

## PENDAMPINGAN BRANDING DAN EDUKASI SUMBER DAYA MANUSIA KEWIRAUSAHAAN BAGI PELAKU UMKM

Pandu Ananditya W<sup>1\*</sup>, Ridwan Angga S<sup>2</sup>, Amir Farhan N<sup>3</sup>, Andhika Eko J<sup>4</sup>, Khoirun Nisa<sup>5</sup>, Tasqiyah Rizky K<sup>6</sup>, Zandra Dwanita Widodo<sup>7</sup>, Saifuddin<sup>8</sup>, Danarti Karsono<sup>9</sup>, Fransiska Adrianie Luky Primantari<sup>10</sup>, Evi Dewi Kusumawati<sup>11</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9</sup> Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

<sup>10</sup> Universitas Surakarta

<sup>11</sup> Universitas Pignatelli Triputra

\*e-mail: [panduananditya2002@gmail.com](mailto:panduananditya2002@gmail.com)

### **Abstrak**

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjangkau pasar yang lebih luas sering mengalami kendala dengan adanya keterbatasan dalam hal pengetahuan dan strategi promosi. Sebagian besar promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM masih terbatas pada metode tradisional, seperti dari mulut ke mulut, dengan pembeli yang berasal mayoritas dari kalangan masyarakat sekitar. Padahal, potensi pengembangan UMKM dapat dimaksimalkan dengan pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi *Google Maps*, yang dapat berfungsi sebagai alat promosi yang lebih efektif dan efisien untuk jangkauan penjualan produk yang lebih luas.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan branding dan edukasi sumber daya manusia kewirausahaan kepada mitra UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan *Google Maps* sebagai sarana promosi usaha. Kegiatan pendampingan ini menggunakan metode ceramah yang dilengkapi dengan demonstrasi praktis, guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai cara memanfaatkan aplikasi *Google Maps* untuk menandai lokasi usaha mereka secara digital dan edukasi mengenai kewirausahaan secara teoritis. Pelatihan tersebut dilaksanakan pada tanggal 13 hingga 15 Oktober 2024 di Surakarta, yang diikuti oleh 5 peserta yang merupakan UMKM di wilayah tersebut.

Hasil dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan mitra UMKM dalam praktik wirausahaan dan memanfaatkan *Google Maps* untuk promosi usaha mereka. Hal ini tercermin dari perbandingan skor pretest dan posttest yang menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sebagai luaran dari kegiatan ini, seluruh peserta telah berhasil menandai lokasi usaha mereka di *Google Maps*, yang memudahkan masyarakat luas untuk menemukan usaha yang mereka jalankan. Penerapan teknologi digital seperti *Google Maps* dan edukasi terkait dengan edukasi sumber daya manusia kewirausahaan ini terbukti dapat memberikan dampak positif terhadap promosi UMKM, sekaligus memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan teknologi, para pelaku UMKM di wilayah tersebut kini lebih siap untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan berpotensi meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

**Kata kunci:** Pengabdian Masyarakat, Edukasi, Promosi, *google map*, UMKM

### **Abstract**

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to reach a wider market is often faced with challenges due to limitations in knowledge and promotional strategies. Most of the promotions carried out by MSME entrepreneurs are still limited to traditional methods, such as word-of-mouth, with customers primarily coming from the local community. In fact, the potential for MSME development can be maximized through the

utilization of digital technology, such as Google Maps, which can serve as a more effective and efficient promotional tool for expanding product sales reach.

Based on this, the aim of this Community Service initiative is to provide branding assistance and entrepreneurship human resource education to MSME partners in optimizing the use of Google Maps as a promotional tool for their businesses. The assistance activities use a lecture method complemented by practical demonstrations to provide a comprehensive understanding of how to use Google Maps to digitally tag their business locations, along with theoretical education on entrepreneurship. The training was conducted from October 13 to 15, 2024, in Surakarta, with 5 participants, who are MSMEs from the area.

The results of this community service indicate a significant improvement in the MSME partners' ability to practice entrepreneurship and utilize Google Maps for promoting their businesses. This is reflected in the comparison between the pretest and posttest scores, showing an increase in participants' knowledge and skills in using the application. As an outcome of this activity, all participants successfully marked their business locations on Google Maps, making it easier for the wider community to find their businesses. The application of digital technologies like Google Maps, combined with entrepreneurship human resource education, has proven to positively impact MSME promotion and expand their market reach. With a better understanding of how to utilize technology, MSME entrepreneurs in the area are now better prepared to compete in a broader market and have the potential to enhance the sustainability of their businesses.

***Keywords: Community Service, Education, Promotion, Google Maps, MSMEs***

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, termasuk di daerah Banyuwangi, Surakarta, memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah dan nasional. UMKM di daerah ini bergerak dalam berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan perdagangan, yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, meskipun UMKM di Banyuwangi telah menunjukkan pertumbuhan yang positif, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas usaha mereka, baik secara lokal maupun di pasar yang lebih luas. Salah satu faktor yang membatasi perkembangan UMKM di Banyuwangi adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya branding, pemasaran yang efektif, serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperkenalkan produk mereka. (Siswoyo, 2009)

Pendampingan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan yang terarah sangat diperlukan untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan kemampuan dalam hal branding dan pemasaran. Dalam hal ini, salah satu aspek penting yang harus diperhatikan adalah desain dan pemasangan spanduk sebagai sarana promosi yang sederhana namun efektif. Spanduk yang dirancang dengan baik dapat menarik perhatian konsumen, membangun citra positif, serta meningkatkan daya saing produk UMKM. Selain itu, dengan adanya dukungan dalam pembuatan titik lokasi usaha pada aplikasi Google Maps, pelaku UMKM dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen potensial yang ingin mengunjungi atau membeli produk mereka secara langsung (Hurriyati et al., 2020).

Pendampingan yang mencakup kedua aspek ini, yaitu desain dan pemasangan spanduk serta pemanfaatan teknologi digital melalui pembuatan titik pada Google Maps, diharapkan dapat membantu pelaku UMKM di Banyuwangi untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah dan berbagai lembaga terkait yang berfokus pada pengembangan UMKM melalui inovasi dalam pemasaran dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia (SDM). Dengan pendampingan yang tepat, pelaku UMKM tidak hanya akan memperoleh keterampilan yang diperlukan untuk mengelola usaha mereka dengan lebih

profesional, tetapi juga mampu memanfaatkan media promosi secara lebih efektif guna menarik perhatian konsumen yang lebih luas (Widodo et al., 2021)

UMKM di Kecamatan Banyuanyar, Surakarta, terdiri dari berbagai jenis usaha dengan karakteristik yang sangat beragam, mulai dari produk kuliner khas, kerajinan tangan, hingga perdagangan barang konsumsi. Meskipun memiliki produk yang unik dan berkualitas, banyak pelaku UMKM di daerah ini yang masih kesulitan dalam melakukan pemasaran yang efektif. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pemahaman mengenai branding yang dapat memperkuat identitas usaha dan meningkatkan daya tarik konsumen. Di sisi lain, pemasaran yang bergantung pada metode konvensional, seperti penjualan di pasar tradisional atau promosi dari mulut ke mulut, dinilai kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam (Widodo, Umiyati, et al., 2022)

Menurut laporan dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta (2022), hanya sebagian kecil pelaku UMKM di Surakarta yang memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari potensi besar dari digitalisasi dan media sosial untuk memperkenalkan produk mereka. Selain itu, meskipun spanduk dan papan nama menjadi media promosi yang mudah diakses oleh pelaku UMKM di Banyuanyar, tidak semua spanduk yang dipasang dapat menarik perhatian dan memberikan dampak positif terhadap penjualan produk. Banyak spanduk yang dirancang secara sederhana, tanpa memperhatikan elemen-elemen desain yang dapat menarik perhatian konsumen (Priyanto, 2009)

Pendampingan dalam hal ini menjadi sangat penting untuk memberikan pelatihan desain spanduk yang efektif serta memanfaatkan teknologi digital, khususnya Google Maps, untuk memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi usaha UMKM. Dengan bantuan pendampingan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan spanduk sebagai alat promosi yang lebih profesional dan kreatif, serta memastikan bahwa titik lokasi usaha mereka mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui aplikasi pemetaan digital. Pemasangan titik di Google Maps akan meningkatkan visibilitas usaha, sehingga lebih banyak orang dapat mengetahui dan mengunjungi lokasi usaha mereka, baik dari masyarakat sekitar maupun dari luar daerah (Widodo, Maryanti, et al., 2022)

Secara keseluruhan, pendampingan dalam bidang branding dan edukasi SDM kewirausahaan, yang mencakup desain dan pemasangan spanduk serta pembuatan titik lokasi di Google Maps, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di Banyuanyar, Surakarta. Melalui pendekatan ini, diharapkan pelaku UMKM di daerah tersebut dapat lebih mudah memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas, meningkatkan omzet penjualan, serta mengembangkan usaha mereka menjadi lebih profesional dan berkelanjutan.

## **METODE**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang diberikan oleh akademisi atau lembaga pendidikan kepada masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan mereka. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat yang terkait dengan pendampingan branding dan edukasi sumber daya manusia (SDM) kewirausahaan bagi pelaku UMKM di Kecamatan Banyuanyar, Surakarta, metode yang digunakan melibatkan pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan masyarakat. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam hal branding produk, desain media promosi, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka. Langkah-langkah yang ditempuh metode pengabdian ini adalah,

1. Identifikasi Kebutuhan dan Potensi UMKM
2. Pelatihan Branding dan Desain Spanduk

3. Pemasangan Spanduk dan Penguatan Promosi Lokal
4. Pembuatan Titik Lokasi di Google Maps
5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

**Tabel 1.** Tabel Rundown Kegiatan

No	Kegiatan	November	Oktober			
		4	1	2	3	4
1.	Persiapan					
2.	Observasi pelaku UKM					
3.	Pelaksanaan kegiatan					
4.	Pembuatan Laporan					
5.	Evaluasi Kegiatan					

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 13, 14, dan 15 Oktober 2024, telah dilaksanakan program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pendampingan branding dan edukasi sumber daya manusia (SDM) kewirausahaan bagi 5 pelaku UMKM di Kecamatan Banyuwang, Surakarta. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam hal desain branding, pemasangan spanduk sebagai sarana promosi, serta memanfaatkan teknologi digital melalui pembuatan titik lokasi usaha di Google Maps. Dalam bagian ini, akan dibahas hasil pelaksanaan kegiatan serta pembahasan mengenai dampaknya terhadap peningkatan kualitas usaha pelaku UMKM yang terlibat.

### 1. Peningkatan Kemampuan Branding melalui Desain Spanduk

Pada tahap awal kegiatan, pelaku UMKM diberikan pelatihan mengenai pentingnya branding dan teknik desain spanduk yang efektif. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM di Banyuwang menggunakan desain spanduk yang sangat sederhana dan kurang mencerminkan identitas usaha mereka. Spanduk yang dipasang tidak menarik perhatian konsumen dan tidak memberikan informasi yang jelas mengenai produk atau layanan yang ditawarkan.

Setelah pelatihan, para peserta diberikan pemahaman mengenai elemen-elemen desain yang dapat menarik perhatian konsumen, seperti penggunaan warna yang sesuai, pemilihan font yang mudah dibaca, serta penataan informasi yang jelas dan efektif. Pelaku UMKM juga diajarkan cara membuat desain yang menggambarkan nilai dan keunikan produk mereka. Proses desain ini dilakukan secara langsung dengan bantuan fasilitator yang memiliki keahlian di bidang desain grafis.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua peserta mampu menghasilkan desain spanduk yang lebih profesional dan mencolok. Desain spanduk yang baru berhasil menarik perhatian lebih banyak orang yang lewat di sekitar lokasi usaha mereka. Beberapa pelaku UMKM melaporkan bahwa setelah spanduk yang baru dipasang, mereka menerima lebih banyak pertanyaan dan kunjungan dari calon pelanggan. Hal ini sesuai dengan temuan yang diungkapkan oleh Mulyana dan Pramudya (2021), yang menyatakan bahwa branding yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan visibilitas produk UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan penjualan.

## **2. Pemasangan Spanduk di Lokasi Strategis**

Pemasangan spanduk di lokasi yang strategis tertera pada gambar 1 dan 2 merupakan salah satu aspek penting dalam upaya memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Berdasarkan hasil pendampingan, spanduk yang dipasang di tempat-tempat yang ramai, seperti pasar tradisional, pusat keramaian, dan jalan utama, memberikan hasil yang positif. Setiap peserta diberikan saran mengenai tempat terbaik untuk memasang spanduk, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti tingkat lalu lintas pengunjung, kemudahan akses, dan visibilitas.

Setelah pemasangan spanduk, para pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan yang mengunjungi usaha mereka. Beberapa dari mereka juga mengamati adanya peningkatan dalam penjualan produk yang signifikan dalam periode dua minggu setelah pemasangan spanduk. Hal ini menunjukkan bahwa pemasangan spanduk di lokasi yang strategis sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas produk, sebagaimana yang juga diungkapkan oleh Suryanto dan Widyastuti (2020), yang menyatakan bahwa pemilihan lokasi yang tepat untuk promosi dapat meningkatkan peluang pasar UMKM.

## **3. Pembuatan Titik Lokasi di Google Maps**

Salah satu bagian penting dari pendampingan ini adalah pembuatan titik lokasi usaha peserta di Google Maps. Sebelum program ini, sebagian besar peserta tidak memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha mereka. Dalam sesi ini, pelaku UMKM diajarkan cara membuat akun Google Bisnisku, memasukkan informasi usaha, serta menandai lokasi usaha mereka di Google Maps.

Pembuatan titik lokasi di Google Maps terbukti memberikan dampak yang positif. Setelah titik lokasi usaha dimasukkan ke dalam Google Maps, para pelaku UMKM melaporkan bahwa lebih banyak pelanggan dari luar daerah Banyuwangi yang menemukan dan mengunjungi usaha mereka. Dengan adanya peta digital, konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasi usaha tersebut hanya dengan menggunakan perangkat smartphone atau komputer. Salah satu peserta bahkan menyatakan bahwa mereka menerima beberapa pesanan dari pelanggan yang sebelumnya tidak mereka kenal, yang berasal dari luar kota Surakarta. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat memperluas pasar UMKM, sebagaimana dijelaskan dalam studi Widodo (2020), yang menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan jangkauan pasar UMKM.

## **4. Tantangan yang Dihadapi Selama Program**

Meskipun program ini berjalan dengan baik, beberapa tantangan tetap dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Salah satu tantangan utama adalah tingkat pengetahuan teknologi yang bervariasi di kalangan peserta. Beberapa pelaku UMKM yang lebih tua merasa kesulitan dalam memahami cara membuat dan mengoptimalkan akun Google Bisnisku. Oleh karena itu, pendampingan intensif lebih lanjut diperlukan, terutama bagi pelaku UMKM yang kurang familiar dengan penggunaan teknologi digital.

Selain itu, meskipun desain spanduk yang baru telah meningkatkan visibilitas usaha, ada beberapa pelaku UMKM yang merasa kesulitan dalam membiayai produksi spanduk berkualitas tinggi. Meskipun demikian, mereka tetap mencoba untuk menyesuaikan dengan anggaran yang ada, dengan memilih bahan yang lebih terjangkau namun tetap efektif dalam menyampaikan pesan kepada konsumen.

## **5. Evaluasi Dampak Program terhadap Pengembangan UMKM**

Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak yang positif bagi pengembangan usaha para peserta. Peningkatan kemampuan branding melalui desain spanduk yang lebih menarik, pemasangan spanduk di lokasi strategis, serta pembuatan titik lokasi di Google Maps

berhasil meningkatkan visibilitas usaha mereka. Pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan yang datang, serta peningkatan omzet dalam beberapa minggu setelah pelaksanaan program. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyana dan Pramudya (2021) yang menemukan bahwa branding yang kuat dan pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun global.

Evaluasi juga menunjukkan bahwa program ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan teknologi dalam mengelola dan memasarkan usaha mereka. Dengan adanya pendampingan ini, para peserta kini lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka dan lebih siap untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 1. Pemasangan Spanduk



Gambar 2. Pemasangan Spanduk

#### 4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Banyuwangi dalam hal branding dan pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka. Desain spanduk yang lebih menarik, pemasangan di lokasi yang strategis, serta pemanfaatan Google Maps sebagai alat untuk memperkenalkan usaha mereka, telah memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan visibilitas dan aksesibilitas produk. Dengan demikian, program ini dapat dianggap sukses dalam memberikan kontribusi terhadap pengembangan UMKM di daerah Banyuwangi, Surakarta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hurriyati, R., Tjahjono, B., Yamamoto, I., Rahayu, A., Abdullah, A. G., & Danuwijaya, A. A. (2020). Advances in business, management and entrepreneurship. *Proceedings of the 3rd Global Conference on Business Management & Entrepreneurship (GC-BME 3)*.
- Priyanto, S. H. (2009). Mengembangkan pendidikan kewirausahaan di masyarakat. *Jurnal PNFI*, 1(1), 57–82.
- Siswoyo, B. B. (2009). Pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan dosen dan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14(2), 114–123.
- Widodo, Z. D., Adiyani, R., & Katili, A. Y. (2021). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Industri Kreatif Berbasis Sablon Dalam Peningkatan Produktifitas Karyawan Di

- Zee. Screenprinting. *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis 41 Utp Surakarta*, 1(01), 1–5.
- Widodo, Z. D., Maryanti, I. E., Harsono, M., Darmaningrum, K., Adiyani, R., & Wijiastuti, S. (2022). Pendampingan Digitalisasi Kewirausahaan Umkm Terdampak Covid-19. *Prima: Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 51–58.
- Widodo, Z. D., Umiyati, H., Adriansyah, T. M., Yudawisastra, H. G., Sudirman, A., Sintha, L., Butarbutar, M., Nst, A. M. U., Nugroho, L., Dewi, T. G., Permatasari, R. D., Ismail, R. S., Suryana, A. T., Saputra, T., Aryani, L., & Nahriana, N. (2022). Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil. In N. Rismawati (Ed.), *Cv Widina Media Utama*. Cv Widina Media Utama.