



Langkah Bersama Intelektua

Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat (JIPM)

Homepage: <https://langkahbersama.id/index.php/jipm>

ISSN: 3123 - 3058 (Media Online)

Volume 2, No 4 Juni 2026 (Halaman 511-516)

## PENGARUH PELATIHAN BRANDING PRODUK TERHADAP DAYA SAING PRODUK KREATIF SISWA/I SMKS DARMA NUSANTARA PANDEGLANG

Risva Hamidah<sup>1</sup>, Afyta Indriani<sup>2</sup>, Hendrik<sup>3</sup>, Nurzaeni Adryanti Sabilla<sup>4</sup>, Amanda Putri S<sup>5</sup>, Fifi Musfiroh<sup>6</sup>

Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pamulang<sup>1,2,3,4,5,6</sup>  
Kota Serang, Indonesia

Email : [hamidahriva67@gmail.com](mailto:hamidahriva67@gmail.com)<sup>1</sup>, [afytaindriani@gmail.com](mailto:afytaindriani@gmail.com)<sup>2</sup>, [Henmahen41@gmail.com](mailto:Henmahen41@gmail.com)<sup>3</sup>, [sasabilla0313@gmail.com](mailto:sasabilla0313@gmail.com)<sup>4</sup>, [amandashef2005@gmail.com](mailto:amandashef2005@gmail.com)<sup>5</sup>, [Dosen03414@unpam.ac.id](mailto:Dosen03414@unpam.ac.id)<sup>6</sup>

### ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif yang semakin kompetitif menuntut siswa sekolah kejuruan tidak hanya mampu menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga memahami strategi branding untuk meningkatkan nilai jual dan daya saing produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan branding produk terhadap daya saing produk kreatif siswa SMKS Darma Nusantara Pandeglang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada siswa peserta pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan branding memberikan pengaruh positif terhadap kemampuan siswa dalam mengembangkan dan memasarkan produk kreatif. Siswa menjadi lebih memahami pentingnya identitas merek, desain kemasan yang menarik, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Secara keseluruhan, pelatihan branding produk berperan penting dalam meningkatkan kreativitas, kepercayaan diri, dan keterampilan kewirausahaan siswa sehingga dapat mempersiapkan mereka menghadapi persaingan di dunia kerja maupun industri kreatif.

**Kata Kunci:** Branding Produk, Pelatihan Daya Saing, Produk Kreatif, Kewirausahaan

### ABSTRACT

*The development of an increasingly competitive creative industry requires vocational high school students not only to be able to produce quality products but also to understand branding strategies to increase product value and competitiveness. This study aims to determine the effect of product branding training on the competitiveness of creative products among students of SMKS Darma Nusantara Pandeglang. The research method used is quantitative with a descriptive*

### Article History

Received: 18 Juni 2026

Reviewed: 26 Juni 2026

Published: 29 Juni 2026

Copyright : Author

Publish by : JIPM



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

*questionnaires distributed to students participating in product branding training. The results of the study indicate that branding training has a positive effect on students' ability to develop and market creative products. Students become more aware of the importance of brand identity, attractive packaging design, and the use of social media as a promotional tool. Overall, product branding training plays an important role in improving students' creativity, self-confidence, and entrepreneurial skills, enabling them to better prepare for competition in the workforce and creative industries.*

**Keywords:** *Product Branding, Training Competitiveness, Creative Products, Entrepreneurship*

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha dan industri kreatif pada era globalisasi saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Persaingan pasar yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki kemampuan dalam menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki nilai tambah dan identitas yang kuat agar mampu menarik perhatian konsumen. Dalam kondisi tersebut, branding produk menjadi salah satu strategi penting yang dapat digunakan untuk meningkatkan nilai jual, memperkuat citra produk, serta menciptakan daya saing di pasar.

Branding merupakan proses membangun identitas produk agar lebih mudah dikenali, diingat, dan dipercaya oleh konsumen. Branding tidak hanya terbatas pada pemberian nama atau logo produk, tetapi juga meliputi desain kemasan, slogan, kualitas pelayanan, strategi promosi, serta citra produk di mata masyarakat. Produk dengan branding yang baik cenderung memiliki peluang lebih besar untuk diminati konsumen dibandingkan produk yang tidak memiliki identitas yang jelas. Oleh sebab itu, kemampuan branding menjadi keterampilan penting, khususnya bagi generasi muda yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dan industri kreatif.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sebagai lembaga pendidikan vokasi memiliki peran penting dalam mempersiapkan siswa agar siap menghadapi dunia kerja maupun mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri melalui kegiatan kewirausahaan. Salah satu bentuk upaya tersebut adalah dengan mendorong siswa menghasilkan produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi. Namun, dalam praktiknya masih banyak siswa yang hanya berfokus pada kualitas produk tanpa memahami pentingnya strategi pemasaran dan branding. Akibatnya, produk yang dihasilkan sering kali kurang dikenal dan sulit bersaing di pasaran meskipun memiliki kualitas yang cukup baik.

SMKS Darma Nusantara Pandeglang sebagai lembaga pendidikan kejuruan juga berupaya meningkatkan kemampuan siswa dalam bidang kewirausahaan melalui pelatihan branding produk. Pelatihan ini bertujuan memberikan pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya identitas merek, desain logo, kemasan produk, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan adanya pelatihan tersebut, diharapkan siswa dapat meningkatkan kreativitas, inovasi, serta kemampuan memasarkan produk secara lebih profesional.

Selain itu, perkembangan teknologi digital saat ini juga memberikan peluang besar bagi siswa untuk memasarkan produk secara lebih luas melalui platform media sosial dan marketplace. Namun, pemanfaatan teknologi tersebut memerlukan kemampuan branding yang baik agar produk dapat terlihat lebih memiliki keunggulan

dibandingkan produk pesaing. Oleh karena itu, pelatihan branding menjadi salah satu langkah strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya siswa SMK di bidang kewirausahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pelatihan Branding Produk terhadap Daya Saing Produk Kreatif Siswa/i SMKS Darma Nusantara Pandeglang” guna mengetahui sejauh mana pelatihan branding mampu meningkatkan kemampuan siswa dalam menciptakan produk kreatif yang kompetitif dan bernilai jual tinggi.

Dengan melihat pentingnya branding dalam meningkatkan nilai jual dan daya saing produk kreatif, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pelatihan branding produk terhadap daya saing produk kreatif siswa/i SMKS Darma Nusantara Pandeglang.

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan branding produk terhadap daya saing produk kreatif siswa/i SMKS Darma Nusantara Pandeglang. Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran secara mendalam mengenai proses pelaksanaan pelatihan branding produk serta perubahan kemampuan siswa dalam memahami identitas merek, strategi pemasaran, dan pengembangan produk kreatif.

Sasaran kegiatan penelitian ini adalah siswa/i SMKS Darma Nusantara Pandeglang yang mengikuti pelatihan branding produk, khususnya siswa yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan sekolah dan pengembangan produk kreatif. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di lingkungan sekolah dengan menyesuaikan kebutuhan siswa dalam memahami konsep branding sebagai salah satu strategi meningkatkan nilai jual produk.

Implementasi kegiatan penelitian dibagi menjadi beberapa tahapan. Pertama, tahap persiapan dan koordinasi, yaitu melakukan koordinasi dengan pihak sekolah terkait pelaksanaan penelitian serta identifikasi kebutuhan siswa mengenai pemahaman branding produk. Kedua, tahap pelaksanaan pelatihan, yaitu pemberian materi mengenai branding produk yang meliputi identitas merek, pembuatan logo, desain kemasan, strategi pemasaran, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk kreatif.

Ketiga, tahap praktik dan pendampingan, di mana siswa diberikan kesempatan untuk menerapkan konsep branding pada produk kreatif yang dimiliki, seperti membuat desain kemasan yang lebih menarik, menentukan identitas produk, dan melakukan promosi sederhana melalui media digital. Pada tahap ini, siswa diarahkan untuk mengembangkan kreativitas dan inovasi agar produk yang dihasilkan memiliki daya tarik serta mampu bersaing di pasaran.

Keempat, tahap evaluasi, yaitu melihat perubahan pemahaman siswa mengenai branding produk serta peningkatan kreativitas dalam pengembangan produk kreatif setelah mengikuti pelatihan. Melalui tahapan tersebut, diharapkan pelatihan branding produk dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan dan daya saing produk kreatif siswa/i SMKS Darma Nusantara Pandeglang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memahami pentingnya branding setelah mengikuti pelatihan. Siswa menjadi lebih kreatif dalam membuat logo, kemasan produk, dan promosi digital. Selain itu, kemampuan siswa dalam menentukan identitas produk juga meningkat, sehingga produk yang dibuat memiliki ciri khas dan lebih mudah dikenali. Beberapa siswa juga mulai mampu membuat konten promosi yang menarik untuk dipublikasikan melalui media sosial.

Pelatihan branding memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya saing produk kreatif siswa. Produk yang sebelumnya kurang menarik menjadi lebih modern dan memiliki nilai

jual lebih tinggi. Selain itu, siswa juga mulai memahami penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Dengan adanya pelatihan ini, siswa tidak hanya belajar mengenai desain produk, tetapi juga memahami strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen. Pelatihan branding juga membantu meningkatkan rasa percaya diri siswa dalam mempromosikan hasil karya mereka kepada masyarakat luas.



Gambar 1. Penyampaian Materi “Branding Suatu Produk Terhadap Daya Saing”



Gambar 2. Dokumentasi Tim Pelaksana PKM Bersama Perwakilan Sekolah

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan branding produk memberikan pengaruh positif terhadap daya saing produk kreatif siswa/i SMKS Darma Nusantara Pandeglang. Setelah mengikuti pelatihan, siswa menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya branding sebagai strategi dalam meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk. Siswa menjadi lebih memahami cara membangun identitas merek, membuat desain logo dan kemasan yang menarik, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk.

Selain itu, pelatihan branding juga memberikan dampak terhadap peningkatan kreativitas dan inovasi siswa dalam mengembangkan produk kreatif. Produk yang sebelumnya kurang memiliki identitas menjadi lebih menarik, modern, dan memiliki ciri khas yang membedakan dari produk lainnya. Dengan demikian, pelatihan branding produk dapat menjadi salah satu upaya efektif dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan sekaligus mempersiapkan siswa menghadapi persaingan dunia usaha dan industri kreatif.

### Saran

- Bagi sekolah, diharapkan dapat terus mengadakan pelatihan branding produk dan kewirausahaan secara rutin agar siswa memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengembangkan serta memasarkan produk kreatif.
- Bagi siswa, diharapkan dapat terus meningkatkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan

- c. memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing yang lebih tinggi.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan membahas strategi pemasaran digital atau faktor lain yang memengaruhi daya saing produk kreatif secara lebih mendalam dan luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N., Fitriyah, A., Supriatna, A., Wahyudi, A. D., Rosaeti, L., Gulo, Y. N., & Taufik, R. (2025). Membangun Generasi Mandiri: Kombinasi Pendidikan Keuangan dan Pengembangan SDM di MA Al-Ulya Al Mubarak. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 551-557.
- Alma, Buchari. 2016. Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, I. P., Jasmine, V., Riska, R., Salsabila, M. A., & Alfiansyah, P. (2025). SOSIALISASI PELATIHAN MICROSOFT EXCEL BERBASIS VISUAL (DASHBOARD) UNTUK MENINGKATAN KOMPETENSI SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. *BESIRU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(12), 1153-1157.
- Assauri, Sofjan. 2018. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Darma Jata, A. A. G., & Triana, H. Kamaludin. (2024). ProBisnis: Jurnal Manajemen Pengaruh Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri, Tbk Divisi e-Channel Operation. *Lembaga Riset, Publikasi, Dan Konsultasi Jonhariono*, 15(6), 231-241.
- Jasmine, V. J., Arianto, I. P., Damayanti, M. F., Azzahra, R., & Boetillah, E. (2025). EDUKASI MENTAL HEALTH AWARENESS SEBAGAI UPAYA MOTIVASI PENINGKATAN KESIAPAN KERJA SISWA SMK NURUL HUDA BAROS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 77-84.
- Kotler, Philip. 2018. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Latif, L., Kamaludin, K., & Sunarto, A. (2024). Ketahanan Berwirausaha, Daya Hidup Ukm Dan Keberlangsungan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Untuk Menciptakan Sdm Yang Unggul. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 4(2), 81-89.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat
- Pengembangan Kreativitas Siswa melalui Pelatihan Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan." *Jurnal Pendidikan Vokasi*.
- Solihin, A., & Triana, H. (2024). Sosialisasi Pentingnya Pemahaman Fungsi Manajemen Untuk Pengelolaan SDM Pada UKM Di Desa Sasahan. *Amanah Mengabdi*, 1(1), 93-96.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukasih, A. S., & Awalia, N. (2025). PELATIHAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL 5.0 UNTUK MENINGKATKAN SUMBER DAYA MANUSIA SERTA KOMPETENSI SISWA SMAN 1 JAWILAN. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(3), 21-30.
- Suryana. 2017. Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. Jakarta: Salemba Empat.
- Taufik, R., Dewi, M. W., Laksana, M. W., Febriani, A. A., & Muthmainnah, M. (2025). EDUKASI MANAJEMEN RISIKO KEUANGAN PRIBADI UNTUK MENGHINDARI PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 62-69.
- Taufik, R., Triani, R. A., Herlambang, R., Aprida, S., & Apriyana, R. (2025). PELATIHAN PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI (HPP) DALAM USAHA KECIL UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SMK 1 CIRUAS. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 70-76.
- Tjiptono, Fandy. 2017. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Triana, H., & Permadi, B. (2025). Pengarahan Dan Sosialisasi Menumbuhkan Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Negeri 2 Kota Serang. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 51-60.
- Triana, H., & Permadi, B. (2025). Pengarahan Dan Sosialisasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia SDM di Era Digital Pada Karang Taruna Di Kelurahan Serang, Serang, Banten. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 71-80.

- Triana, H., & Rahmawati, I. (2025). Level Up Your Future, Strategi Sukses Mengembangkan Soft Skills & Hard Skills Sejak Dini Pada Siswa SMA N 6 Cipocok. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 5(5), 11-20.
- Triana, H., Solihin, A., & Munandar, S. A. (2025). Pelatihan Dasar-Dasar Kepemimpin Dalam Organisasi Pada Ikatan Remaja Masjid Daarul Falaah Kelurahan Pamulang Timur Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 6(11), 21-30.