

PENGUATAN KARAKTER PENDEKAR MUDA MELALUI PENDIDIKAN WIRUSAHA DAN PEMBENTUKAN *CORPORATE BRANDING* PAGAR NUSA

Nanto Purnomo¹, Sani Rusminah², Husen³, Valentiena Prastika Putrie⁴, Inesa Mahselia Laili Munna⁵, Khusnul Khotimah⁶

1,2,3,4,5,6 Universitas Islam Lamongan, Lamongan

Alamat Korespondensi : Jl. Veteran No 53 A- Lamongan/Universitas Islam Lamongan
E-mail: ¹nantopurnomo@unisla.ac.id, ²sanirusminah@unisla.ac.id, ³husenmaarif@unisla.ac.id, ⁴falntinapp14@gmail.com, ⁵inesamahdelia@gmail.com, ⁶khusnulhotimahh027@gmail.com

Abstrak

Kemajuan teknologi digital menawarkan peluang yang signifikan untuk memperkuat corporate branding. Media sosial, website, dan platform digital lainnya memungkinkan organisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun komunitas online yang lebih solid. Namun, banyak organisasi, termasuk PSNU Pagar Nusa, belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi ini. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengintegrasikan pendidikan wirausaha dan corporate branding dalam pengembangan karakter pendekar muda PSNU Pagar Nusa. Dengan harapan kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra terkait pendidikan kewirausahaan dan corporate branding serta memberikan dampak positif bagi organisasi dalam memperkuat karakter dan identitas mereka di era modern ini. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut: Identifikasi Kebutuhan dan Persiapan Awal, Implementasi Program, Monitoring dan Evaluasi. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa Terdapat peningkatan ilmu pengetahuan mitra tentang pendidikan kewirausahaan dan corporate branding, Terbentuknya tim IT Mitra sebagai bentuk keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat, terdapat pemanfaatan teknologi digital dalam upaya pennebtukan corporate branding PSNU Pagar Nusa yakni berupa website resmi organisasi dan instagram Pagar Nusa Ranting Maor.

Kata kunci: Corporate Branding, Pendidikan Kewirausahaan, Pemanfaatan Teknologi

Abstract

Advances in digital technology offer significant opportunities to strengthen company branding. Social media, websites, and other digital platforms allow organizations to reach a wider audience and build a more solid online community. However, many organizations, including PSNU Pagar Nusa, have not fully utilized the potential of this technology. This community service activity aims to integrate entrepreneurial education and company branding in developing the character of young PSNU Pagar Nusa warriors. It is hoped that this activity can increase partners' knowledge regarding entrepreneurship education and company branding and have a positive impact on organizations in strengthening their character and identity in this modern era. The methods used in this community service activity are as follows: Production of Needs and Initial Preparation, Program Implementation, Monitoring and Evaluation. The results of this activity show that there is an increase in partners' knowledge regarding entrepreneurship education and corporate branding, the formation of a Partner IT team as a form of longing for community service programs, there is the use of digital technology in efforts to create corporate branding for PSNU Pagar Nusa, namely in the form of the organization's official website and the Instagram. Pagar Nusa nags Maor.

Kata kunci: Corporate Branding, Entrepreneurship Education, Utilization of Technology

1. PENDAHULUAN

Pengembangan karakter dan identitas yang kuat adalah hal penting dalam membentuk generasi penerus yang tidak hanya berkompeten tetapi juga memiliki nilai dan prinsip yang jelas. Dalam konteks PSNU Pagar Nusa, sebuah organisasi yang berfokus pada pelestarian seni bela diri

dan budaya Islam di Indonesia, penguatan karakter pendukung melalui pendidikan wirausaha dan corporate branding menjadi strategi utama. Pendidikan wirausaha tidak hanya membekali para pendekar muda dengan keterampilan bisnis yang esensial, tetapi juga membentuk karakter yang mandiri dan inovatif [1]. Di sisi lain, corporate branding yang efektif membantu memperkuat identitas dan nilai-nilai organisasi di mata publik, menciptakan persepsi positif yang dapat mendukung misi jangka panjang organisasi [2].

Dalam kajian terkini, digitalisasi dinilai sebagai faktor kunci dalam memperkuat engagement dan visibilitas merek. Seperti yang dijelaskan oleh Verhoef [3], teknologi digital memungkinkan organisasi untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens melalui berbagai saluran digital, namun implementasinya memerlukan strategi yang tepat dan adaptasi yang cepat.

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, penting bagi PSNU Pagar Nusa untuk tidak hanya melestarikan budaya dan seni bela diri tetapi juga untuk beradaptasi dengan dinamika pasar dan teknologi. Menurut Parsa et al, [4] pendidikan kewirausahaan dan strategi branding yang terintegrasi dapat meningkatkan daya saing organisasi dan menarik minat generasi muda untuk terlibat aktif dalam kegiatan yang mereka tawarkan.

Pendidikan wirausaha memberikan lebih dari sekadar keterampilan bisnis; ia membentuk karakter dan sikap yang diperlukan untuk kesuksesan pribadi dan profesional. Menurut Yang et al, [5] pendidikan kewirausahaan dapat memperkuat karakter dengan menanamkan nilai-nilai seperti ketahanan, kreativitas, dan kepemimpinan, yang sangat relevan bagi generasi muda.

Dalam kajian terbaru, Gnyawali & Fogel [6] menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat memperkuat kemampuan organisasi dalam merancang strategi yang inovatif dan berkelanjutan, serta mengelola sumber daya secara efisien. Bagi PSNU Pagar Nusa, penerapan prinsip kewirausahaan dapat mendukung pengembangan struktur organisasi dan strategi branding yang lebih efektif.

Menurut Kotler & Keller [7] digitalisasi telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan merek, dan organisasi harus beradaptasi dengan perubahan ini untuk tetap relevan. Integrasi teknologi digital dan kewirausahaan dapat menjadi strategi yang ampuh dalam memperkuat corporate branding PSNU Pagar Nusa, memungkinkan organisasi ini untuk menyebarkan nilai-nilainya secara lebih luas dan efektif.

Corporate branding adalah strategi penting untuk membangun dan memperkuat citra organisasi di mata publik. Harris & De Chernatony [2] menjelaskan bahwa corporate branding yang efektif dapat meningkatkan kesadaran merek, membangun loyalitas, dan menciptakan hubungan emosional yang kuat dengan audiens. Di PSNU Pagar Nusa, branding yang kuat akan membantu menyampaikan pesan nilai-nilai inti organisasi dan misi mereka secara lebih efektif, serta meningkatkan daya tarik bagi calon anggota dan pendekar baru.

Kemajuan teknologi digital menawarkan peluang yang signifikan untuk memperkuat corporate branding. Media sosial, website, dan platform digital lainnya memungkinkan organisasi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun komunitas online yang lebih solid. Namun, banyak organisasi, termasuk PSNU Pagar Nusa, belum sepenuhnya memanfaatkan potensi teknologi ini. Menurut Kaplan & Haenlein [8] penggunaan media sosial secara strategis dapat meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan audiens, namun memerlukan strategi yang tepat dan pemahaman mendalam tentang alat-alat digital.

Integrasi pendidikan kewirausahaan dengan corporate branding dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat karakter dan identitas pendekar muda PSNU Pagar Nusa. Menurut Fayolle & Gailly [1] kombinasi dari kedua elemen ini memungkinkan organisasi untuk membangun karakter anggota yang mandiri dan inovatif sambil membentuk citra yang kuat dan konsisten di pasar. Ini adalah pendekatan yang komprehensif yang dapat memanfaatkan kekuatan pendidikan dan branding untuk meningkatkan dampak sosial dan kultural dari PSNU Pagar Nusa.

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengintegrasikan pendidikan wirausaha dan corporate branding dalam pengembangan karakter pendekar muda PSNU Pagar Nusa. Dengan mengevaluasi manfaat dan tantangan dari pendekatan ini, diharapkan kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan mitra terkait pendidikan kewirausahaan dan corporate branding serta memberikan dampak positif bagi organisasi dalam memperkuat karakter dan identitas mereka di era modern ini.

2. METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Persiapan Awal

Langkah pertama adalah melakukan survei dan wawancara dengan pengurus serta anggota PSNU Pagar Nusa untuk mengevaluasi pemahaman mereka tentang pendidikan wirausaha dan corporate branding. Survei ini akan mengumpulkan data tentang tingkat pengetahuan dan keterampilan saat ini, serta identifikasi kebutuhan spesifik terkait dengan penguatan karakter dan branding. Menurut Norris & Horan [9] analisis kebutuhan yang mendalam adalah kunci untuk merancang intervensi yang efektif.

Data yang diperoleh dari survei dan wawancara akan dianalisis untuk menentukan area utama yang memerlukan dukungan. Kumar et al [10] menunjukkan bahwa analisis kebutuhan yang sistematis membantu dalam mengidentifikasi celah keterampilan dan pengetahuan, yang merupakan langkah awal yang penting dalam perancangan program pengabdian.

2. Implementasi Program

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian akan melakukan seminar dan mengembangkan materi tentang pendidikan kewirausahaan dan corporate branding. Serta pendampingan pemanfaatan teknologi digital dalam upaya membangun corporate branding pagar nusa.

3. Monitoring dan Evaluasi

Menawarkan sesi konsultasi dan mentoring individual atau kelompok untuk membantu peserta dalam menerapkan keterampilan yang dipelajari. Mentor akan memberikan umpan balik yang berkelanjutan dan dukungan dalam pengembangan strategi. Gnyawali & Fogel [6] menggaris bawahi bahwa mentoring yang berkelanjutan membantu dalam memastikan implementasi yang efektif dan adaptasi strategi.

Melakukan monitoring dan evaluasi untuk menilai kemajuan peserta dan efektivitas program. Evaluasi ini akan melibatkan survei pasca-workshop atau seminar, wawancara dengan peserta, dan analisis hasil implementasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Menurut Ali & Usman [11] evaluasi yang sistematis dan berbasis data penting untuk menilai dampak dan melakukan penyesuaian program yang diperlukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Identifikasi Kebutuhan dan Persiapan Awal

Berdasarkan identifikasi kebutuhan awal melalui FGD, survei dan wawancara pengurus dan anggota PSNU Pagar Nusa Ranting Maor, permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah masalah sumber daya manusia dan sistem informasi. Sejauh ini, sudah terbentuk divisi pengembangan kewirausahaan akan tetapi dalam pelaksanaannya belum optimal dan cenderung tidak ada kegiatan terkait kewirausahaan. Terkait dengan sistem informasi belum terdapat Digital Marketing dalam upaya membangun stigma positif pagar nusa baik berupa website resmi maupun akun media sosial berupa instagram. Hal ini terjadi dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pengalaman dalam hal pendidikan kewirausahaan maupun dalam corporate branding serta belum ada anggota yang pernah mengikuti pelatihan maupun seminar tentang pendidikan kewirausahaan maupun corporate branding. Serta minimnya kesadaran tentang pentingnya pemanfaatan teknologi digital sebagai upaya pembentukan corporate branding organisasi.

Oleh karena itu, dibutuhkan langkah-langkah proaktif untuk memperkenalkan organisasi ke konteks digital melalui pembuatan akun media sosial dan website yang representatif. Edukasi dan pendampingan yang intensif perlu dilakukan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai pembentukan corporate branding organisasi dengan baik.



Gambar 1. FGD Identifikasi Kebutuhan Mitra
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

3.2. Implementasi Program

Implementasi program pengabdian kepada masyarakat ini dalam bentuk seminar tentang penguatan karakter pendekar muda melalui pendidikan wirausaha dan pembentukan corporate branding PSNU Pagar Nusa. Seminar tersebut dilaksanakan ditempat mitra sasaran yakni di lingkungan masjid Al-Abror Desa Maor. Dalam seminar tersebut dipaparkan materi-materi berkaitan dengan pendidikan kewirausahaan dan corporate branding, yang diikuti oleh 26 anggota PSNU Pagar Nusa Ranting Maor. Dalam pelaksanaannya seminar tersebut berlangsung dengan baik dan lancar.



Gambar 2. Pelaksanaan Seminar
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Secara jelas antusiasme dan fokus dari peserta seminar yang luar biasa dalam kegiatan tersebut. Peserta juga sangat terlibat dan semangat dalam prosesi pembelajaran, hal tersebut menunjukkan bahwa peserta memiliki minat yang tinggi dalam memahami dan mengimplementasikan pemanfaatan teknologi digital untuk kepentingan organisasinya. Tak hanya itu, sesi tanya jawab yang dilakukan menjadi kesempatan kepada peserta untuk menanyakan terkait hal yang kurang dipahami, momen ini berlangsung dengan penuh semangat, hal ini dilihat dari antusiasme peserta yang tinggi dalam mengajukan pertanyaan mengenai pembuatan akun Instagram dan Website.

Pendampingan ini dilakukan guna mendampingi mitra dalam pemanfaatan teknologi digital dalam upaya pembentukan corporate branding PSNU Pagar Nusa Ranting Maor. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan dukungan kepada PSNU Pagar dengan harapan anggota PSNU Pagar Nusa dapat mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk memperkuat keberadaan organisasi, perluasan jangkauan dan peningkatan interaksi dengan masyarakat luas secara efektif.

Dalam dokumentasi yang disajikan pada Gambar 3 dan 4 menunjukkan pelaksanaan pendampingan dalam pembuatan akun Instagram dan Website berjalan lancar, didapati bahwa peserta pendampingan menunjukkan kemauannya serta keterampilan dalam mengikuti panduan praktis yang diberikan oleh mentor. Antusiasme dan keterlibatan peserta yakni anggota dari PSNU Pagar Nusa dalam kegiatan pendampingan ini menjadi pondasi dan dorongan utama dalam

pencapaian tujuan penguatan corporate branding PSNU Pagar Nusa melalui pemanfaatan teknologi digital dengan efektif dan efisien.



Gambar 3. Pendampingan
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selain pelaksanaan seminar dan pendampingan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada mitra. Outpun dari kegiatan ini menghasilkan website resmi PSNU Pagar Nusa ranting Maor dengan domain <https://pagarnusarantingmaor.or.id> dan instagram resmi Pagar Nusa ranting Maor (Gambar 4 dan 5).



Gambar 4. Instagram PSNU
(Sumber: <https://www.instagram.com/pagarnusa.maor/>)

3.3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahapan Monitoring dan evaluasi berperan sangat krusial dalam mengkaji kegiatan yang telah dilakukan. Monitoring dilakukan dengan cara pendampingan yang dilakukan tim pengabdian dan telah dibentuk tim IT dari unsur mitra sebagai bentuk keberlanjutan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dari kegiatan ini evaluasi ditinjau dari ketercapaian materi seminar yang disampaikan dan pemanfaatan teknologi digital oleh mitra dalam pembentukan corporate branding pagar nusa. Dari Hasil pre-test dan post-test yang diberikan menunjukkan terdapat peningkatan pengetahuan mitra terkait dengan pendidikan kewirausahaan dan corporate branding. Kemudian evaluasi pasca

kegiatan hasil dari pendampingan tim pengabdian sudah terdapat pemanfaatan teknologi digital dalam upaya pembentukan corporate branding yakni terbentuknya website resmi <https://pagarnusarantingmaor.or.id> dan instagram resmi pagar nusa ranting maor serta mitra dapat mengoperasikan teknologi dengan baik.



Gambar 5. Website PSNU Pagar Nusa Maor
(Sumber: <https://pagarnusarantingmaor.or.id/>)

Kemudian evaluasi juga dilakukan dengan mengamati akun Instagram dan Website yang telah dibuat sebelumnya. Tim pengabdian melihat apakah konten yang ditampilkan pada media sosial dan platform digital sudah sesuai dengan pembentukan corporate branding PSNU Pagar Nusa. Setelah dilakukan evaluasi dan pemantauan isi dari konten yang ditampilkan pada Instagram dan Website PSNU Pagar Nusa ditemui bahwa konten yang disajikan pada media digital telah berkaitan dengan pembentukan corporate branding yang baik, hal tersebut dibuktikan dengan konten yang dipublikasikan memuat hal yang positif mengenai PSNU Pagar Nusa dalam sajian yang kreatif seperti Sejarah, prestasi PSNU Pagar Nusa, berita Positif, dan kegiatan-kegiatan yang positif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat peningkatan ilmu pengetahuan mitra tentang pendidikan kewirausahaan dan corporate branding
2. Terbentuknya tim IT Mitra sebagai bentuk keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat
3. terdapat pemanfaatan teknologi digital dalam upaya pennebtukan corporate branding PSNU Pagar Nusa yakni berupa website resmi organisasi dan instagram pagar nusa ranting maor.

Dengan demikian, diharapkan pasca kegiatan pengabdian kepada masyarakat PSNU Pagar Nusa dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Rasa Syukur dan Terimakasih kami ucapkan kepada Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Riset dan Teknologi (DIKTIRISTEK), dan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi (KEMDIKBURISTEK) sebagai pemberi dana program Pengabdian Kepada Masyarakat Skim Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat pendanaan tahun 2024, Atas dukungannya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dan berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Fayolle and B. Gailly, *Theories of Entrepreneurship: An Introduction*. Routledge, 2015.

-
- [2] F. Harris and L. De Chernatony, *Corporate Branding and Corporate Brand Management*. Routledge, 2021.
- [3] P. C. Verhoef, P. K. Kannan, and J. J. Inman, "From Multi-Channel Retailing to Omni-Channel Retailing: An Overview and Research Agenda," *Journal of Retailing*, vol. 97, no. 2, pp. 131–149, 2021.
- [4] H. G. Parsa, J. Self, and D. Njite, "The Role of Corporate Branding in Building Competitive Advantage," *J Bus Res*, vol. 95, no. 2019, pp. 83–92, 2019.
- [5] S. C. Yang, S. H. Lee, and Y. K. Kim, "The Impact of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intentions: The Role of Creativity and Risk-Taking," *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 26, no. 4, pp. 785–804, 2020.
- [6] D. R. Gnyawali and D. S. Fogel, "Entrepreneurship and Innovation: A Focus on Educational Impact," *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 27, no. 3, pp. 575–594, 2021.
- [7] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management* (15th ed.). Pearson., 2016.
- [8] A. M. Kaplan and M. Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media," *Bus Horiz*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68, 2010.
- [9] D. M. Norris and T. A. Horan, "Technology-Driven Approaches in Community Engagement and Development," *Technol Soc*, vol. 63, no. C, pp. 1–10, 2020.
- [10] V. Kumar, S. Gupta, and R. H. Goudar, "Leveraging Digital Technologies for Community Development.," *Journal of Digital & Social Media Marketing*, vol. 30, no. 4, pp. 215–230, 2022.
- [11] A. Ali and M. Usman, "Effective Community Engagement through Technology: A Case Study.," *Journal of Community Development*, vol. 45, no. 2, pp. 185–202, 2021.

Halaman ini sengaja dikosongkan