



Open Access

IMPLEMENTASI PENDAMPINGAN BRANDING BERBASIS MEDIA PROMOSI CETAK UNTUK PENGUATAN IDENTITAS USAHA UMKM BTPN SYARIAH DI MMS SEMAMPIR 2 SURABAYA

Azza Nur Lailiyah^{*1}, Irma Kurniasari²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

^{*}Corresponding Author: 23012010056@student.upnjatim.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 24 November 2025</p> <p>Revised : 17 Desember 2025</p> <p>Accepted : 26 Desember 2025</p> <p>Publication : 31 Januari 2025</p> <p>Keywords: <i>Branding, Micro, Small and medium enterprises, Facilitator, Brand Identity, Mentoring</i></p> <p>Kata Kunci: Branding, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Fasilitator Identitas Merek, Pendampingan</p> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p>Abstract: <i>A business identity strengthening mentoring program for BTPN Syariah customers at MMS Semampir 2 Surabaya was implemented to improve the branding capacity and competitiveness of MSMEs. This activity involved university students as facilitators who provided structured training on developing business identities, including name selection and banner design. The mentoring was conducted weekly for four months through assessments, material delivery, practice, and evaluation. The implementation results showed a significant increase in customer understanding and skills in building a visual business identity. Customers were able to produce informative and professional banners that reflect the character of the business, thereby increasing visibility and image in the eyes of consumers. The banner installation also resulted in an increase in the number of customers and awareness of the importance of branding in business development. Overall, this program contributes to the empowerment of MSMEs through the strengthening of sustainable and more competitive brand identities.</i></p> <p>Abstrak: Program pendampingan penguatan identitas usaha bagi nasabah BTPN Syariah di MMS Semampir 2 Surabaya dilaksanakan untuk meningkatkan kapasitas branding dan daya saing pelaku UMKM. Kegiatan ini melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator yang memberikan pelatihan terstruktur mengenai penyusunan identitas usaha, termasuk penentuan nama, dan pembuatan desain banner. Pendampingan dilakukan selama empat bulan dalam 1 minggu sekali melalui asesmen, penyampaian materi, praktik, hingga evaluasi. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan nasabah dalam membangun identitas visual usaha. Nasabah mampu menghasilkan banner informatif dan profesional yang mencerminkan karakter usaha, sehingga meningkatkan visibilitas dan citra di mata konsumen. Pemasangan banner turut berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan serta kesadaran akan pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Secara keseluruhan, program ini berkontribusi pada pemberdayaan UMKM melalui penguatan identitas merek yang berkelanjutan dan lebih kompetitif.</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

INTRODUCTION

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional karena menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi masyarakat (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2023). Namun, banyak pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam membangun identitas usaha dan mengelola strategi pemasaran secara tepat (Hidayat & Hartono, 2022). Untuk menjawab permasalahan tersebut, PT Bank BTPN Syariah melalui Program Bestee menyediakan pendampingan dan edukasi kepada nasabah, khususnya ibu-ibu pra-sejahtera produktif (BTPN Syariah, 2023). Pendampingan ini dilaksanakan oleh mahasiswa magang yang berperan sebagai fasilitator dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan bisnis para nasabah (Sari & Mahfudz, 2021).

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian tidak hanya terlihat dari peningkatan kemampuan produksi, tetapi juga dari pemerataan pendapatan masyarakat. Meski demikian, banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya identitas usaha atau branding sebagai strategi dasar dalam membangun kepercayaan pelanggan (Lestari, 2020). Fokus pendampingan di wilayah MMS Semampir 2 adalah memperkuat branding usaha melalui pemanfaatan media promosi cetak, seperti banner, spanduk, poster, dan brosur, karena media tersebut mudah diterapkan, murah, dan sangat relevan bagi pelaku usaha mikro yang mengandalkan pemasaran tatap muka.

Untuk mengatasi hal tersebut, Program Bestee memberikan pelatihan mengenai identitas usaha, termasuk pembuatan logo dan banner sebagai media promosi visual yang efektif (BTPN Syariah, 2023). Banner memiliki fungsi penting sebagai sarana penyampaian informasi sekaligus penanda lokasi usaha agar lebih mudah dikenali masyarakat. Penempatan banner di lokasi strategis dapat meningkatkan peluang masyarakat untuk mengetahui produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan demikian, banner menjadi langkah awal yang sederhana namun berpengaruh dalam membangun branding UMKM (Pramudita, 2022).

Pelaksanaan Program Bestee berlangsung selama kurang lebih empat bulan dan mencakup asesmen usaha, pelatihan, hingga evaluasi hasil pendampingan. Di wilayah Mobile Marketing Syariah (MMS) Semampir 2, banyak nasabah yang belum memiliki identitas usaha yang jelas, sehingga pendampingan lebih difokuskan pada penguatan identitas visual. Pembuatan banner yang informatif dan menarik diberikan sebagai solusi praktis untuk memperkenalkan usaha kepada masyarakat. Melalui pendekatan ini, pelaku

UMKM didorong meningkatkan profesionalitas dan daya tarik usaha (Putra & Widodo, 2021).

Upaya pendampingan yang dilakukan tidak hanya bertujuan meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi nasabah. Identitas usaha yang kuat diharapkan mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jangkauan pasar (Lestari, 2020). Selain itu, program ini membantu pelaku UMKM memahami strategi pemasaran sederhana yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Dengan demikian, Program Bestee berkontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini secara khusus bertujuan untuk memperkuat identitas usaha UMKM nasabah BTPN Syariah di MMS Semampir 2 Surabaya melalui pendampingan branding berbasis media promosi cetak sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

METHOD

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan proses pendampingan dan perubahan kemampuan branding visual pada UMKM binaan BTPN Syariah. Subjek kegiatan pengabdian masyarakat adalah nasabah BTPN Syariah di Kecamatan Semampir 2 yang mengikuti Program Bestee.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dokumentasi proses pelatihan, serta analisis before–after hasil identitas visual usaha. Pendampingan dilakukan dengan pertemuan mingguan selama empat bulan dan mencakup empat tahap utama

1. Perkenalan & Survei Usaha

Fasilitator melakukan wawancara awal, asesmen usaha, dan identifikasi kebutuhan branding. Informasi yang dikumpulkan meliputi kondisi usaha, tantangan promosi, dan tingkat pemahaman visual.

2. Penyampaian Materi

Materi fokus pada konsep identitas usaha, fungsi media promosi cetak, elemen desain (warna, tipografi, tata letak), serta strategi komunikasi visual sederhana.

3. Tinjauan Materi & Praktik Pembuatan Desain

Nasabah didampingi dalam merancang media cetak menggunakan platform Canva. Praktik difokuskan pada pembuatan banner, spanduk, dan poster yang mencerminkan karakter usaha dan mudah dipahami konsumen.

4. Penutupan & Evaluasi

Fasilitator meninjau hasil akhir berupa desain cetak, pemasangan banner di lokasi usaha, serta melakukan wawancara evaluasi terkait manfaat dan perubahan yang dirasakan nasabah.

RESULTS AND DISCUSSION

Setelah pelaksanaan pendampingan melalui Program Bestee Internship oleh PT Bank BTPN Syariah, dampak terhadap para nasabah UMKM di wilayah Mobile Marketing Syariah (MMS) Semampir 2 terlihat secara signifikan dalam aspek penguatan identitas usaha dan kemampuan promosi visual. Sebelum dilakukan pendampingan, sebagian besar pelaku usaha mikro di wilayah tersebut belum memiliki identitas usaha yang jelas dalam bentuk logo, banner, maupun nama usaha yang konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan usaha mereka sulit dikenali oleh konsumen dan promosi masih bergantung pada metode penyampaian secara lisan. Selain itu, tampilan tempat usaha cenderung polos tanpa unsur visual yang mencerminkan karakter produk atau layanan yang ditawarkan. Banyak nasabah mengaku belum memahami pentingnya identitas visual sebagai elemen utama dalam menarik perhatian pelanggan serta membangun citra profesional yang dapat meningkatkan daya saing (Wibowo, 2018).

Setelah menjalani proses pendampingan selama empat bulan, hasil yang diperoleh menunjukkan perubahan yang sangat nyata dan terukur. Melalui tahapan asesmen, analisis masalah, dan pelatihan pembuatan banner menggunakan platform Canva, para nasabah mampu memahami pentingnya elemen identitas usaha seperti logo, warna merek, slogan, serta informasi kontak. Fasilitator juga memberikan edukasi mengenai bagaimana desain visual memengaruhi persepsi konsumen dan berperan dalam meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan. Pada tahap praktik, nasabah didorong untuk membuat banner secara mandiri dengan menyesuaikan karakteristik masing-masing usaha agar pesan yang disampaikan lebih relevan. Fasilitator turut memberikan arahan terkait pemilihan warna, tipografi, tata letak, dan penempatan informasi agar desain tetap menarik, komunikatif, dan mudah dibaca oleh calon pelanggan.

Rencana kegiatan dalam satu sesi akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Perkenalan dan Survei Usaha

Aktivitas pendampingan usaha diawali dengan melakukan perkenalan dengan nasabah BTPN Syariah. Hal tersebut dilakukan agar antara penulis dan nasabah terjalin komunikasi yang baik. Pada pertemuan tersebut penulis juga menyampaikan maksud dan tujuan seorang fasilitator mewawancarai nasabah guna mengisi asesmen yang ada di aplikasi Bestee. Asesmen tersebut mencakup identitas nasabah, customer business, finansial usaha, digital savviness, dan dokumentasi tempat atau produk usaha.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 1. Perkenalan dan *Assessment*

2. Penyampaian Materi

Pada pertemuan kedua dengan membawakan materi yang sudah ditentukan pada asesmen rekomendasi setelah pertemuan pertama. Penyampaian materi tersebut dimaksudkan agar nasabah lebih memahami pentingnya identitas atau merek bagi suatu usaha dan tata cara membuat suatu merek serta memberikan solusi.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 2. Penyampaian Materi

3. Tinjauan Materi dan Praktik

Tahap ini bertujuan untuk melakukan review terhadap materi yang telah diajarkan sebelumnya, untuk memastikan pemahaman nasabah. Selanjutnya, fasilitator akan membimbing nasabah melalui praktik dan memberikan tugas terkait dengan materi yang telah disampaikan. Fasilitator memberikan nasabahnya untuk mendapatkan rekomendasi materi berupa identitas usaha berupa merek maka nasabah akan dibantu membuat banner.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3. Review Materi dan Praktik

4. Penutupan

Kegiatan penutupan dan review hasil kegiatan dilakukan untuk mengetahui apakah ada perubahan yang dilakukan nasabah selama masa pendampingan dan pemberdayaan. Kegiatan review yang dilakukan harus sesuai dengan formulir yang sudah disediakan diawal oleh pihak PT Bank BTPN Syariah. Mahasiswa sebagai fasilitator harus menunjukkan hasil pendampingannya yang di dokumentasikan dalam bentuk foto before- after. Setiap minggunya, akan melakukan kegiatan sharing session bersama mentor dan setiap harinya mentor akan menanggapi setiap permasalahan dari nasabah yang dikonsultasikan oleh fasilitator melalui Whatsapp (WA).



Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 4. Penutupan

Hasil dari pendampingan tersebut menunjukkan bahwa setiap nasabah berhasil menciptakan banner usaha dengan tampilan yang lebih profesional dan representatif. Banner yang dibuat menampilkan nama usaha, jenis produk, nomor kontak, serta beberapa nasabah mulai menambahkan tagline dan logo pribadi. Perubahan ini membuktikan bahwa pemahaman mereka terkait branding dan visual identity telah berkembang semakin baik. Selain meningkatkan keterampilan teknis, proses ini juga membangun kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam mempresentasikan usahanya kepada masyarakat. Identitas visual yang lebih jelas menjadikan usaha mereka tampil lebih kredibel dan mampu menarik perhatian konsumen secara lebih efektif.

Berdasarkan observasi lapangan, setelah pemasangan banner di lokasi usaha, jumlah pelanggan yang datang mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Banyak nasabah melaporkan bahwa konsumen baru mulai berdatangan karena tertarik melihat banner yang informatif dan memiliki desain menarik. Banner tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi pasif, tetapi juga sebagai representasi visual yang memperkuat karakter serta kualitas usaha. Kehadiran identitas visual ini mendorong terciptanya persepsi positif terhadap usaha yang sebelumnya belum memiliki penampilan yang menonjol. Melalui konsistensi penggunaan identitas visual, nasabah mulai memahami bahwa usaha mereka memiliki citra tersendiri yang membedakan dari pesaing di sekitar wilayah tersebut.

Dengan demikian, program pendampingan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis nasabah dalam membuat media promosi, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya branding dan profesionalitas usaha yang berkelanjutan (Mulyani, 2020). Para pelaku UMKM kini memiliki bekal dasar untuk mengembangkan identitas visual yang lebih kuat dan relevan dengan pasar. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pendampingan yang terstruktur mampu memberikan dampak nyata dalam perkembangan usaha mikro, khususnya dalam hal pemasaran. Upaya ini juga selaras dengan tujuan Program Bestee Internship untuk memberdayakan masyarakat melalui edukasi yang aplikatif dan mudah diterapkan. Secara keseluruhan, pendampingan ini memberikan kontribusi penting dalam memperbaiki kualitas promosi dan memperkuat daya saing UMKM di wilayah MMS Semampir 2 Surabaya

CONCLUSION

Program pendampingan penguatan identitas usaha melalui Program Bestee BTPN Syariah di wilayah MMS Semampir 2 Surabaya memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pemahaman, keterampilan, dan penerapan strategi branding bagi pelaku UMKM. Sebelum pendampingan, sebagian besar nasabah belum memiliki identitas usaha yang jelas sehingga usaha sulit dikenali, kurang menarik, dan minim upaya promosi visual. Melalui rangkaian kegiatan asesmen, penyampaian materi, praktik desain banner, dan evaluasi selama empat bulan, nasabah memperoleh pengetahuan baru mengenai unsur identitas merek serta pentingnya konsistensi visual dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

Hasil pendampingan menunjukkan adanya perubahan nyata pada tampilan usaha, khususnya melalui pembuatan banner yang lebih informatif dan profesional.

Perubahan ini berdampak pada meningkatnya visibilitas usaha, bertambahnya jumlah pelanggan, serta tumbuhnya kesadaran nasabah mengenai pentingnya citra usaha sebagai faktor pembeda dalam persaingan pasar. Secara keseluruhan, Program Bestee tidak hanya memberikan peningkatan keterampilan teknis pembuatan identitas visual, tetapi juga mendorong pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan melalui penguatan branding, profesionalitas, dan daya saing usaha. Dengan demikian, pendampingan ini terbukti efektif menjadi strategi pengembangan kapasitas UMKM dan memberikan kontribusi positif terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat.

REFERENCES

- Hidayat, M., & Hartono, A. (2022). STRATEGI PEMASARAN UMKM DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Lestari, M. (2020). PENTINGNYA IDENTITAS USAHA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(1), 33–40.
- Maulana, I. R., & Razak, A. (2025). PEMBERDAYAAN UMKM NASABAH BTPN SYARIAH MELALUI PROGRAM BESTEE UNTUK MENINGKATKAN KETERAMPILAN BERWIRUSAHA DI KECAMATAN PAMEUNGPEUK.
- Mulyani, S. (2020). BRANDING BERKELANJUTAN UNTUK UMKM. *Jurnal Manajemen Usaha Kecil*.
- Nabila Fajrina, S. R. (2023). PEMBUATAN DESAIN IDENTITAS VISUAL SEBAGAI SALAH SATU KEKUATAN BRAND UNTUK Mendukung Daya Saing Produk pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*.
- Natasha Arvanessa Puteri, F. L. (2025). PENDAMPINGAN PEMBUATAN IDENTITAS USAHA BAGI NASABAH BTPN SYARIAH MMS WONOREJO UNTUK MENINGKATKAN KINERJA USAHA. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*.
- Prakusya, D. Y. (2024). MENCIPTAKAN MEREK DAN LOGO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM NASABAH BTPN SYARIAH DI KECAMATAN CEPU. PADMA.
- Pramudita, A. (2022). MEDIA VISUAL DALAM MENINGKATKAN BRANDING UMKM. *Jurnal Komunikasi Visual*.
- Putra, J., & Widodo, A. (2021). PENGUATAN BRANDING UMKM MELALUI IDENTITAS VISUAL. *Jurnal Desain & Bisnis*, 3(2), 87–95.