



**WORKSHOP BRANDING & MARKETING STRATEGY DALAM RANGKA  
PENINGKATAN KAPASITAS PEMUDA DI SUMATERA BARAT**

**Haris Satria<sup>1\*</sup>, Dwi Mutia Sari<sup>2</sup>, Budiwirman<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Padang  
satriaaharis@fbs.unp.ac.id\*

**Article History:**

Received: 28-03-2023

Revised: 20-04-2023

Accepted: 28-04-2023

**Keywords:** Workshop,  
Branding, Digital  
Marketing, Sumatera  
Barat

**Abstract:** Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mempersiapkan kader pemuda kreatif yang unggul dan berdaya saing baik di tingkat nasional maupun internasional. Adapun materi workshop yang disajikan yaitu Branding & Marketing Strategy. Metode pelaksanaan dengan menggunakan pendekatan SCL (Student Centered Learning) tatap muka/ luring di pondok pemuda lubuk selasih kab. solok provinsi Sumatera Barat selama dua pekan dengan durasi 2 x 60 menit per angkatan. Pelaksanaan workshop menghasilkan new knowledge dan new experience bagi peserta dalam pengembangan bisnis berbasis inovasi pada sub sektor kuliner dan sub sektor kriya dengan memahami strategi branding dan marketing. Workshop branding & marketing strategy telah dilaksanakan pada tanggal 8 dan 15 februari 2023 serta mendapatkan respon yang baik dari peserta. Sinergi dan kolaborasi dalam peningkatan kapasitas pemuda di Sumatera Barat.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

**PENDAHULUAN**

Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh). Kepemudaan adalah berbagai hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, kapasitas, aktualisasi diri dan cita-cita pemuda. Hal ini dituangkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan [5]. Untuk menyiapkan kader pemuda kreatif yang unggul dan berdaya saing baik ditingkat nasional maupun internasional, diperlukan upaya khusus dalam peningkatan kapasitas pemuda melalui program pengabdian kepada masyarakat yaitu *workshop branding* dan *marketing strategy*. Hal ini senada dengan upaya yang dilakukan pemerintah provinsi Sumatera Barat dalam rangka mewujudkan program unggulan 'Mencetak 100.000 Millennial Entrepreneur dan Woman Entrepreneur serta Pelaku Ekonomi Kreatif'.

*Branding is a continuous process*, membuat yang tidak terlihat menjadi tampak dan diperhitungkan [4]. Ibarat dua sisi mata uang, *branding* dan *marketing* harus seiring sejalan agar lebih optimal. Dalam dunia usaha, pemasaran/ marketing termasuk salah satu hal yang sangat penting dilakukan dari suatu produk/ jasa yang diciptakan [1]. Melalui *workshop*, *transfer knowledge* dapat dilaksanakan sehingga menghasilkan *new knowledge* dan *new experience* bagi peserta. Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk mempercepat: upaya peningkatan kemampuan sumber daya manusia, upaya pengembangan masyarakat dan upaya pembinaan [2].

Berdasarkan gambaran di atas, tim melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada kepemudaan di Sumatera Barat dengan tujuan mendorong peningkatan kapasitas pemuda terhadap *branding* dan *marketing* sehingga bermanfaat dalam pengembangan usaha dibidang ekonomi kreatif.

## METODE PELAKSANAAN

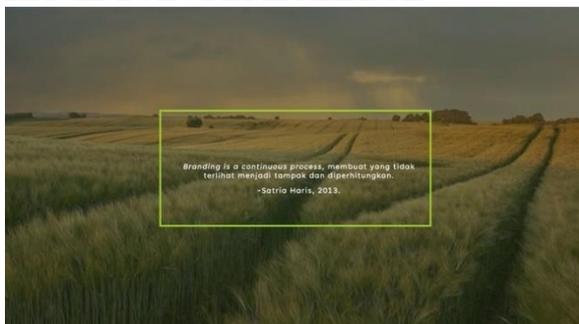
Metode pelaksanaan dengan menggunakan pendekatan SCL (*Student Centered Learning*) melalui tatap muka/ luring di pondok pemuda lubuk selasih kabupaten solok provinsi Sumatera Barat selama dua pekan dengan durasi 2x60 menit per angkatan [3]. Peserta masing-masing angkatan sebanyak 30 (tiga puluh) orang pemuda pelaku ekonomi kreatif utusan kabupaten kota se-Sumatera Barat. *Workshop* Angkatan I (Sub Sektor Kuliner) dilaksanakan pada tanggal 8 Februari 2023 dan *Workshop* Angkatan II (Sub Sektor Kriya) dilaksanakan pada tanggal 15 februari 2023. Adapun materi yang disajikan dalam *workshop* yaitu *branding & marketing strategy*.

Adapun tahapan dalam pelaksanaan *workshop branding & marketing strategy* yaitu :

1. Perencanaan;
  - a. Membuat slide presentasi terkait branding & marketing strategy untuk sub sektor kuliner.
  - b. Membuat slide presentasi terkait branding & marketing strategy untuk sub sektor kriya.
  - c. Koordinasi dengan panitia terkait teknis pelaksanaan workshop yang akan diberikan pada tanggal 8 dan 15 februari 2023.
2. *Workshop*;
  - a. Pengantar : menyapa peserta *workshop* dan memberikan motivasi terkait kepemudaan dan peluang pada ekonomi kreatif.
  - b. Pelajaran : menjelaskan materi terkait *branding* dan *marketing strategy* sesuai dengan sub sektor masing-masing serta memberikan referensi untuk menambah pengetahuan peserta *workshop*. Proses interaksi dan komunikasi selama *workshop* fokus pada peserta (SCL) dengan memberikan kata kunci atau pertanyaan untuk diskusi, *sharing* dan menyampaikan apapun terkait bisnis yang telah dan akan dijalankan.
  - c. Harapan : dengan adanya *workshop branding & marketing strategy*, diharapkan dapat membantu peningkatan kreatifitas pemuda di Sumatera Barat.
3. Evaluasi;
 

Pelaksanaan evaluasi dilaksanakan melalui pertanyaan terbuka setelah *workshop* kepada peserta terkait pemahaman pada materi yang telah disajikan dan teknis *workshop* yang telah dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. (i)



Gambar 1. (ii)



Gambar 1. (iii)



Gambar 1. (iv)

Gambar 1. *Highlight Materi Workshop Angkatan I Sub Sektor Kuliner*

Pelaksanaan *Workshop* 8 Februari 2023



Gambar 2. (i)



Gambar 2. (ii)

Gambar 2. *Workshop Branding & Marketing Strategy Angkatan I Sub Sektor Kuliner*

Pelaksanaan *workshop branding & marketing strategy* angkatan I difokuskan pada sub sektor kuliner. Tahap awal peserta diberikan gambaran umum tentang perbedaan *branding* dan *marketing*. Selanjutnya diberikan data terkait potensi pada sub sektor kuliner dan pengembangan usaha yang dapat dilaksanakan. Berangkat dari data tersebut, dilaksanakan diskusi dan berbagi informasi terkait apa potensi dan strategi dalam ekonomi kreatif. Pada tahap akhir, peserta diberikan strategi dalam *branding* dan *marketing* yang dapat dijalankan setelah *workshop* pada usaha yang telah dan akan dijalankan.



Gambar 3. (i)



Gambar 3. (ii)



Gambar 3. (iii)



Gambar 3. (iv)

### Gambar 3. Highlight Materi Workshop Angkatan II Sub Sektor Kriya

Pelaksanaan *Workshop* 15 Februari 2023



Gambar 4. (i)



Gambar 4. (ii)

### Gambar 4. Workshop Branding & Marketing Strategy Angkatan II Sub Sektor Kriya

Pelaksanaan *workshop branding & marketing strategy* angkatan II difokuskan pada sub sektor kriya. Tahap awal peserta diberikan gambaran umum tentang perbedaan *branding* dan *marketing*. Selanjutnya diberikan data terkait potensi pada sub sektor kriya dan mendapat referensi terkait contoh *marketing mix* untuk produk lokal. Berangkat dari data tersebut, dilaksanakan diskusi dan berbagi informasi terkait apa potensi dan strategi dalam ekonomi kreatif. Sesi diskusi menghasilkan informasi yang lengkap terkait permasalahan dan menemukan solusi bersama. Pada tahap akhir, peserta diberikan strategi dalam *branding* dan *marketing* yang dapat dijalankan setelah *workshop* pada usaha yang telah dan akan dijalankan agar dapat bersaing dan bertahan dikemudian hari.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

1. Pelaksanaan kegiatan *workshop branding & marketing strategy* sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan;
2. Peserta *workshop* merupakan perwakilan kabupaten kota se-Sumatera Barat yang sudah dan belum memiliki usaha dan tertarik pada sub sektor ekonomi kreatif;
3. *Workshop* dilaksanakan dengan pendekatan SCL (*Student Centered Learning*) melalui tatap muka/ luring dengan hasil yang lebih optimal.

### B. Saran

1. Peserta, dapat memaksimalkan materi yang telah disajikan dan mengimplementasikan pada praktik usaha yang dijalankan;

2. Panitia, melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan peserta bisa lebih disiplin.
3. Pemerintah, dapat menyiapkan program pengembangan usaha guna meningkatkan kapasitas pemuda Sumatera Barat.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Rektor UNP, Ketua LPPM, Dekan FBS, Kepala Departemen Seni Rupa, Ketua Prodi Desain Komunikasi Visual & Tim Administrator Universitas Negeri Padang serta Dinas Pemuda dan Olahraga Sumatera Barat selaku Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat dan Semua Pihak yang telah Membantu Pelaksanaan Kegiatan ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Imron, A; Slamet; Masrokhah. (2023). 'Strategi UMKM Sukses Jualan Online Di Marketplace', Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 2 No. 4 April, pp. 395-399, 2023.
- [2] Riduan, A. (2016). 'Pelaksanaan Kegiatan Kepada Masyarakat'. Ekuitas (Jurnal Ekonomi dan Keuangan), 2016.
- [3] Rosyada, D. (2015). 'Student Centered Learning'. [www.uinjkt.ac.id/http://dederosyada.lec.uinjkt.ac.id/reviews/studentcenteredlearning](http://www.uinjkt.ac.id/http://dederosyada.lec.uinjkt.ac.id/reviews/studentcenteredlearning), diakses pada tanggal 27 april 2023.
- [4] Satria, H. (2013). 'Rancangan City Branding Kota Padang Pentingnya Sebuah Branding Dalam Perkembangan Kota'. Jurnal DeKaVe Vol. 03 No. 05, pp. 13-22, 2013.
- [5] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan. [https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\\_2009\\_40.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_40.pdf), diakses pada tanggal 26 april 2023.