

Strategi Membangun *Product branding* Media Sosial Pada UMKM Opak Melati di Pandeglang Banten

Bibliografi : 6 Bab 110 halaman+lampiran , 26 acuan sumber tahun 1998-2018

ABSTRAK

Pada perkembangannya *brand* memiliki fungsi yaitu sebagai pengenalan identitas *branding* kepada orang lain, sebagai bentuk promosi atas daya tarik, pembangunan citra produk, jaminan sebuah kualitas produk, pemberi keyakinan, hingga pengendali atas orang-orang yang ada disekelilingnya.

Kegiatan Peduli Negeri pada UMKM yang dilakukan di daerah Pandeglang Banten pada tahun 2019 adalah untuk membantu para pengelola sekaligus pemilik UMKM dapat memperoleh pemasaran dengan jaringan konsumen yang lebih maksimal. Pada observasi yang dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2019, di Pandeglang Banten terdapat UMKM yang produknya berupa Opak yang diberi nama Opak Melati. Pada pengelolaan produk Opak, pengelola memproduksi jenis Opak yang berbeda dari biasanya berupa Opak jenis rasa buah. Berdasarkan data observasi yang dilakukan oleh team TAPN salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Opak Melati adalah masih sempitnya jangkauan pemasaran dan masih rendahnya kemampuan para pengelola UMKM dalam membangun *product branding* dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, hal ini mengakibatkan pemasaran produk yang dilakukan hanya di wilayah lokal Pandeglang saja.

Oleh karna itu perlu dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada pengelola UMKM Opak Melati di Pandeglang Banten berkaitan dengan membangun produk branding di media sosial agar meingkatkan jangkauan pasar lebih luas lagi. Media sosial yang dapat membangun *product branding* agar meningkatkan jangkauan pasaran yaitu *Facebook* dan *Instagram*. Media sosial tersebut akan memungkinkan para pengelola UMKM untuk memperluas jaringan calon pembeli dan memungkinkan untuk lebih banyak orang yang melihat produk Opak Melati. Hal ini bertujuan agar produk dapat membangun citra pada produk dengan menggunakan konsep kemasan, logo, dan karakter yang unik agar terlihat menarik.

Kegiatan peduli negeri ini dilaksanakan dengan memberikan pelatihan selama 1 hari dan pendampingan selama 3 bulan melalui *Group Whatsapp* dan jumlah peserta yaitu 25 orang dengan membawakan materi mengenai strategi membangun produk branding di media sosial. Metode kegiatan yang digunakan berupa ceramah, tanya jawab, diskusi, dan praktek. Evaluasi pada kegiatan ini adalah aspek pengetahuan dan keterampilan.

Kata Kunci : *Product branding, Brand awarness, Media Sosial, UMKM, Opak Melati*