



# Peningkatan Kemampuan Personal Branding sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Gitar Desa Ngrombo, Sukoharjo

<sup>1</sup>Pinkan Surya Amalia, <sup>2</sup>Ady Tama, <sup>3</sup>Bramasetya Raka Purnama, <sup>4</sup>Naurah Qolbia  
<sup>5</sup>Salamah, <sup>6</sup>Binta Mazala Istiqoma, <sup>7</sup>Arif Setiawan

<sup>1234567</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta

[a710210002@student.ums.ac.id](mailto:a710210002@student.ums.ac.id)

Article Info	Abstract
<p><b>Article History</b> Received: 10 August 2024 Revised: 15 August 2024 Published: 16 August 2024</p> <p><b>Keywords</b> Community service; Personal branding; Branding produk Digital marketing</p>	<p>Ngrombo Village, located in Baki Subdistrict, Sukoharjo Regency, is known as the "guitar village" due to its thriving guitar-making industry. However, guitar craftsmen face several challenges in developing their personal branding. To address these issues, a community service program organized a series of training and mentoring activities focused on product branding, digital marketing, and website management. The training aimed to help craftsmen build a stronger brand identity and expand their market reach. The methods used included Focus Group Discussions (FGD), hands-on training, and ongoing mentoring. The results of this program showed a significant increase in the craftsmen's understanding of personal branding, with some of them beginning to use personal brands and utilize websites for marketing their products. The success of this program has led to recommendations for continued training focused on advanced digital skills, such as social media management, paid advertising, and international marketing strategies. The goal is to enhance the visibility and competitiveness of the guitar products from craftsmen in Ngrombo Village in broader markets. Thus, it is hoped that the guitar craftsmen in Ngrombo Village can continue to grow and compete in this digital era..</p>

Informasi Artikel	Abstrak
<p><b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 10 Agustus 2024 Direvisi: 15 Agustus 2024 Dipublikasi: 16 Agustus 2024</p> <p><b>Kata kunci</b> Pengabdian masyarakat; Personal branding; Branding produk Digital marketing</p>	<p>Desa Ngrombo, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo, dikenal dengan "kampung gitar" sebab industri pembuatan gitar yang berkembang pesat. Namun, pengrajin gitar masih menghadapi beberapa tantangan dalam pengembangan personal branding. Untuk mengatasi masalah tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat menyelenggarakan serangkaian kegiatan pelatihan serta pendampingan yang fokus pada branding produk, digital marketing, dan pengelolaan website. Pelatihan tersebut bertujuan untuk membantu pengrajin dalam membangun identitas merek yang lebih kuat serta memperluas jangkauan pasar mereka. Metode yang digunakan adalah <i>Focus Group Discussion</i> (FGD), pelatihan langsung, dan pendampingan berkelanjutan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan yang signifikan terhadap pemahaman pengrajin tentang personal branding, dengan adanya beberapa pengrajin yang mulai menggunakan merek pribadi dan memanfaatkan website untuk pemasaran produk mereka. Keberhasilan program ini mendorong rekomendasi untuk melanjutkan pelatihan yang berfokus pada keterampilan digital lanjutan, contohnya manajemen media sosial, penggunaan iklan berbayar, dan strategi pemasaran internasional. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas serta daya saing produk gitar dari pengrajin di Desa Ngrombo pada pasar yang lebih</p>

luas. Dengan demikian, harapannya pengrajin gitar di Desa Ngrombo dapat terus berkembang juga bersaing di era digital ini.

## PENDAHULUAN

Desa Ngrombo terletak di Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah. Desa Ngrombo terdiri dari 14 dukuh, dengan total penduduk desa tahun 2024 yaitu sebanyak 3.202 jiwa dengan rincian jumlah laki-laki sebanyak 1.565 dan sisanya sebanyak 1.637 wanita. Desa ini berjarak sekitar lima kilometer dari kawasan Solo Baru. Industri pembuatan gitar di Desa Ngrombo merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar. Mayoritas pelaku industri ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan informasi pada laman jadesta.com, Desa Ngrombo adalah desa atau kampung Gitar dimana pengunjung akan diajak mengenal proses produksi gitar, menikmati keindahan alam pedesaan, budaya dan kuliner yang terangkum dalam Jelajah Kampung Gitar. Desa Ngrombo telah diberi julukan sebagai "kampung gitar" karena reputasinya dalam produksi gitar. Dari perajin skala kecil hingga perusahaan besar, ratusan pengrajin telah aktif memproduksi gitar selama beberapa dekade terakhir. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Kepala Desa Ngrombo Ibu Sri Partini, S.I.Pust., saat ini jumlah pengrajin telah mencapai sekitar 260 orang. Industri kecil kerajinan gitar di Desa Ngrombo telah berkembang sebagai alternatif pekerjaan utama dengan setiap rukun tetangga memiliki usaha industri kecil tersebut, diharapkan dapat mengatasi masalah tenaga kerja berlebih dan menciptakan lapangan kerja baru serta memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.

Usaha kecil pembuatan gitar yang dilakukan oleh masyarakat harus memiliki personal branding yang kuat, sebab personal branding sangat penting untuk membantu menciptakan wawasan serta identitas yang kuat di mata publik (Arini et al., 2017). Alasan mengapa personal branding sangat penting untuk perkembangan usaha kecil salah satunya adalah menciptakan identitas yang kuat, identitas ini sangat penting agar kedepannya pengrajin yang usahanya masih skala kecil juga bisa memasarkan produk nya sendiri dengan merek yang mereka miliki. Selain itu Personal branding dalam era digital ini dianggap penting sebab dapat membedakan diri dari orang lain (Priskila et al., 2024). Memberikan ciri khas yang berbeda dengan pengrajin lain akan menciptakan personal branding untuk pengrajin itu sendiri, sehingga dapat lebih dikenal oleh pembeli maupun pengrajin yang lainnya.

Berdasarkan observasi dan wawancara dengan beberapa pengrajin di Desa Ngrombo yang telah dilakukan oleh tim pengabdian ditemukan beberapa masalah yang ada selama proses penjualan hasil karyanya, masalah yang dialami antara lain :

1. Proses pemasaran yang dilakukan saat ini masih melalui media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook*.
2. Sebagian besar pengrajin hanya menjual saat mendapat pesanan dari konsumen saja, oleh sebab itu penjualan masih sangat terbatas.
3. Merek yang ada pada gitar hasil karyanya bukan merek pribadi, melainkan merek lain dari konsumen yang memesan gitar tersebut.

Masalah penjualan yang dihadapi pengrajin ini tidak lepas dari pengaruh personal branding, Proses pemasaran yang masih melalui media *WhatsApp* dan *Facebook* memiliki keterbatasan antara lain pembeli yang masih ragu apakah penjual dapat dipercaya dan lain sebagainya. Biasanya pengrajin hanya menjual gitar saat terdapat pesanan dari konsumen, sedangkan jika tidak terdapat pesanan maka pengrajin tidak dapat menjual gitar hasil karyanya.

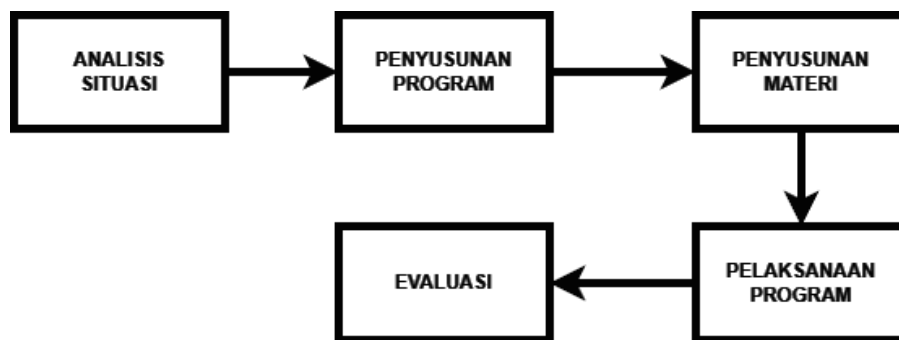
Masalah lain seperti penggunaan merek sangat mempengaruhi personal branding, sebab keistimewaan untuk menciptakan identitas yang memisahkan satu pengrajin dengan pengrajin lain sangat penting bagi perkembangan personal branding (Rampersad, 2009).

Solusi yang diberikan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada, tim pengabdian memberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan yang diharapkan memberikan peningkatan pada personal branding pengrajin. Pelatihan yang diberikan yaitu pelatihan branding produk, pelatihan digital marketing, pelatihan pengelolaan website, dan pendampingan pengelolaan website. Pelatihan branding produk berisi cara untuk membangun citra merek yang dimiliki oleh pengrajin, mulai dari pemilihan identitas yang menjadi ciri khas masing-masing, pembuatan logo yang menarik, serta pemilihan strategi yang baik untuk meningkatkan branding produk pengrajin. Pelatihan digital marketing menyampaikan tentang taktik pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan karya masing-masing, pelatihan ini sangat penting bagi tiap individu yang berguna untuk menciptakan identitas yang berbeda dan terhubung dengan pembeli secara efektif (Anggarini, 2021). Pelatihan pengelolaan website yang dilakukan bersamaan dengan *launching* website menyampaikan tentang cara pengelolaan website kepada pengrajin dan menyampaikan cara mengatur tampilan agar menarik. Solusi terakhir yang diberikan adalah pendampingan pengelolaan website dengan tujuan agar website yang ada tetap terpantau dan membantu beberapa kendala yang dihadapi pengrajin saat mengoperasikan website yang dimiliki

## **METODE**

Pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan personal branding dilakukan dua bulan dan akan terus berlanjut hingga kedepannya. Pelatihan branding produk dengan pembuatan logo, pemilihan identitas dan yang terpenting adalah pemilihan strategi yang tepat untuk memperkenalkan hasil karya dari masing-masing pengrajin. Pemilihan strategi pemasaran ini tentu berkaitan dengan pelatihan kedua yaitu pelatihan digital marketing. Pemasaran melalui media digital sangat membantu dalam perkembangan personal branding dari pengrajin, sebab di era digitalisasi ini sudah banyak dikembangkan digital personal branding yang berpengaruh pada kredibilitas seseorang (Susanti & Paramita, 2024). Pelatihan pengelolaan website dilakukan untuk mendukung adanya digital personal branding pengrajin di desa ini. Pengelolaan website akan terus mendapat pendampingan dari tim pengabdian untuk membantu jika terjadi kendala atau hal lainnya.

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan antara lain *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui situasi yang dihadapi masyarakat saat ini. Bagaimana tingkat personal branding yang sudah ada pada pengrajin dan bagaimana cara yang digunakan pengrajin untuk meningkatkannya. Kegiatan kedua adalah penyusunan materi dan penyusunan program menyesuaikan dengan apa yang didapatkan dari FGD pertama dengan pengrajin dan warga desa lainnya. Kegiatan ketiga adalah pelaksanaan pelatihan serta pendampingan kepada pengrajin di desa Ngrombo. Kegiatan keempat yaitu evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan.



Gambar 1. Diagram Alur Pelaksanaan

### A. Analisis Situasi

Tahap pertama dari pengabdian adalah analisis situasi. Analisis situasi digunakan untuk mengetahui apa saja yang diperlukan oleh pengrajin dan masalah apa yang dihadapi pengrajin dalam mengembangkan personal branding selama usaha mereka berjalan. Analisis situasi dilakukan melalui wawancara dan FGD antara tim pengabdian dengan pengrajin serta kepala desa. Hasil yang didapatkan akan digunakan untuk penyusunan program dan materi yang akan digunakan dalam pelatihan.

### B. Penyusunan Program dan Materi

Tahap penyusunan berfokus pada cara untuk membantu penyelesaian permasalahan pengrajin khususnya pada perkembangan personal branding pengrajin. Materi yang akan disampaikan pada pelatihan dan pendampingan adalah materi branding produk, materi digital marketing, dan materi pengelolaan website. Materi yang sudah dibuat akan disampaikan melalui program pelatihan dari tim pengabdian kepada pengrajin gitar. Selain pelatihan dengan metode FGD juga akan dilakukan pendampingan kepada pengrajin dalam pengelolaan website yang sudah ada.

### C. Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan akan dilakukan di pendopo kantor kepala desa Ngrombo. Peserta pelatihan ini adalah pengrajin gitar yang berjumlah 100 orang. pelatihan ini akan menggunakan metode FGD dengan harapan peserta dapat ikut berdiskusi agar mencapai tujuan yang sama. Tiap materinya akan disampaikan secara terpisah selama beberapa kali pelatihan agar materi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh peserta. Pelatihan pertama berupa branding produk untuk meningkatkan kualitas packaging agar lebih menarik untuk pembeli. Peserta akan diberikan kesempatan untuk praktik membuat packaging yang baik. Pelatihan kedua materi digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk secara online. Pelatihan ini akan menggunakan metode penyampaian materi tentang pemahaman dasar-dasar pemasaran digital, perbedaannya dengan pemasaran tradisional, dan pentingnya kehadiran online untuk bisnis kecil seperti pengrajin gitar. Pelatihan yang ketiga tentang pengelolaan website penyampaian panduan tentang langkah-langkah pembuatan website yang dapat digunakan sebagai media penjualan online, disini peserta juga mempraktekkan pembuatan website tersebut. Pendampingan dalam pengelolaan website akan dilakukan untuk membantu jika pengrajin menemukan kesulitan dalam pengoperasian website yang dimiliki.

### D. Evaluasi

Tim pengabdian memberikan form untuk melakukan evaluasi kepada peserta yang telah melakukan pelatihan dan telah mengembangkan personal brandingnya. Form ini akan membantu mengetahui bagaimana hasil personal branding yang telah dikembangkan selama

program pengabdian ini dilakukan. Dengan demikian dari pengrajin maupun tim pengabdian dapat membandingkan bagaimana personal branding peserta diawal dan diakhir kegiatan pengabdian tersebut

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian tentang pelatihan akan dilaksanakan di pendopo kantor kepala desa Ngrombo pukul 19.30 yang dihadiri oleh pengrajin gitar dan anggota PASGIBO (Paguyuban Seni dan Produsen Desa Ngrombo). Pelatihan branding produk dilakukan pada hari Senin, 22 Juli 2024 peserta sangat antusias untuk mengikuti pelatihan ini. Pelatihan kedua dilaksanakan pada hari Selasa, 6 Agustus 2024 materi pelatihan ini adalah digital marketing, antusias dari peserta semakin terlihat, hal ini dibuktikan dengan bertambahnya jumlah peserta yang hadir dan keaktifan selama kegiatan pelatihan berlangsung. Pelatihan ketiga dilaksanakan pada hari Senin, 19 Agustus 2024 dengan materi pengelolaan website, kegiatan ini juga bersamaan dengan *launching* website dari tim pengabdian kepada pengrajin. Kegiatan pendampingan pengelolaan website akan dilakukan selama program pengabdian berjalan.

Materi pertama tentang branding produk, peserta diberikan materi untuk mengembangkan *packaging* agar lebih menarik dan lebih baik lagi. Selain itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk mencoba membuat desain untuk *packaging* yang ingin mereka buat. Selama peserta mencoba untuk membuat desain, tim pengabdian turut membantu jika peserta mengalami kesulitan dalam pembuatannya.



Gambar 2. Pelatihan Branding Produk

Materi kedua tentang digital marketing, peserta diberikan materi tentang pengenalan digital marketing, pengenalan ini berfungsi agar pengrajin yang selama ini hanya melakukan penjualan dengan media *WhatsApp* dan *Facebook* dapat mengenal lebih jauh tentang digital marketing. Dalam materi ini juga dijelaskan tentang *Search Engine Optimization* (SEO) yang akan memberikan cara agar website yang nantinya dimiliki dapat optimal dengan cara fokus pada kata kunci yang relevan.



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing

Materi ketiga tentang pengelolaan website, materi ini merupakan lanjutan dari materi digital marketing, selain itu materi ini juga bersamaan dengan kegiatan *launching* website milik pengrajin. Pada materi ini, peserta akan mempraktekan secara langsung bagaimana cara mengelola website yang ada, pemateri dan peserta akan bersama-sama menyusun konten-konten yang akan dimasukkan dalam website masing-masing, selama pemateri memberikan penjelasan, peserta dapat mengikuti langkah-langkah yang dilakukan oleh pemateri tersebut.



Gambar 4. Pelatihan Pengelolaan Website

Kondisi mitra sebelum dan setelah pelatihan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Kondisi Mitra

No.	Permasalahan	Sebelum Pengabdian	Setelah Pengabdian	Keterangan
1.	Pemasaran	Pemasaran hanya melalui media <i>WhatsApp</i> dan <i>Facebook</i>	Pemasaran online melalui website dan offline	Menunjukkan adanya peningkatan
2.	Penjualan	Penjualan hanya jika terdapat pemesanan	Penjualan tidak hanya saat ada pesanan	Menunjukkan adanya peningkatan



3.	Merek	Merek menggunakan milik pemesan	Merek pribadi mulai digunakan	Menunjukkan adanya peningkatan
----	-------	---------------------------------	-------------------------------	--------------------------------

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan memiliki beberapa kesamaan dengan artikel Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku UMKM Di Kota Kupang (Kurniawati et al., 2023). Pertama, pelatihan branding produk seperti pengembangan *packaging* yang dilakukan oleh pengrajin gitar sejalan dengan konsep personal branding dalam artikel tersebut. Kedua, pelatihan digital marketing yang termasuk pengenalan SEO, juga sejalan dengan artikel, yaitu pentingnya literasi digital bagi UMKM. Kedua aspek tersebut menekankan pentingnya pemahaman tentang branding dan strategi digital untuk menarik pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.

Selain itu, pelatihan pengelolaan website tidak hanya meningkatkan keterampilan bisnis namun juga efisiensi operasional dari UMKM. Antusiasme peserta yang meningkat dari pelatihan ke pelatihan juga menunjukkan kesadaran serta kebutuhan pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan digital yang ada. Dengan demikian, hasil pengabdian di Desa Ngrombo dengan hasil penelitian UMKM di kota Kupang sama-sama menyoroti peran penting personal branding dalam mendukung kesuksesan UMKM pada era digital

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Ngrombo menunjukkan keberhasilan dalam memberikan dampak positif bagi pengrajin gitar dalam pengembangan personal branding. Melalui serangkaian kegiatan pelatihan yang meliputi branding produk, digital marketing, serta pengelolaan website. Pengrajin tidak hanya memperoleh keterampilan baru namun juga mulai menerapkan merek pribadi pengrajin dalam pemasarannya. Pelatihan ini membantu pengrajin dalam memperluas jangkauan pasar dengan platform digital berupa website serta mengatasi keterbatasan pemasaran sebelumnya yang hanya menggunakan aplikasi *WhatsApp* dan *Facebook*.

Hasil yang didapatkan dari pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran pengrajin tentang pentingnya personal branding untuk membedakan produk mereka dengan kompetitif nya di pasaran. Selain itu, pendampingan yang dilakukan selama pengelolaan website membantu memastikan keberlanjutan upaya digitalisasi ini. Dengan demikian kegiatan pengabdian di Desa Ngrombo ini harapannya dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat jangka panjang bagi pengrajin.

## PENGHARGAAN

Kami mengucapkan terima kasih pada seluruh pihak yang berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, terutama kepada dosen pembimbing kami yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungannya dalam pelaksanaan kegiatan PPK ORMAWA dan penyusunan artikel ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Ngrombo yang telah memberikan izin dan sambutan yang baik, semoga kedepannya dapat mengembangkan kerja sama dengan himpunan maupun program studi Pendidikan Teknik Informatika di kegiatan lain. Kami juga mengucapkan terima kasih pada Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kepercayaan kepada kami untuk melakukan kegiatan PPK ORMAWA ini, kami menyadari dukungan dari institusi sangat penting bagi

keberhasilan kami. Tidak lupa kami menyampaikan terima kasih pada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan kepercayaan kepada kami dan memberikan dana untuk menjalankan kegiatan PPK ORMAWA di Desa Ngrombo, Kecamatan Baki, Kabupaten Sukoharjo selama 5 bulan. Tidak lupa kami mengucapkan terimakasih pada tim PPK ORMAWA, tim volunteer, dan tim monev yang sudah bekerja dengan baik dan memberikan dukungan dalam pelaksanaan PPK ORMAWA ini. Tanpa dukungan dan kerjasama dari teman-teman, kegiatan ini tidak akan selesai dengan baik. Kami berharap artikel pengabdian ini bermanfaat bagi semua pihak di bidang peningkatan personal branding, khususnya pengrajin gitar Desa Ngrombo. Semoga artikel ini dapat menjadi pijakan dalam pengembangan personal branding yang lebih inovatif di masa yang akan datang. Terima kasih.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, D. T. (2021). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Personal Branding dalam Membangun Citra dan Popularitas dalam Media Sosial. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 259–268. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i4.341>
- Arini, D., Pamerdi, W., Wiloso, G., & Herwandito, S. (2017). ANALISIS PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Personal Branding Sha’an d’Anthes di Instagram).
- Kurniawati, M., Ferdinand Riwu, Y., Yuritha Amtiran, P., Sandra Fa, Y., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). PELATIHAN PERSONAL BRANDING DAN DIGITAL LITERACY BAGI PELAKU UMKM DI KOTA KUPANG. 7(2).
- Priskila, A. M., Ardiani, O., Arifah, P., Komunikasi, F. I., & Gunadarma, U. (2024). PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING MELALUI STORY TELLING (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM IVY WIJAYA).
- Rampersad, H. K. (2009). *Authentic personal branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand*. IAP.
- Susanti, C., & Paramita, S. (2024). Pembentukan Digital Personal Branding di Media Sosial Akun Instagram @Chiquitalimer.