

PELATIHAN BRANDING DAN DIFERENSIASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL UMKM ANEKA KERUPUK FAJAR PUTRA

Nova Nazza Amanda¹, Siti Latipah², Ambar Wahyu Febrianti³

Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

nnaza9922@gmail.com¹, stltifaa@gmail.com², ambarfebriati14@gmail.com³

ABSTRAK

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmunya guna membantu memecahkan permasalahan nyata di masyarakat. PKM ini dilaksanakan bekerja sama dengan UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra di Kota Serang, Banten. Usaha ini memiliki potensi untuk berkembang, namun menghadapi tantangan dalam hal branding dan identitas merek. Permasalahan yang dihadapi antara lain elemen visual yang lemah, kemasan yang sederhana, dan komunikasi merek yang kurang jelas, sehingga mempengaruhi penjualan produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, PKM difokuskan pada pelatihan branding. Pelatihan tersebut meliputi konsep dasar branding, pembuatan identitas visual, pemilihan warna dan label, pengembangan proposisi nilai yang unik, dan penyelarasan kemasan dengan produk. Kegiatan yang dilakukan menggunakan ceramah interaktif, studi kasus, diskusi kelompok, dan pendampingan langsung bagi tim UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang lebih baik tentang branding. Mereka belajar bagaimana membuat identitas merek yang sederhana dan menjadi lebih sadar akan pentingnya visual produk untuk daya saing. Kegiatan ini juga memberikan pengalaman praktis bagi peserta dalam menerapkan teori manajemen di lapangan. Secara keseluruhan, PKM membantu penguatan UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra dan meningkatkan kapasitasnya.

Kata Kunci: Pengabdian kepada Masyarakat, Branding, Identitas Merek, UMKM, Kota Serang.

ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) is an essential component of the Tri Dharma of Higher Education, providing opportunities for students to apply their academic knowledge in addressing real-world challenges within the community. This PKM was carried out in collaboration with the micro, small, and medium enterprise (MSME) Aneka Kerupuk Fajar Putra in Serang City, Banten. Although the business has strong potential for growth, it faces challenges related to branding and brand identity. The issues identified include weak visual elements, simple packaging, and unclear brand communication, all of which affect product sales. To address these challenges, the program focused on branding training. The training covered fundamental branding concepts, visual identity development, color and label selection, creation of a unique value proposition, and alignment between product and packaging. The activities were conducted through interactive lectures, case studies, group discussions, and direct

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No

238.KK.461

Prefix DOI :

12.3245/Krepa.V241.3851

Plagiarism Checker No

238.KK.461

Prefix DOI :

12.3245/Krepa.V241.3851

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

mentoring for the MSME team. The results indicate that participants gained a better understanding of branding. They learned how to create simple brand identities and became more aware of the importance of product visuals in enhancing competitiveness. This program also provided practical experience for participants in applying management theories in real settings. Overall, the PKM contributed to strengthening Aneka Kerupuk Fajar Putra and improving its business capacity.

Keywords: Community Service Program, Branding, Brand Identity, MSME, Serang City.

PENDAHULUAN

UMKM dapat meningkatkan penjualan dan menyebarkan berita tentang produk mereka dengan merek dagang mereka. Branding UMKM ini dapat meningkatkan pangsa pasar dan didukung oleh teknologi yang semakin canggih. “(Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. 2023). UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra di wilayah kota serang memiliki kualitas rasa yang bagus, akan tetapi mereka memiliki tantangan dalam branding dan cara membedakan produk dari yang lain. Walaupun kualitas rasanya cukup baik tetapi mereka belum bisa membangun citra merek yang kuat, sehingga produk mereka akan sulit di kenali konsumen.

Pihak UMKM aneka kerupuk fajar putra belum terlalu memahami tentang pentingnya tampilan visual seperti logo, label dan kemasan. Padahal identitas merek yang bagus bisa menarik perhatian konsumen dan mudah dalam bersaing, Karna keunikan dapat membedakan produk jauh berbeda dari yang lain. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pemahaman tentang pentingnya identitas merek, mengajarkan cara membuat logo, kemasan, dan elemen pembeda produk, serta mendampingi pelaksanaannya agar dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing.

Salah satu cara untuk memperkuat branding UMKM yaitu dengan membuat logo yang sangat unik dan dapat menarik perhatian konsumen. Identitas yang baik akan membantu konsumen lebih mudah mengingat dan mengenali suatu produk. Dan UMKM bisa lebih profesional.

UMKM Aneka Kerupuk Fajar putra merupakan usaha rumahan yang memproduksi berbagai jenis kerupuk. Usaha ini memiliki potensi besar karena bahan baku nya mudah di dapat. Proses produksinya sederhana dan banyak di minati masyarakat. tetapi usaha ini masih mengalami beberapa kendala, khususnya dalam hal pemasaran. Produk yang baik sering kalah dalam bersaing bukan karena kualitasnya, akan tetapi karna kurangnya strategi branding dan desain yang kurang menarik.

Dalam perkembangan Bisnis saat ini, Branding tidak hanya sekedar membuat nama atau logo, melainkan bagaimana sebuah produk dikenal, di ingat, dan di percaya oleh konsumen. Begitu juga dengan diferensiasi produk, yaitu upaya untuk membuat produk memiliki ciri khas yang membedakan dari kompetitor lain.

Pelatihan ini juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah secara langsung dalam dunia usaha. Melalui interaksi dan

pendampingan kepada pelaku UMKM, mahasiswa dapat belajar memahami kondisi lapangan, menganalisis kebutuhan usaha, serta memberikan solusi yang tepat sesuai situasi UMKM. Dengan demikian, kegiatan PKM ini tidak hanya bermanfaat bagi UMKM, tetapi juga bagi mahasiswa dan masyarakat.

Melalui kegiatan PKM ini, UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra diharapkan dapat memiliki strategi pemasaran yang lebih baik dan mampu mengembangkan identitas mereknya. Dengan langkah-langkah sederhana seperti mendesain logo yang unik, dan membangun citra merek produk.

Selain memberikan pelatihan, tim PKM juga melakukan observasi terhadap proses produksi dan pemasaran yang berjalan. Observasi ini berguna untuk memahami kondisi nyata UMKM dan menentukan solusi yang tepat. Beberapa hal yang ditemukan di lapangan antara lain penggunaan kemasan yang masih sangat sederhana, belum adanya identitas merek yang jelas, serta strategi pemasaran yang masih terbatas dari mulut ke mulut. Dengan adanya pelatihan, diharapkan UMKM dapat mulai berbenah dan membangun citra merek produk yang lebih profesional.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk memberikan pemahaman praktis kepada UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra agar mampu mengembangkan branding produknya, menciptakan ciri khas, dan meningkatkan nilai jual melalui diferensiasi yang tepat. Dengan penguatan identitas merek dan tampilan produk yang lebih menarik dan unik, diharapkan UMKM dapat memperluas pasar, menarik konsumen baru, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan Bisnis yang semakin berkembang.

METODE

Kegiatan PKM ini menggunakan pendekatan deskriptif-partisipatif, yaitu UMKM diikutsertakan langsung dalam setiap tahap dari awal sampai akhir mereka ikut mencari tau apa masalahnya lalu mengikuti pelatihan untuk memecahkan suatu masalah tersebut.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : KP. Pantongan RT/RW. 005/006, Kel.
Panggungjati, Kec. Taktakan, KotaSerang - Banten

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Minggu, 12 Oktober 2025.

METODE KEGIATAN

Pelaksanaan PKM di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra dilaksanakan melalui beberapa langkah yang disusun supaya pemilik usaha dan para karyawan benar-benar memahami cara memperkuat merek dan membuat produk lebih menonjol dibandingkan pesaing. Setiap langkah disesuaikan dengan kondisi usaha di lapangan sehingga materi yang diberikan bisa langsung dipraktikkan.

langkah awal dimulai dengan kunjungan langsung ke tempat usaha. Tim PKM mengamati bagaimana tampilan produk sebelum pelatihan dimulai, mulai dari kemasan, label, warna, sampai informasi yang ditampilkan di produk. Pada kegiatan tersebut, tim juga berdiskusi dengan pemilik dan karyawan untuk mengetahui kesulitan yang mereka hadapi dan bagian mana

yang ingin mereka pelajari lebih dalam. Hasil dari pengamatan dan diskusi itu menjadi acuan utama dalam menyiapkan materi pelatihan.

Setelah data dan kebutuhan terkumpul, tim lanjut ke proses penyusunan materi. Materi dibuat dengan bahasa yang sederhana dan jelas supaya mudah dipahami. isinya meliputi pengenalan konsep branding, alasan kenapa identitas visual itu penting, bagaimana menciptakan ciri khas produk, cara memilih warna yang tepat, serta langkah-langkah membuat label atau logo yang lebih menarik. Tim juga menyiapkan contoh visual dan ilustrasi agar di pahami.

Tahap selanjutnya yaitu kegiatan pelatihan. Pada sesi ini, peserta mendapatkan penjelasan mengenai dasar-dasar desain yang dapat meningkatkan daya tarik produk. Mereka mempelajari pemilihan warna, pengaturan elemen visual, dan cara menggunakan aplikasi desain yang ringan dan mudah dioperasikan. Setelah itu, peserta diminta mencoba membuat rancangan sederhana berdasarkan contoh yang diberikan, sehingga mereka bisa langsung mengaplikasikan materi yang dipelajari.

Ketika pelatihan selesai, kegiatan berlanjut dengan pendampingan penerapan. Pada tahap ini, peserta mulai mencoba memperbarui tampilan kemasan dan desain produk berdasarkan hasil pelatihan. Tim PKM tetap mendampingi untuk memberikan masukan dan arahan agar hasil desain lebih rapi, mudah terbaca, dan sesuai identitas UMKM.

Pada tahap penutup, tim PKM kembali melakukan pengecekan untuk melihat perkembangan yang dicapai setelah seluruh kegiatan selesai.

Dengan cara ini, bisa terlihat apakah materi yang diberikan benar-benar dipahami dan diterapkan oleh peserta. Hasil dari evaluasi tersebut menjadi acuan untuk mengetahui seberapa besar peningkatan yang terjadi serta memahami hal-hal apa saja yang masih perlu diperbaiki agar kualitas produk UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra dapat terus meningkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengecekan di awal, UMKM Aneka kerupuk fajar putra masih belum mempunyai identitas merek yang jelas, selain itu tampilan produk juga belum cukup menarik untuk bersaing. Bahkan, mereka belum punya foto produk yang bagus, daftar harga yang jelas, atau katalog sederhana untuk keperluan jualan online. Padahal, kerupuk mereka sebenarnya punya kualitas dan rasa yang bagus. Dengan memperbaiki branding, kemasan, dan cara promosi, produk Fajar Putra bisa terlihat lebih menarik dan lebih mudah dikenal banyak orang. setelah itu peserta jadi lebih paham tentang apa itu branding. Mereka menyadari bahwa branding bukan hanya soal logo atau warna, tetapi tentang bagaimana membuat produk punya identitas dan ciri khas. Dengan cara ini, pembeli bisa lebih mudah mengenali produk kerupuk mereka. Peserta juga mulai mengerti bahwa memiliki identitas merek yang kuat dapat meningkatkan nilai jual tanpa harus mengubah produk secara besar-besaran. Peserta juga belajar tentang diferensiasi produk. Mereka memahami bahwa perbedaan kecil seperti pilihan rasa, bentuk kemasan, atau cara menampilkan produk bisa membuat usaha mereka lebih menonjol dibandingkan pesaing lainnya. Bahkan, peserta menyadari bahwa memberikan cerita singkat tentang usaha atau proses pembuatan kerupuk dapat menambah daya tarik bagi konsumen.

Tidak hanya itu, peserta juga mulai mempraktikkan materi branding melalui desain sederhana yang mereka buat. Warna, tulisan, dan gaya gambar mulai disesuaikan dengan karakter UMKM. Mereka bahkan lebih percaya diri ketika diminta menjelaskan konsep merek yang mereka inginkan, sesuatu yang sebelumnya belum terpikirkan.

Pelatihan ini membawa dampak nyata bagi UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra. Mulai dari peningkatan pengetahuan peserta, perubahan kemasan, hingga munculnya kesadaran bahwa branding dan diferensiasi dapat membantu usaha berkembang lebih cepat. Jika diterapkan secara konsisten, usaha ini memiliki peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai jual produknya.



KESIMPULAN

Kegiatan PKM dengan tema “ pelatihan branding Dan diferensiasi produk” memberikan banyak manfaat bagi pelaku usaha UMKM Aneka kerupuk fajar putra. Mulai dari mencari masalah utama, penyampaian materi, praktik, sampai evaluasi. Sebelum nya pelaku usaha belum terlalu memahami tentang branding dan citra merek yang berpengaruh terhadap penjualan produk. Pelatihan ini juga membantu mereka membuat produk lebih berkualitas dan menarik sehingga mudah di kenali konsumen. Adanya branding dan citra merek yang kuat membuat konsumen lebih mudah mengingat suatu produk tersebut, karna keunikannya berbeda dari produk lain.

Untuk keberlanjutan, UMKM disarankan tetap konsisten menerapkan branding dan diferensiasi, melakukan inovasi produk secara rutin, dan memanfaatkan media sosial serta platform online untuk pemasaran. Penyelenggara PkM diharapkan melanjutkan pendampingan, terutama di bidang pemasaran digital, manajemen media sosial, dan teknik fotografi produk. Pemerintah daerah juga dapat mendukung dengan pelatihan, bantuan peralatan, legalitas usaha, dan akses pasar, sementara lembaga pendidikan bisa menjadikan kegiatan serupa program rutin untuk memperkuat kerja sama dengan masyarakat sekaligus sebagai sarana praktik bagi dosen dan mahasiswa. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra dapat terus berkembang, meningkatkan nilai jual produk, dan menjadi contoh usaha yang sukses memanfaatkan branding dan diferensiasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Wahidah, N. (2024). Analisis Strategi Retro Branding dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Pada 'Kampung Jawa Pawone Simbah' Kabupaten Batang: Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Aulia, E., Zawawi, Z., & Warmana, G. O. (2024). Pemanfaatan Branding Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk UMKM Penjaringsari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 994-999.
- Fardani, A. E., Hasyim, A. F., Imaniar, S., & Ramadhan, A. D. (2024). Penguatan branding UMKM melalui sosialisasi Unique Selling Proposition (USP) pada pelaku usaha di Kampung Kue Rungkut Surabaya. *IHSAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 75-85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674-681.
- Ardiansyah, F., & Nur, D. I. (2024). Pengembangan Logo Sebagai Peningkatan Branding pada UMKM di Kelurahan Ngagel Rejo Surabaya. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 237-242.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and purchase decisions: An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*, 106(8), 607-628.
- Vega, A., Arif, S., Satrio, P. U. D., Andari, T. W., Utami, A. D. W., & Hartiningrum, A. (2024). Menciptakan Citra Merek yang Kuat dengan Desain Logo UMKM Graha Pangsit. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 15(1).
- Abdillah, M. G. D., Imaningsih, N., & Fadil, C. (2023). Pengembangan UMKM Melalui Diferensiasi Produk Pada UMKM Bakso Dan Es Campur" Family" Di Kota Blitar. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 01-08.
- Triana, H. (2025). Turnover Intention and Work-life Balance as Predictors of Employee Performance Satisfaction at Springhill Group. *ProBisnis: Jurnal Manajemen*, 16(2), 191-195. <https://doi.org/10.62398/PROBISNIS.V16I2>.
- Triana, H., & Yofi, Y. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Omnitech Global Indonesia. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 1(2), 113-124. <https://doi.org/10.32493/jism.v1i2.25615>.
- Abdurrahim, Abdurrahim, et al. *Pengantar Manajemen Dasar*. Edited by Fauzy Pratama, Ahmad, Bukuloka Literasi Bangsa, 2025.