainkan juga menjadi sumber inspirasi yang membawa dampak positif dalam upaya meningkatkan promosi penjualan di tengah-tengah masyarakat tersebut.

Kesimpulan

PKM dengan judul Penerapan Branding Product dalam meningkatkan promosi penjualan merupakan PKM yang bertujuan untuk mengedukasi dan memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat mengenai Penerapan Branding Product dalam meningkatkan promosi penjualan serta merupakan wahana bagi dosen untuk mengabdikan keilmuannya.

Daftar Pustaka

- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga

- Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Darmadi, & Susanto, N. (2020). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada Ukm Kelurahan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten Ratna. *Dedikasi Pkm Unpam*, 1(3), 93–97.
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September), 351–355.
- Suryani, N. L., Sari, R., Setiawan, R., Susanto, N., & Pamulang, U. (2021). *Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang*. 2(2), 2018–2021.