



SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
STMIK PPKIA PRADNYA PARAMITA

Kampus : Jl. Laksda Adi Sucipto No. 249-A Malang - 65141

Telp. (0341) 412699, Fax. (0341) 412782

Official Website : www.stimata.ac.id E-mail : prodiss1@stimata.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 048/J.05/STIMATA/ST/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi STMIK PPKIA Malang menugaskan kepada :

Nama	NIDN / NIM	Jabatan
Dr. Mochamad Husni, S.Pd.I., MM., MMSI	0728056102	Ketua
Eka Yuniar, S.Kom., MMS	0710069002	Anggota
Dr. Dwi Safiroh Utsalina, S.Kom., MMSI	0721107902	Anggota

Keperluan : Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Judul "**Pelatihan Branding dan Digital Marketing Produk Dengan Canva Bagi UMKM Program Seed 4 Women Kabupaten Malang**"

Pelaksanaan : Semester Genap 2022/2023

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya serta penuh tanggung jawab dan setelahnya mohon untuk melaporkan kepada Pimpinan.



Malang, 1 Juni 2023

Ketua Program Studi S1-Sistem Informasi

Dr. Safiroh Utsalina, S.Kom., MMSI

NIDN. 00.12.01.016

PROGRAM STUDI :

D-III SISTEM INFORMASI

S-1 SISTEM INFORMASI

S-1 TEKNOLOGI INFORMASI

LAPORAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Pelatihan Branding dan Digital Marketing Produk Dengan Canva Bagi UMKM
Program Seed 4 Women Kabupaten Malang

TIM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT :

Dr. Mochamad Husni, S.PdI, MM., MMSI / NIDN 0728056102

Eka Yuniar, S.Kom., MMSI. / NIDN 0710069002

Dr. Dwi Safiroh Utsalina, S.Kom., MMSI./ NIDN 0721107902

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA
DAN KOMPUTER PPKIA PRADNYA PARAMITA MALANG
TAHUN 2023

HALAMAN PENGESAHAN
PROPOSAL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. a. Judul Pengabdian : Pelatihan Branding dan Digital Marketing Produk Dengan Canva Bagi UMKM Program Seed 4 Women Kabupaten Malang
- b. Bidang Ilmu : Sistem Informasi
- c. Kategori : Sistem Informasi
-

2. Ketua Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

- a. Nama Lengkap dan Gelar : Dr. Mochamad Husni.S.PdI, MM., MMSI
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- d. NIK/NIDN : 01.09.10.036 / 0728056102
- e. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
- f. Fakultas/Jurusan : -
- g. Bidang Ilmu yang Dikaji : Manajemen
-

3. Jumlah Anggota dalam TIM : 2 orang
- Nama Anggota TIM : 1. Eka Yuniar, S.Kom., MMSI
2. Dr. Dwi Safiroh Utsalina, S.Kom., MMSI.
-

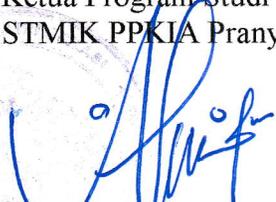
4. Lokasi Pengabdian : Kota Malang
-

5. Lama Pengabdian : Semester Genap 2022-2023
-

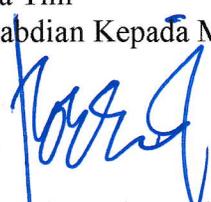
6. Biaya yang Diperlukan : Rp. 2. 500.000
-

Malang, 25 Juli 2023

Mengetahui
Ketua Program Studi Sistem Informasi
STMIK PPKIA Pranya Paramita


Dr. Dwi Safiroh Utsalina, S.Kom., MMSI.
NIK. 00.12.01.016

Ketua Tim
Pengabdian Kepada Masyarakat


Dr. Mochamad Husni, S.PdI., MM., MMSI
NIK. 01.09.10.006

Menyetujui,
Ketua LRPPM


Sunto, S.Kom., M.Pd., MMSI
NIK. 00.12.01.010



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	2
Daftar Isi	3
Abstrak	4
Pendahuluan	5
Target luaran	6
Tahapan pelaksanaan	6
Pelaksanaan kegiatan	7
Hasil dan pembahasan.....	8
Simpulan	9
Daftar Pustaka.....	10

Laporan Penabdian Masyarakat Pelatihan Branding dan Digital Marketing Produk Dengan Canva Bagi UMKM Program Seed 4 Women Kabupaten Malang

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi media telah membuat komunikasi menjadi semakin mudah dan mampu menjangkau komunikan yang sangat luas dengan jumlah pesan yang nyaris tidak terbatas. Puncak kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini adalah teknologi internet yang mampu menghubungkan, mempertemukan dan menukarkan data dari jutaan komputer di manapun berada. Dengan teknologi media komunikasi yang berkembang sangat cepat, cara berkomunikasi pun ikut berubah dengan berbagai bentuk kreatifitasnya, khususnya dalam dunia desain dan kreativitas. Sehingga dunia kreatif menjadi pembicaraan khalayak ramai dan digeluti sebagai profesi baru oleh sebagian orang di tengah situasi persaingan bisnis yang semakin kejam. Penggunaan media baru saat ini cenderung dipilih para pelaku usaha, karena diasumsikan lebih praktis dan efisien. implikasinya para pembisnis lebih dominan memilih media baru sebagai ajang promosi produknya.

Di era Online Marketing, promosi online menempati posisi yang penting, sehingga seminim apapun ilmu design yang dimiliki seseorang, ia harus mampu membuat postingan semenarik mungkin, karena tidak bisa dipungkiri lagi bahwa dalam dunia bisnis, desain grafis merupakan salah satu hal yang tidak bisa diabaikan, apapun jenis bisnisnya pasti sangat membutuhkan design, baik untuk logo, packaging, promotion tools, infografik maupun sekedar posting di media sosial untuk branding produk agar dikenali orang dan memikat hati para pembeli. Dengan desain yang berkualitas akan memperkuat brand dan tentunya akan lebih menarik para pelanggan, sehingga dibutuhkan ide-ide kreatif dari para desainer.

Ide kreatif merupakan suatu ketentuan yang tidak boleh ditawar-tawar lagi, karena begitu pentingnya untuk menciptakan suatu iklan yang unik dan nyeleneh baik di televisi maupun di media sosial. Tujuannya sebagai brand awareness atau menarik perhatian calon pembeli. Namun, jika ingin memiliki design yang berkualitas namun tidak punya cukup skill untuk menggunakan corel draw, adobe illustrator atau adobe photoshop maka canva adalah solusinya.

Canva adalah program Design Online yang menyediakan berbagai tools atau alat editing untuk membuat berbagai desain grafis seperti poster, flyer, infografik, banner, card invitation, presentation, facebook, cover dan masih banyak lagi. Selain itu, ada juga alat editing untuk foto, diantaranya ada photo editor, photo filters, photo frame, stickers, icon dan desain grids.

Brand image merupakan persepsi pelanggan yang bertahan lama dan relatif konsisten. Sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu brand image merupakan salah satu unsur penting yang

mendorong konsumen untuk membeli sebuah produk. Konsumen yang memiliki image yang positif terhadap suatu merek, kemungkinan akan membeli ulang produk tersebut (Schiffman, & Leslie, 2010). Citra merek (brand image) suatu produk diperoleh dari pengalaman pembelian masa lalu pelanggan terhadap merek tersebut. Merek mampu memberikan nilai positif kepada pelanggan sehingga mempertinggi interpretasi proses pengambilan keputusan pembelian, serta meningkatkan keyakinan dan kepuasan pelanggan (Supriyadi, Wiyani, & Ginanjar, 2017).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan omset penjualan UMKM melalui strategi branding. Apabila UMKM dapat meningkatkan citra merk dengan baik, maka diharapkan merk tersebut akan dikenal luas oleh masyarakat sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan. Diharapkan jika masyarakat sudah membeli produk tersebut dan merasa terpuaskan, maka akan menciptakan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan.

2. Target dan Luaran

Branding bukan hanya dilakukan untuk memastikan logo atau merek tersebut dikenal masyarakat saja, tetapi juga menciptakan emosional antara konsumen dan pelaku industri. Untuk menciptakan citra positif, UMKM wilayah Kabupaten Malang selain membuat merek dan logo yang menarik juga harus melakukan serangkaian kegiatan yang mendukung seperti menjaga kualitas bahan produksi, melakukan inovasi produk, membuat kemasan yang menarik, mengurus ijin PIRT, dan mencantumkan No PIRT tersebut pada kemasan serta untuk mendapatkan HAKI pada merek usahanya. Pembuatan merek dan logo yang menarik disertai dengan pencantuman ijin produk untuk menciptakan citra positif sehingga terdapat ikatan emosional antara pelanggan dan industri sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan. Tampilan pengemasan yang menarik diperlukan untuk mendukung pemasaran produk.

Jenis luaran yang dihasilkan dalam pengabdian ini adalah UMKM dapat memahami bahwa

1. Pentingnya branding yang merupakan istilah, nama, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari keseluruhan yang dimaksudkan guna mengidentifikasi produk atau jasa dari produsen yang membedakannya dari produk pesaing.
2. Pentingnya pemberian merek yang baik yang mampu memberikan nilai positif kepada pelanggan untuk mempertinggi interpretasi proses pengambilan keputusan pembelian, serta meningkatkan keyakinan dan kepuasan pelanggan, karena keputusan pembelian suatu

produk oleh konsumen lebih didasarkan pada pertimbangan merek lebih dahulu dibandingkan dengan hal-hal lainnya.

3. Merek yang kuat mampu membangun loyalitas konsumen, memberikan kredibilitas terhadap produk, dan sebagai pembeda yang jelas dengan produk sejenis sehingga merupakan alat pemasaran yang strategis untuk membantu memperluas pasar dan meningkatkan omset penjualan

3. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan pada kegiatan branding yang dilakukan pada UMKM di wilayah Kabupaten Malang tersebut adalah memberikan pemahaman tentang apa yang dimaksud logo pada sebuah kemasan produk tersebut, meliputi arti, warna, bentuk dan yang lainnya, sehingga dapat dijadikan sebagai pembeda atau ciri dari sebuah produk yang dihasilkan. Begitu pula dalam kegiatan pelatihan tersebut juga memberikan pemahaman dari sebuah merek dagang yang sebaiknya untuk di HAKI kan maupun di Patenkan, sehingga merek dagang atau logo tersebut sebagai trade mark dari sebuah unit usaha yang dihasilkan oleh pelaku UMKM yang bersangkutan dan memungkinkan logo atau merek dagang tersebut tidak dapat ditiru oleh produk yang sama maupun berbeda.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada Semester Genap 2022-2023 dengan tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan workshop mengenai strategi branding.
2. Cara pembuatan desain logo dan desain kemasan produk.
3. Mepraktekkan penggunaan Canva pada Hand Phone pada seluruh peserta kegiatan tersebut.
4. Memberikan pemahaman tentang pemasaran UMKM melalui pemasaran online.

4. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan observasi lapangan untuk mengetahui kondisi UMKM termasuk proses produksi dan analisis masalah. Hal tersebut dimaksudkan agar pelaksanaan kegiatan dapat disesuaikan dengan permasalahan yang terjadi UMKM. Hasil observasi yang dilakukan, diketahui bahwa permasalahan yang terjadi adalah kurangnya pengetahuan dari UMKM tentang pentingnya strategi branding untuk meningkatkan omset penjualan. UMKM telah mempunyai logo dan kemasan namun dengan tampilan yang kurang menarik dan standar sehingga tidak mempunyai keunggulan dibanding pesaing.

Pelaksanaan Pelatihan pada :

Waktu	Tema
10 Mei 2023	Pembukaan
	Kemasan konsep dan desain
	Logo, brand, dan branding
11 Mei 2023	Pembukaan
	Mengenalkan Canva
	Mempraktekkan pembuatan Logo dengan Canva di HP
	Perlindungan hak merk

Peserta workshop diminta membuat konsep logo, merk, dan desain kemasan berdasarkan materi workshop yang telah diikuti. Pendampingan dilakukan untuk menjaga agar desain yang dilakukan oleh UMKM sesuai dengan materi yang diajarkan, serta mengimplementasikan desain tersebut pada produk UMKM



Gambar 1. Peserta, Instruktur dan Pendampng Pelatihan Branding Produk UMKM



DESAIN KEMASAN with Canva
Eka Yuniar





DEFINISI

Desain Kemasan, Bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk struktur, material, warna, citra typografi, dan elemen desain dengan produk dapat di pasarkan

(Marriane Rosner Klimchuk and Sandra A. Krasovec)





Gambar 2. Materi Pelatihan Branding Produk UMKM dengan Canva

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan dan pendampinga branding produk dan digital marketing yang telah dilaksanakan di STMIK Pradnya Paramita (STIMATA) Malang, dimana kegiatan tersebut diikuti para pelaku UMKM khususnya pada wilayah kabupaten Malang.

Berdasarkan pelatihandan pendampingan tersebut yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut: 1) Pelaku UMKM dapat lebih memahami tentang branding yang bertujuan untuk mengidentifikasi produk membangun loyalitas konsumen, memberikan kredibilitas terhadap produk, dan sebagai pembeda yang jelas dengan produk sejenis sehingga merupakan alat pemasaran yang strategis untuk membantu memperluas pasar dan meningkatkan omset penjualan ; 2) Pelaku UMKM sangat antusias untuk mencoba membuat dan mengimplementasikan hasil yang telah di peroleh dalam pelatihan dan pendampingan; 3) UMKM memahami strategi branding yang baik dapat diterapkan pada pemasaran online melalui sosial media untuk memperluas pasar.

6. SIMPULAN

Berdasarkan dari pelaksanaan pelatihan tentang branding dan digital marketing tersebut yang telah dilakukan terhadap pelaku UMKM Kabupaten Malang, telah dilakukan dengan tahapan-tahapan pelaksanaan yang diakhiri dengan pembuatan desain dengan mengimplementasikan canva sebagai mediannya. Dengan pelatihan yang telah dilakukan, diketahui bahwa kegiatan ini sangat relevan dengan kebutuhan UMKM saat ini. Pembuatan brand yang baik dan menarik akan dapat mengidentifikasi produk UMKM sehingga dapat membangun loyalitas konsumen, memberikan kredibilitas terhadap produk, dan sebagai pembeda yang jelas dengan produk sejenis sehingga merupakan alat pemasaran yang strategis untuk membantu memperluas pasar dan meningkatkan omset penjualan. Dengan branding yang menarik memudahkan UMKM membuat konten yang kreatif dan inovatif dan mengaplikasikan ke akun-akun sosial media mereka untuk memperluas pasar bagi produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Schiffman, , L. G., & Leslie, L. K. (2010). *Consumer Behaviour (10th edition)*. New Jersey:: Pearson Education.
- Supriyadi, Wiyani, W., & Ginanjar, I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 4(1)*, 74-85.