

## PEMBINAAN PEMBUATAN BLOG SEBAGAI BRANDING USAHA TOKO HABIBIE BATAM

Yulia<sup>1\*</sup>, Nopriadi<sup>2</sup>, Sasa Ani Arnomo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Akuntansi, STIE Nagoya Indonesia

<sup>2</sup>Teknik Informatika, Universitas Putera Batam

<sup>3</sup>Sistem Informasi, Universitas Putera Batam

email: \*yuliaedwar2407@gmail.com

**Abstract:** As one of the leading industrial areas in Indonesia, the development of the business world in Batam City is very fast. Coupled with the increasing demand from the market because the majority of Batam people are workers. In addition, the city's minimum wage (UMK) is high compared to other areas, making the lifestyle of the people of Batam city become consumptive. The demand is increasing, the more businesses are popping up with various ideas and creations. So the competition in selling is getting tougher. For this reason, creative ideas are needed so that business continuity can continue. One idea that can be used is Branding. Even though they have used social media such as Facebook and Instagram as marketing, business owners are still less confident if they do not have a means of delivering information such as blogs or websites. This service activity uses the method of preparation, implementation, implementation and discussion. There are three solutions that I try to provide to partners, namely: Selection and creation of a blog, filling out blog content and maintaining blogs as a solution to improve branding and as a means of promotion of the Habibie Batam Shop. The target achievement of this service activity is so that partners are able to create blogs and apply them in filling content for branding as well as being able to maintain blogs.

**Keywords:** blog; branding; habibie shop

**Abstrak:** Sebagai salah satu daerah industri terkemuka di Indonesia, perkembangan dunia usaha di Kota Batam sangat cepat. Ditambah lagi dengan permintaan dari pasar yang meningkat karena mayoritas masyarakat Batam merupakan pekerja. Selain itu, upah minimum kota (UMK) yang tinggi di atas daerah lainnya menjadikan pola hidup masyarakat kota Batam menjadi konsumtif. Permintaan semakin banyak, semakin banyak juga usaha-usaha yang bermunculan dengan berbagai ide dan kreasi. Sehingga persaingan dalam berjualan bertambah berat. Untuk itu dibutuhkan ide-ide kreatif agar keberlangsungan usaha dapat terus berlanjut. Salah satu ide yang dapat digunakan adalah Branding. Walaupun sudah menggunakan sosial media seperti Facebook dan Instagram sebagai pemasaran, pemilik usaha masih kurang percaya diri jika belum punya sarana penyampaian informasi seperti blog ataupun website. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode persiapan, pelaksanaan, implementasi dan diskusi. Adapun solusi yang pengabdian coba berikan kepada mitra terdapat tiga yaitu: Pemilihan dan pembuatan blog, pengisian konten blog dan pemeliharaan blog sebagai solusi untuk meningkatkan branding dan sebagai sarana promosi Toko Habibie Batam. Capaian target dari kegiatan pengabdian ini agar mitra mampu membuat blog dan mengaplikasikan dalam pengisian konten untuk *branding* sekaligus dapat melakukan *maintenance blog*.

**Kata kunci:** blog; branding; toko habibie



## PENDAHULUAN

Toko Habibie merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dibidang penjualan spre, bed cover, selimut, karpet, handuk, kasur Palembang, alat rumah tangga dan lain lain. Toko Habibie awalnya beralamat di Ruko Tembesi Centre BLok A3 No. 10 Batu Aji dekat Simpang Barelang, Kibing, Batu Aji, Kota Batam, Kepulauan Riau namun mulai tanggal 31 Mei 2017 Toko Habibie pindah ke Ruko Buana Mas 2 No. 29 Tembesi Kec. Sagulung, Batam (masih dekat Simpang Barelang, samping Mega Motor) sebagai Outlet pusat. Selain outlet pusat, toko Habibie juga membuka outlet 2 (Cabang) dengan alamat Perumahan Legenda Bali Blok A6 No.16 Batam Centre (sebelah Perum Duta Mas arah Bandara). Usaha ini mulai dirintis beberapa tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2011. Walaupun baru namun pengunjungnya sudah ramai.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menuntut setiap pelaku usaha berfikir keras untuk memikirkan bagaimana caranya menggaet pelanggan dan mempertahankannya (Yulia, Susanti, & Tampubolon, 2019). Salah satu hal yang bisa dilakukan adalah melakukan “*branding*” terhadap usaha yang dijalankan (Oktaviani, Sariwaty, Rahmawati, Nf, & N, 2018). *Branding* adalah berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah *brand* atau merek. Lebih lanjut, proses branding tersebut bisa juga diartikan sebagai sebuah upaya komunikasi yang dibuat sedemikian rupa dan terencana oleh sebuah perusahaan, dimana tujuannya

adalah untuk membuat sebuah merek lebih terkenal (Yusa & Ana, 2018).

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Ferdinandus & Wijaya, 2020) menjelaskan bahwa perusahaan dagang merupakan perusahaan yang melakukan pembelian barang untuk dijual kembali tanpa mengubah bentuk fisik dari barang tersebut. Perusahaan dagang merupakan salah satu mata rantai dari saluran distribusi antara produsen dan konsumen, baik konsumen industri ataupun konsumen akhir. Fakta bahwa perusahaan dagang harus memiliki gudang penyimpanan barang semakin memperkuat kebutuhan dan peran dari pengendalian internal didalam kesuksesan suatu badan usaha.

*Branding* yang dilakukan adalah *Corporate Branding*. Tujuan *corporate branding* ini untuk meningkatkan reputasi sebuah perusahaan di pasar, meliputi semua aspek perusahaan tersebut mulai dari produk/jasa yang ditawarkan hingga kontribusi karyawan mereka terhadap masyarakat (Tundjungsari & Suhaeri, 2018).



Gambar 1. Toko Habibie Batam

Adapun solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut :

1. Pemilihan *Domain* dan Pembuatan Blog. Dalam memilih nama domain ada beberapa kriteria yang

perlu di perhatikan seperti yang di jelaskan sebagai berikut:

- a) Orisinil: Gunakan nama domain yang sesuai dengan tema blog yang akan dipublikasikan.
  - b) Gunakan .com: Ekstensi ini sangat populer dan memudahkan orang dalam mengingat alamat blog.
  - c) Mudah diingat dan Unik: Sebaiknya nama domain tidak terlalu panjang dan mudah diucapkan (Winangsih, Widyastuti, & Widyastuti, 2019).
2. Pengisian Konten untuk *Branding*
    - a) Desain dan *layout* (logo, *background*, dan *color*)
    - b) Halaman yang informatif (profil bisnis, testimonial, dan kontak)
    - c) Menggunakan aplikasi tambahan
  3. Pemeliharaan dari *Blog*

## METODE

Adapun lokasi dalam kegiatan ini dilakukan di tempat mitra yaitu Ruko Buana Mas 2 No. 29 Batu Aji, kelurahan Tembesi Kec. Sagulung, kota Batam. Tim pengabdian terdiri dari tiga orang Dosen dengan 8 orang responden yang akan diberi pembinaan dalam pembuatan blog. Dengan menerapkan metode pelatihan dengan beberapa tahapan diantaranya persiapan, pelaksanaan, implementasi dan diskusi. Tahapan persiapan, di sini tim pengabdian dan mitra menyiapkan

beberapa perangkat komputer yang akan digunakan oleh mitra. Tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan. Di sini tim pengabdian memberikan pertanyaan-pertanyaan (*pretest*), penyampaian materi dan pelatihan. *Pretest* di sini tim pengabdian memberikan pertanyaan-pertanyaan singkat sejauh mana pemahaman mitra tentang *blog*. Tahapan selanjutnya penyampaian materi. Di sini tim pengabdian memaparkan materi tentang *blog* serta bagaimana langkah-langkah membangun sebuah *blog* tersebut. Selanjutnya pelatihan pembuatan *blog*. Penyampaian materi, diskusi dan pelatihan akan disampaikan oleh tim pengabdian yang terdiri tim pengabdian dengan mitra pemilik toko dan karyawan.

Adapun bentuk materi yang akan disampaikan mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan pemilihan domain dan pembuatan blog. Berikut ini adalah daftar kegiatan yang akan dilakukan:
  - a) Pemberian petunjuk pemilihan nama domain.
  - b) Pemilihan layanan *blog*
  - c) Pelatihan membuat *blog*
  - d) Pelatihan untuk merubah tampilan *blog*.
2. Kegiatan pengisian konten untuk *branding*. Adapun kegiatan yang akan dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1.

## Metode Pelaksanaan

- a. Pelatihan kepada pemilik usaha dalam peletakan gambar dan teks.
- b. Pemasangan logo, warna dan latar belakang.

- c. Pembuatan profil bisnis, testimoni-  
al dan kontak.
- d. Pelatihan agar komposisi tampilan  
menarik pengunjung.

Selain memperhatikan sebagai pen-  
dengar dari setiap pelatihan maupun  
pembinaan, juga diharapkan bisa lang-  
sung praktek. Sehingga penerimaan  
pembinaan akan semakin lancar. Adapun  
evaluasi pelaksanaan program yang  
keberlanjutan setelah selesai kegiatan  
pengabdian ini dilaksanakan antara lain.

### Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Partisipasi mitra dalam pelaksa-  
naan pengabdian sangat diharapkan.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan

No	Kegiatan	Indikator	Penilaian
1	Pembinaan tentang pemilihan domain dan pembuatan blog.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan pemilik usaha dalam pemilihan nama domain.</li> <li>2. Kemampuan dalam pemilihan layanan blog</li> <li>3. Kemampuan membuat blog</li> <li>4. Kemampuan untuk merubah tampil- an blog.</li> </ol>	0-100
2	Pembinaan tentang pen- gisian konten untuk <i>branding</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan pemilik usaha dalam pele- takan gambar dan teks.</li> <li>2. Kemampuan dalam pemasangan logo, warna dan latar belakang.</li> <li>3. Kemampuan dalam pembuatan profil bisnis, testimonial dan kontak.</li> <li>4. Kemampuan dalam mengatur kompo- sisi tampilan menarik pengunjung.</li> </ol>	0-100
3	Pemeliharaan Blog	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan dalam menjaga sistem, mengupdate dan membuat konten- konten yang menarik</li> <li>2. Kemampuan dalam komunikasi dengan konsumen dengan memanfaatkan blog</li> </ol>	0-100

## PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berjalan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Pengabdian yang berlangsung 2 hari memberikan respon yang positif antara tim pengabdian dan Mitra karena terjalinnya kerjasama yang baik. Toko Habibie memiliki beberapa komputer, 1 komputer saja yang diakses oleh satu orang selaku pemilik toko dan sekaligus bertindak sebagai admin. Oleh sebab itu maka diputuskan dalam kegiatan ini akan diikuti oleh pemilik toko dan seluruh karyawan toko dengan menggunakan komputer tambahan dari tim pengabdian. Diharapkan nantinya pemilik toko dan karyawan dapat menggunakan ilmu yang didapatkan sehingga kegiatan *maintenance* blog yang sudah dibuat tidak hanya dilakukan oleh pemilik toko saja.

Adapun hasil kegiatan pengabdian yang diperoleh adalah :

1. Hasil dari pembinaan tentang pemilihan *domain* dan pembuatan blog

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh tim pengabdian, peserta pembinaan telah memiliki pengetahuan tentang teknologi yang ada pada saat ini, peserta juga dapat menyebutkan beberapa penyedia layanan blog, menentukan layanan blog yang sesuai dengan kebutuhan, kemampuan dalam membuat blog dan merubah tampilan blog.

2. Hasil dari pembinaan tentang pengisian konten untuk *branding*.

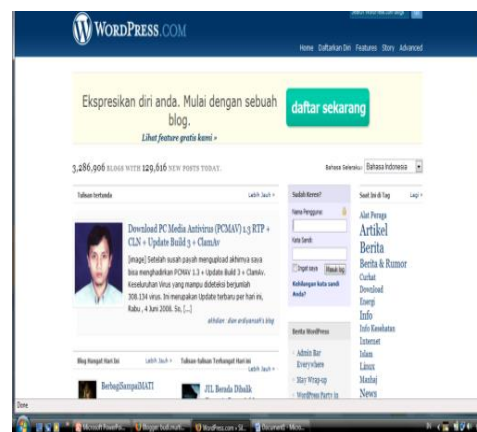
Peserta pembinaan mampu dalam peletakan gambar dan teks, pemasangan logo, warna dan latar belakang, mampu membuat profil bisnis, testimonial dan kontak. Selain itu peserta juga mampu mengatur komposisi tampilan yang menarik bagi pengunjung.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan sebanyak 2 kali pertemuan dimana materi yang diberikan dibagi menjadi dua bagian.

### Pemilihan *Domain* Dan Pembuatan Blog

Pengabdian hari pertama penyampaian materi yang berkaitan dengan teknologi yang ada saat ini, pemilihan nama domain, pemilihan layanan blog, membuat blog, dan merubah tampilan blog. Maka peserta sepakat dengan tim pengabdian untuk menggunakan wordpress sebagai layanan blog yang akan digunakan untuk *branding*.

WordPress adalah sebuah aplikasi sumber terbuka (*open source*) yang sangat populer digunakan sebagai mesin blog (*blog engine*). WordPress dibangun dengan bahasa pemrograman PHP dan basis data (database) MySQL. PHP dan MySQL, keduanya merupakan perangkat lunak sumber terbuka (*open source software*). Wordpress dipilih karena selain sebagai blog, WordPress juga bisa digunakan sebagai sebuah CMS (*Content Management System*) karena kemampuannya untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penggunaanya (Tjiyahadi & Pudjolaksano, 2014).



Gambar 2. Tampilan Wordpress

Pemilihan ini berdasarkan pertimbangan fitur-fitur yang disediakan dan keuntungan yang diberikan oleh word-press antara lain:

1. Sangat fleksibel
2. Pengelolaan mudah
3. Tersedia banyak plugin
4. Dapat mengelola tingkat akses pengguna
5. Mudah digunakan

### Pengisian Konten Untuk *Branding*.

Pada pertemuan ke dua, tim pengabdian membahas materi cara pengisian konten untuk branding. Bagaimana peserta pengabdian khususnya pemilik toko dapat memilih *brand* yang tepat dan gampang diingat oleh pelanggan. Tim pengabdian memberikan pelatihan bagaimana gaya bahasa yang baik dalam pembuatan *brand* merupakan ciri khas yang harus dimiliki oleh produsen atau pemilik toko agar mudah dikenali dan terlihat lebih menonjol serta pemilihan gambar yang tepat agar dapat meningkatkan interaksi yang tidak membosankan dengan konsumen (Tristiarto & Wahyudi, 2015). Hasil pelatihan yang diberikan kepada peserta mampu meletakkan gambar dan teks, pemasangan logo serta pembuatan profil bisnis dan kontak. Sebuah *branding* yang baik haruslah dapat mencitrakan bisnis yang ditekuni untuk memperlihatkan kekonsistenan merk dagang kepada konsumen (Sitompul, Leksono, & Rejeki, 2021). Merk yang baik tentunya harus dapat juga mengkomunikasikan ide dari sebuah perusahaan.

Pelatihan yang dilakukan untuk membangun *branding* bisnis melalui blog :

1. Pembuatan konten (teks dan gambar)

Di sini tim pengabdian memberikan pelatihan bagaimana pembuatan konten dalam bentuk teks dan gambar. Pemilihan gambar dengan kualitas baik akan membuat produk terlihat menarik dan nyata dan tidak manipulatif yang akan membuat konsumen kecewa.

2. Desain dan *layout* (logo, *background*, dan *color*)

Disini tim pengabdian memberikan pelatihan dalam desain dan layout dalam bentuk logo. Logo disini adalah simbol dan ciri yang harus dimiliki oleh seorang pebisnis.

3. Halaman yang informatif (profil bisnis, testimonial, dan kontak)

Tim pengabdian dan mitra bekerjasama dalam pembuatan profil perusahaan secara singkat dan jelas serta memasukkan testimonial untuk membangun kepercayaan dari calon konsumen secara serta melampirkan kontak yang lengkap sebagai sarana untuk respon yang cepat.

4. Menggunakan aplikasi tambahan

Aplikasi yang digunakan untuk membangun *branding* adalah *email marketing*. *Email marketing* digunakan untuk komunikasi dengan pelanggan secara lebih personal. Dengan melakukan sinkronisasi *email marketing* dengan blog, maka segala proses interaksi yang terjadi laporannya akan segera masuk ke email. Jadi, anda akan lebih mudah dalam melakukan transaksi dengan pelanggan (Andriyanto & Muslikh, 2019).



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Blog



### Keberlanjutan Kegiatan

Keberlanjutan dari kegiatan ini diharapkan kemampuan pemilik toko memiliki kemandirian dalam pembuatan blog untuk meningkatkan *branding* produk. Sehingga tidak lagi tergantung dengan pengabdian lagi diantaranya :

1. Mandiri dalam pemilihan domain dan pembuatan blog.
2. Mandiri dalam pengisian konten untuk *branding*.

Selanjutnya setelah semuanya bisa mandiri dapat menularkan energi positif kepada pemilik toko. Sebagai tambahan untuk keberlanjutan kegiatan pengabdian ini:

- a) Upgrade ke versi *website* yang lebih powerfull.
- b) Mengenai pembuatan aplikasi baik *Android* maupun *iOS* untuk usaha.
- c) Kegiatan internet marketing yang lainnya bisa juga diterapkan seperti internet marketing dengan *email marketing*, *SEO*, *YouTube marketing* dan lainnya dimana ini juga dapat digunakan untuk meningkatkan *branding* dengan penggunaan ilmu pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi.

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa mitra dapat meningkatkan pengetahuan tentang *blog*, kemampuan dalam pembuatan *blog* dan implementasi pengisian konten untuk *branding* sekaligus dapat melakukan *maintenance blog* agar blog

yang dibangun dapat diaplikasikan dalam usaha mitra Toko Habibie.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM dan Mitra Toko Habibie yang telah memberi dukungan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanto, A., & Muslikh, M. (2019). Sebagai Alternatif Media Pembelajaran berlanjut antara Tim dengan beberapa Tokoh sebagai pendidik di sehingga anantara guru dan siswa tidak ada beberapa guru dan kepala sekolah SMPN 1 informasi menggunakan selama media sangat yang menarik , Menengah Pertam. 3(1), 1–5.
- Ferdinandus, S., & Wijaya, F. (2020). Pelatihan Pembuatan dan Pengelolaan Web Blog Bagi Guru-Guru SMP Negeri 10 Ambon Sebagai Media Pembelajaran Yang Efektif. 03(01), 217–223.
- Oktaviani, F., Sariwati, Y., Rahmawati, D., Nf, A. G., & N, D. R. (2018). Penguatan Produk UMKM “ Calief ” Melalui Strategi Branding Komunikasi. 1(2), 348–354.
- Sitompul, N. C., Leksono, I. P., & Rejeki, H. W. (2021). Perancangan Blog Guru untuk Penyediaan Bahan Ajar di Era Pembelajaran Abad 21. 5(2), 320–329.
- Tjiyahadi, G., & Pudjolaksono, E. (2014). Studi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan pengendalian internal memberikan dampak pada keefektifan proses pembelian pada Badan Usaha

- dagang. Penelitian ini dilakukan pada Badan Usaha dagang berupa. 3(1), 1–22.
- Tristiarto, Y., & Wahyudi, W. (2015). PKM Kelompok E-Commerce Di Kelurahan Benda Baru-Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan. 1–10.
- Tundjungsari, V., & Suhaeri, S. (2018). Pelatihan Pembuatan Blog untuk Pengembangan Media Pembelajaran di Sekolah Menengah Atas dan Kejuruan. 2(1), 15–22.
- Winangsih, R., Widyastuti, N. W., & Widyastuti, Y. (2019). Membangun Kemandirian Pangan Melalui Manajemen Komunikasi Pemasaran Sate Bandeng Sebagai Produk Unggulan Kota Serang. 5(1), 105–114.
- Yulia, Y., Susanti, E., & Tampubolon, R. C. (2019). Pembinaan Peningkatan Keterampilan Menggunakan Aplikasi Kasir Pintar Berbasis Android pada Masyarakat Tembesi Tower Batam.
- Yusa, V. De, & Ana, R. J. (2018). Pelatihan Pemanfaatan Media Online Sebagai Sarana Pengembangan Usaha Bagi Komunitas Kuliner Sehati. 02(02), 217–223.