

## Implementasi *Product Marketing* dan *Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

### *Implementation of Product Marketing and Digital Marketing as a Marketing Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)*

Ronaldo Fransiskus<sup>1</sup>, Juli Friska<sup>2</sup>, Riki Thomas<sup>3</sup>, Rosari Serena<sup>4</sup>

Ilmu Manajemen<sup>1,2,3,4</sup>

Email: ronaldofransiskus4@gmail.com<sup>1</sup>, juli.friska@yahoo.com<sup>2</sup>, rikithomas\_tarigan@yahoo.com<sup>3</sup>, rosari.serena@gmail.com<sup>4</sup>

Universitas Sumatera Utara

Alamat: Jl. Dr. T. Mansur No.9, Padang Bulan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20222; Telp. (061) 8211633

Korespondensi: juli.friska@yahoo.com

---

#### **Article History:**

Received: 30 Januari 2023

Revised: 22 Februari 2023

Accepted: 30 Maret 2023

**Keywords:** Product Branding, Digital Marketing, Marketing Strategy UMKM

**Abstract:** *One of the sectors that plays a role in the national economic recovery process is the MSME sector. This sector is proven to have contributed 61% to Indonesia's GDP in 2022. The large contribution of this sector is a concern for the government to further develop the MSME sector. However, there are several problems faced to develop the MSME sector. The majority of these problems are the lack of knowledge and utilization of marketing through digital media and making product branding and limited funds to develop a business. The MSME sector has not utilized digital marketing optimally so that product marketing is mostly done conventionally. This is inseparable from the limited knowledge of MSME business actors to use digital marketing techniques. Digital marketing both through social media, websites, and through e-commerce can encourage MSME products to be better known (product branding) and also increase product sales. As for problems related to limited funds, the government has implemented several programs in order to help MSME business actors such as the People's Business Credit (KUR), financial assistance through LPDB KUKM, the National Economic Recovery Program (PEN), and the productive Banpres Program for micro enterprises. Regarding this assistance program, there are still many MSME actors who do not get information and do not know how to manage it. For this reason, students of the Master of Management Study Program, University of North Sumatra (USU) held "MSME Mentoring Activities in the context of Product Branding and Application of Marketing Techniques through Social Media and provided socialization of government assistance programs for MSMEs, namely People's Business Credit". The activity was carried out at one of the MSMEs in Deli Serdang Regency, namely the Annisa Cake Business. In general, this activity consists of: 1. Brainstorming to MSME business actors about the importance of product branding and the benefits of digital marketing, 2.*

---

*Application of product branding and digital marketing, 3. Socialization of government funding assistance programs and MSME registration in Deli Serdang Regency. For brainstorming activities related to product branding and digital marketing, MSME business actors are enthusiastic to implement it so that activities continue with the application of product branding and digital marketing. Some of the activities that have been implemented are making business logos, stickers and banners for the Annisa cake business, creating Instagram accounts for product promotion and photo editing of the types of products produced and encouraging Annisa Cake Business MSMEs to register their businesses to the Cooperative and MSME Office of Deli Serdang Regency.*

---

### ABSTRAK

Salah satu sektor yang berperan dalam proses pemulihan ekonomi nasional adalah sektor UMKM. Sektor ini terbukti telah memberikan kontribusi kepada PDB Indonesia tahun 2022 sebesar 61%. Besarnya kontribusi sektor ini menjadi perhatian bagi pemerintah untuk semakin mengembangkan sektor UMKM. Namun demikian, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi untuk mengembangkan sektor UMKM. Mayoritas permasalahan tersebut adalah kurangnya pengetahuan dan pemanfaatan pemasaran melalui media digital dan membuat product branding serta adanya keterbatasan dana untuk mengembangkan usaha. Sektor UMKM belum memanfaatkan pemasaran secara digital secara optimal sehingga pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara konvensional. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan pengetahuan pelaku usaha UMKM untuk menggunakan teknik pemasaran secara digital. Pemasaran secara digital baik melalui media sosial, website, maupun melalui e-commerce dapat mendorong produk UMKM lebih dikenal (product branding) dan juga meningkatkan penjualan produk. Sedangkan untuk permasalahan terkait keterbatasan dana, pemerintah telah melaksanakan beberapa program dalam rangka membantu pelaku usaha UMKM seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan dana melalui LPDB KUKM, Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), dan Program Banpres produktif untuk usaha mikro. Terkait program bantuan ini, masih banyak pelaku UMKM yang tidak mendapatkan informasi dan tidak mengetahui cara pengurusannya. Untuk itu, mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara (USU) mengadakan “Kegiatan Pendampingan UMKM dalam rangka Product Branding dan Penerapan Teknik Marketing melalui Media Sosial serta memberikan sosialisasi program bantuan pemerintah untuk UMKM yakni Kredit Usaha Rakyat” sebagai salah satu andil bagi pengembangan kemajuan UMKM. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada salah satu UMKM di Kabupaten Deli Serdang yakni Usaha Kue Annisa. Secara umum, kegiatan ini terdiri dari: 1. Brainstorming kepada pelaku usaha UMKM tentang pentingnya product branding dan manfaat pemasaran secara digital, 2. Penerapan product branding dan pemasaran secara digital, 3. Sosialisasi program bantuan dana pemerintah dan pendaftaran UMKM pada Kabupaten Deli Serdang. Atas kegiatan brainstorming terkait product branding dan pemasaran digital, pelaku usaha UMKM antusias untuk menerapkannya sehingga kegiatan dilanjutkan dengan penerapan product branding dan pemasaran secara digital. Beberapa kegiatan yang telah diterapkan adalah pembuatan logo usaha, sticker dan banner usaha kue Annisa, pembuatan akun Instagram untuk promosi produk dan editing foto jenis-jenis produk yang dihasilkan serta mendorong UMKM Usaha Kue Annisa untuk mendaftarkan usahanya pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang.

**Kata kunci:** Product Branding, Digital Marketing, Sosialisasi Program Bantuan Pemerintah untuk UMKM, Strategi Pemasaran UMKM

## PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan besar (DPR RI 2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Rahayu 2016). UMKM yang dijalankan bertujuan untuk menaikkan pendapatan dengan ciri-ciri umum merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. (Husaseni dan Dewi 2019).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenKopUKM), jumlah UMKM pada tahun 2022 sebesar 64 juta unit usaha di seluruh pelosok tanah air dan sektor ini telah menyumbang 61% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional di tahun 2022. Tidak hanya kontribusi yang besar bagi PDB nasional, sektor UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja hingga 97% dari total tenaga kerja Indonesia. Hal inilah yang menjadikan sektor UMKM sangat penting untuk dikembangkan, mengingat kontribusinya yang besar terhadap PDB nasional dan kemampuannya menyerap tenaga kerja sehingga dapat menyelesaikan permasalahan kemiskinan dan pengangguran.

Menyadari potensi UMKM tersebut, pemerintah dalam beberapa tahun terakhir ini mengambil kebijakan-kebijakan yang berfokus untuk meningkatkan kapasitas usaha UMKM. Beberapa program pemerintah yang telah diberikan kepada pelaku usaha UMKM yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan dana melalui LPDB KUKM, Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), Program Banpres produktif untuk usaha mikro, dan bantuan langsung tunai (BLT). Berikut uraian program tersebut:

### 1. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR)

KUR merupakan program pemerintah untuk memperluas akses pembiayaan kepada pelaku UMKM dalam bentuk pinjaman atau kredit dengan bunga yang relatif kecil.

### 2. LPDB KUKM

LPDB merupakan Lembaga keuangan bukan bank yang berada di bawah koordinasi Kementerian Koperasi dan UKM yang bertujuan mendistribusikan dan mengelola APBN yang diperuntukkan khusus untuk koperasi dan UMKM. LPDB mengelola dana bergulir dalam bentuk pinjaman dengan bunga rendah.

### 3. Program Pemulihan Ekonomi Nasional (Program PEN)

Program ini dilaksanakan pada saat pandemi covid 19 yang diberikan kepada pelaku UMKM dalam bentuk subsidi bunga/subsidi margin dengan plafon maksimal Rp10 Miliar. Subsidi UMKM program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) ditujukan bagi UMKM yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Memiliki baki debit Kredit/Pembiayaan aktif per 29 Februari 2020;
- Tidak termasuk dalam Daftar Hitam Nasional;
- Memiliki kategori *performing loan* lancar dengan kolektibilitas 1 atau 2 per 29 Februari 2020;
- Memiliki NPWP atau mendaftar untuk mendapatkan NPWP;
- Harus memperoleh restrukturisasi dari Penyalur Kredit/Pembiayaan untuk Debitur memiliki plafon Kredit/Pembiayaan kumulatif di atas Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp.10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah);
- Debitur Koperasi selain kriteria di atas, Debitur harus memenuhi kriteria yang diatur oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

### 4. Program Banpres Produktif untuk Usaha Mikro (BPUM)

Banpres Produktif untuk Usaha Mikro adalah bantuan yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk uang tunai kepada para pelaku UMKM. Bantuan ini diberikan dalam bentuk permodalan usaha sebesar Rp1.200.000,00.

Dibalik kontribusi UMKM yang besar, terdapat beberapa permasalahan untuk mengembangkan sektor ini. Permasalahan tersebut antara lain minimnya modal usaha, tidak memiliki pengetahuan yang luas tentang bisnis, kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan produk, tidak melakukan *product branding*, tidak mengetahui cara untuk mengembangkan bisnis, tidak memiliki komunikasi bisnis yang efektif, pembukuan yang dilakukan masih manual, kurangnya inovasi produk dan tidak memiliki surat izin usaha perdagangan dan permasalahan lainnya.

Dari beberapa permasalahan tersebut, terdapat 3 (tiga) fokus utama permasalahan yang akan dibahas pada jurnal ini yakni permasalahan terkait *product branding* dan pemasaran digital serta keterbatasan modal usaha. Sektor UMKM belum memanfaatkan pemasaran produk secara digital dengan optimal sehingga pemasaran produk lebih banyak dilakukan secara konvensional. Di sisi lain, pelaku usaha UMKM belum memahami pentingnya *product branding* dalam pemasarannya. Hal tersebut disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan pelaku usaha UMKM untuk menggunakan teknik pemasaran secara digital. Sedangkan untuk

permasalahan terkait keterbatasan dana, pemerintah telah melaksanakan beberapa program dalam rangka membantu pelaku usaha UMKM seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), bantuan dana melalui LPDB KUKM, Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN), Program Banpres produktif untuk usaha mikro. Terkait program bantuan ini, masih banyak pelaku UMKM yang tidak mendapatkan informasi dan tidak mengetahui cara pengurusannya.

*Product branding* merupakan strategi untuk memberikan identitas kepada produk yang dihasilkan sehingga produk mudah dikenal oleh konsumen. *Product branding* dapat memberikan banyak manfaat bagi UMKM antara lain:

1. Memberikan daya tarik bagi konsumen;
2. Memudahkan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan terhadap produk/jasa yang dihasilkan;
3. Membuka peluang untuk menetapkan harga jual yang lebih besar;
4. Peluang untuk melakukan differensiasi produk;
5. Menjadi pembeda atau ciri tertentu yang membedakan produk yang dihasilkan dengan produk pesaing lainnya.

Di era perkembangan teknologi yang semakin masif, pelaku usaha dituntut untuk dapat beradaptasi dan memanfaatkan teknologi tersebut. Hal ini juga berlaku untuk UMKM. UMKM dapat berkembang jika mampu menerapkan keunggulan teknologi misalnya dengan melakukan pemasaran dengan menggunakan media digital. Pemasaran menggunakan media digital dapat menjangkau target pasar yang lebih luas karena pemasaran tidak lagi terbatas pada letak geografis. Manfaat-manfaat yang diperoleh dari pemasaran produk menggunakan media digital antara lain:

1. Menjangkau target pasar yang lebih luas;
2. Dapat melayani konsumen secara *real time*;
3. Biaya pemasaran yang lebih murah;
4. Meningkatkan loyalitas konsumen;
5. Sarana untuk melakukan *product branding* dan membangun reputasi;
6. Memudahkan pengumpulan data dan evaluasi strategi.

Meskipun banyak manfaat yang dapat diperoleh dari *product branding* dan pemasaran digital, pelaku UMKM belum dapat mengoptimalkan manfaat tersebut. Hal ini karena adanya keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM terkait hal tersebut sehingga pemasaran produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM masih banyak mengandalkan pemasaran konvensional. Untuk

itu diperlukan kegiatan sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk dapat memahami dan menggunakan kedua strategi tersebut.

Media yang dapat digunakan untuk pemasaran digital bervariasi sesuai dengan pangsa pasar yang dituju. Pemasaran secara digital dapat dilakukan melalui media sosial, *website*, dan penggunaan *e-commerce*. dapat mendorong produk UMKM lebih dikenal (*product branding*) dan juga meningkatkan penjualan produk. Salah satu media yang dapat digunakan adalah *Instagram*, dimana media ini memiliki jangkauan pasar yang sangat luas dikarenakan penggunaannya mudah baik untuk remaja hingga orang tua. Kemudahan dalam mengoperasikan media sosial tersebut dapat dioptimalkan untuk menyalurkan informasi dan berinteraksi dengan banyak orang terutama calon konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara (USU) mengadakan “Kegiatan Pendampingan UMKM dalam rangka *Product Branding* dan Penerapan Teknik Marketing melalui Media Sosial serta memberikan sosialisasi program bantuan pemerintah untuk UMKM yakni Kredit Usaha Rakyat”. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada salah satu UMKM di Kabupaten Deli Serdang yakni Usaha Kue Annisa. Kegiatan tersebut bertujuan untuk membantu UMKM Usaha Kue Annisa untuk dapat mengembangkan usahanya dengan cara memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi UMKM ini. Seperti halnya UMKM lainnya, usaha kue Annisa mengalami kendala dalam hal pemasaran digital dan minimnya pengetahuan tentang *product branding* serta kurangnya literasi atas program-program pemerintah untuk membantu UMKM.

## METODE

### Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Kegiatan Pendampingan UMKM dalam rangka *Product Branding* dan Penerapan Teknik Marketing melalui Media Sosial serta memberikan sosialisasi program bantuan pemerintah untuk UMKM yakni Kredit Usaha Rakyat” dilaksanakan di rumah salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Deli Serdang. Usaha Kue Annisa berdiri sejak tahun 2014 dan bergerak di bidang kuliner tepatnya produksi kue-kue basah. Alamat usaha berada di Jl. Stasiun Damri Lama, Gang Amal No. 70, Kelurahan Desa Lalang, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan. Berikut peta lokasi usaha kue milik Annisa.



Gambar 1. Peta Lokasi Pengabdian

### Peserta

Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa semester II Program Studi Magister Ilmu Manajemen dari Universitas Sumatera Utara dengan target peserta 1 (satu) pemilik UMKM yang bernama Annisa.

### Metode Pelaksanaan

Secara umum, kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari 3 (tiga) bagian yakni:

1. *Brainstorming* kepada pelaku usaha UMKM tentang pentingnya *product branding* dan manfaat pemasaran secara digital;
2. Penerapan *product branding* dan pemasaran secara digital;
3. Sosialisasi program bantuan dana pemerintah dan pendaftaran UMKM pada Kabupaten Deli Serdang.

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan dengan menjelaskan materi yang berisikan penjelasan secara singkat tentang *product branding* dan *digital marketing*, unsur-unsur yang ada pada *branding* produk dan *digital marketing*, fungsi, tujuan, dan strategi *branding* produk dan *digital marketing* dan manfaat penggunaan *product branding* dan pemasaran digital. Setelah pelaksanaan sosialisasi, dilanjutkan dengan pendampingan serta pelatihan untuk membuat *product branding* dan *digital marketing*. Beberapa kegiatan yang telah diterapkan adalah pembuatan logo usaha, *sticker* dan *banner* usaha kue Annisa, pembuatan akun Instagram untuk promosi produk, *editing* foto jenis-jenis produk yang dihasilkan serta mendorong pelaku UMKM Usaha Kue Annisa untuk mendaftarkan usahanya pada Dinas

Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang mengingat ID KTP pemilik usaha terdaftar pada Kabupaten Deli Serdang.

Kegiatan tersebut dilaksanakan secara bertahap, dimulai dari sosialisasi *product branding* dan pemasaran digital pada Hari minggu tanggal 26 Maret 2023. Pembuatan akun media sosial Instagram pada tanggal 27 Maret 2023 dan pembuatan logo, *sticker* dan *banner* serta sosialisasi pendaftaran UMKM pada Kabupaten Deli Serdang pada tanggal 28 Maret 2023.

### **Langkah Kegiatan**

Langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan tersebut dilaksanakan dengan melaksanakan koordinasi dengan pemilik UMKM yakni Sdr. Annisa terkait kesepakatan untuk pelaksanaan kegiatan serta lokasi dan waktu untuk pelaksanaan kegiatan, sehingga penyampaian materi dapat berjalan dengan maksimal dan sesuai dengan sasaran. Setelah mendapatkan persetujuan dari mitra, kegiatan dilanjutkan dengan penyusunan materi (*product branding* dan pemasaran digital) yang akan disampaikan, analisa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Annisa, dan persiapan kebutuhan-kebutuhan saat kegiatan kegiatan berlangsung seperti kamera dan *lighting*. Terdapat 2 (dua) sesi dalam pelaksanaan sosialisasi, yaitu penyampaian materi dan tanya jawab terutama mengenai kebutuhan dan kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha. Kegiatan tersebut berjalan kurang lebih selama 60 menit.

Di hari berikutnya, mahasiswa membuat akun media sosial Instagram. Pada pembuatan akun Instagram tersebut, mahasiswa juga membantu mendesain tampilan Instagram agar menarik perhatian konsumen. Selanjutnya di hari terakhir, mahasiswa membantu pembuatan logo, *sticker* dan *banner* serta sosialisasi pendaftaran UMKM pada Kabupaten Deli Serdang.

### **HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK**

Berikut merupakan hasil yang dicapai melalui adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Kegiatan Pendampingan UMKM dalam rangka *Product Branding* dan Penerapan Teknik Marketing melalui Media Sosial serta memberikan sosialisasi program bantuan pemerintah untuk UMKM yakni Kredit Usaha Rakyat” yang setiap pelaksanaannya dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan, sebagai berikut:

1. Pelaksanaan koordinasi dengan pihak mitra dilaksanakan pada tanggal 18 Maret 2023. Koordinasi dilaksanakan dalam rangka untuk menentukan lokasi, hari, dan jam untuk pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan disepakati bahwa kegiatan dapat dilaksanakan pada Minggu, 26 Maret 2023 pukul 10.00 WIB berlokasi di rumah yang bersangkutan.



2. Persiapan sosialisasi *branding* produk dilaksanakan pada hari yang sama yaitu 26 Maret 2023 dengan menentukan materi pembuatan Foto Produk sekaligus Pendaftaran akun Instagram.
3. Pelaksanaan sosialisasi *branding* produk terkait pembuatan Foto Produk sekaligus Pendaftaran akun Instagram pada tanggal 26 Maret 2023 dibagi menjadi dua sesi. Sesi yang pertama yakni pengambilan terkait Foto Produk dan sesi kedua merupakan Pendaftaran akun Instagram. Proses pengambilan Foto Produk sekaligus Pendaftaran akun Instagram berjalan selama kurang lebih 60 menit untuk dua sesi tersebut. Setelah kedua sesi berakhir, presenter menanyakan kembali kesediaan waktu untuk pelaksanaan sosialisasi kedua yang bertemakan *Digital Marketing* dan disepakati bahwa kegiatan tersebut dapat dilaksanakan pada hari Selasa, 28 Maret 2023 pukul 16.00 WIB.
4. Persiapan sosialisasi *digital marketing* dilaksanakan pada Minggu, 26 Maret 2023 untuk pembuatan Logo baru.
5. Pembuatan akun media sosial Instagram pada tanggal 27 Maret 2023.
6. Pembuatan logo, sticker dan banner serta pemberian sosialisasi pendaftaran UMKM pada Kabupaten Deli Serdang pada tanggal 28 Maret 2023.
7. Kegiatan terakhir dilakukan dengan sesi foto bersama dan ucapan terima kasih dari pihak pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat kepada mitra dengan harapan kegiatan tersebut memiliki pengaruh yang besar atas kemajuan UMKM kedepannya.

### **Solusi yang Tercapai**

Berikut merupakan solusi dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Kegiatan Pendampingan UMKM dalam rangka *Product Branding* dan Penerapan Teknik Marketing melalui Media Sosial serta memberikan sosialisasi program bantuan pemerintah untuk UMKM yakni Kredit Usaha Rakyat” sebagai berikut:

*Branding* produk dengan memberikan bantuan kepada pihak mitra, terutama pada pembuatan logo sehingga produk memiliki identitas untuk *brand positioning*. Selain itu, mahasiswa juga membantu melakukan edit pada foto-foto produk yang dihasilkan UMKM Annisa. Editing foto produk dimaksudkan untuk membuat visual produk menjadi menarik bagi konsumen.

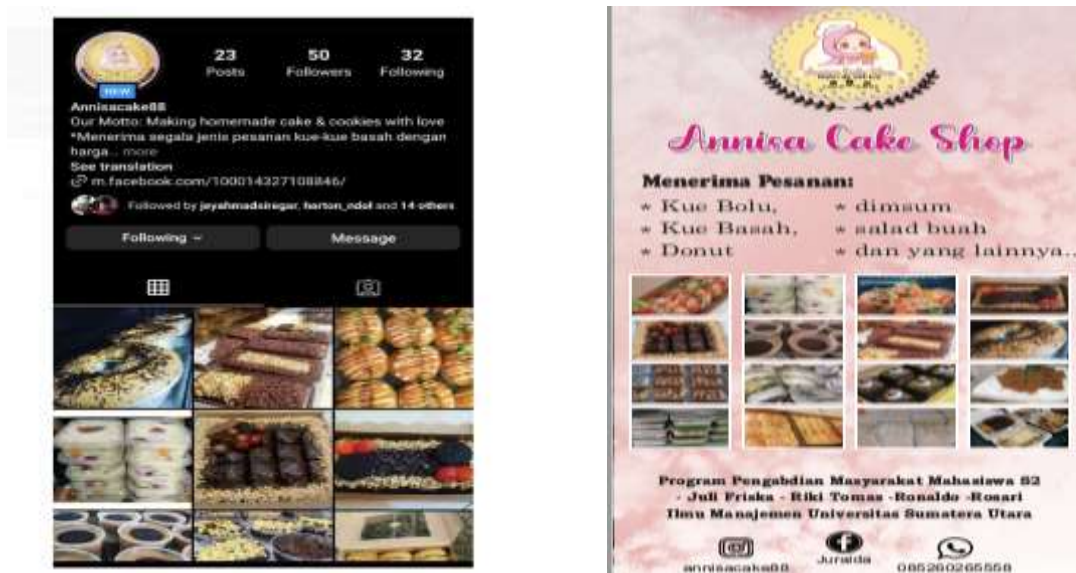


Gambar 2. Foto Logo



Gambar 3. Foto Produk

Pembuatan akun media sosial Instagram yang memiliki potensi untuk memperluas jangkauan pasar. Disini mitra diberikan pula penjelasan mengenai fungsi-fungsi yang dapat digunakan untuk kegiatan pemasaran. Berikut merupakan akun Instagram yang dibuat oleh tim pengabdian masyarakat.



Gambar 4. Akun Media Sosial Instagram Dan Banner Yang Rancang Oleh Tim Pengabdian Masyarakat

Berikut foto dokumentasi selama kegiatan berlangsung.



Gambar 5. Pelaksana Kegiatan Pengabdian

## SIMPULAN

Sektor UMKM merupakan sektor yang penting bagi negara terbukti dengan adanya kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 61% di tahun 2022. Untuk itu, pemerintah memberikan banyak perhatian pada sektor ini untuk dapat berkembang. Upaya pemerintah tersebut juga didukung oleh perguruan tinggi. Perguruan tinggi juga ikut mendukung program pemerintah dengan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat pada sektor UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan diharapkan dapat membantu sektor UMKM untuk dapat mengembangkan skala usahanya. Sebagai bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi, mahasiswa program studi Magister Ilmi Manajemen Universitas Sumatera Utara (USU) mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan nama “Kegiatan Pendampingan UMKM dalam rangka *Product Branding* dan Penerapan Teknik Marketing melalui Media Sosial serta memberikan sosialisasi program bantuan pemerintah untuk UMKM yakni Kredit Usaha Rakyat”.

Kegiatan tersebut merupakan salah satu upaya untuk dapat memecahkan permasalahan yang terjadi pada UMKM yang dalam hal ini dilaksanakan pada UMKM usaha kue Annisa yang berlokasi di Kota Medan. Sama halnya dengan UMKM lainnya, usaha kue Annisa mengalami kendala minimnya pengetahuan tentang *product branding* dan pemasaran digital dan informasi terkait bantuan pemerintah untuk mendapatkan bantuan khususnya untuk UMKM.

Dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diberikan, UMKM usaha kue Annisa memberikan tanggapan positif. Kegiatan ini juga telah memberikan pemahaman terkait pentingnya *product branding* dan pemasaran secara digital dan pemilik usaha juga ingin mendaftarkan usahanya pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Deli Serdang, mengingat ID KTP pemilik usaha masih berada di Kabupaten Deli Serdang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Husaseni dan Dewi (2019). Pengaruh Pembiayaan Mikro Syariah Terhadap Tingkat Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Pada Anggota Bmt Di Jawa Barat, Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Suryakencana
- Nursani. (2019). “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen e-commerce Melalui Shopee (Studi Pada Mahasiswa Unisma)”. eJurnal Ilmiah Riset Manajemen Vol. 8 No. 9. Universitas Islam Malang.
- Nursari, Dilla. 2010. Gambaran kejadian anemia pada remaja putri SMP Negeri 18 Kota Bogor tahun 2009. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rahayu, D. P. (2016).Kajian Keberhasilan Program Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Pangan DirektoratSurvei dan Penyuluhan Keamanan Pangan dalam Penerapan Prinsip Keamanan Pangan. Institut Pertanian Bogor.