

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 579

LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



**PELATIHAN BRANDING DAN DIGITAL MARKETING UMKM BINAAN
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI**

TIM PENGUSUL

KETUA : RIZQON JAMIL FARHAS, SE.,M.SI NIDN : 1015040203

ANGGOTA : FAKHRI RABIALDY, B.HUCAP, M.HRM NIDN : 1012059501

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
TAHUN AJARAN 2021/2022**

HALAMAN PENGESAHAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

- 1. Judul : Pelatihan Branding dan Digital Marketing
- 2. Mitra / Kelompok Masyarakat : UMKM Binaan Universitas Pahlawan
- 3. Ketua Tim Pengusul
 - a. Nama : Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si
 - b. NIDN/NIP : 1015049203
 - c. Jabatan / Golongan : Asisten Ahli
 - d. Program Studi : S1 Bisnis Digital
 - e. Perguruan Tinggi : Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai
 - f. Bidang Keahlian : Manajemen
 - g. Alamat Kantor/Telp/Faks/Surel : Jl. Tuanku Tambusai No. 23 Bangkinang
- 4. Anggota Tim Pengusul
 - a. Jumlah Anggota : 1 Orang
 - b. Nama Anggota I/Bidang Keahlian : Fakhri Rabialdy, MHRM
 - c. Nama Anggota II/Bidang Keahlian : -
 - d. Jumlah Mahasiswa yang Terlibat : -
- 5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra (Desa/Kecamatan) : Kota Pekanbaru
 - b. Kabupaten/Kota : Kota Pekanbaru
 - c. Provinsi : Riau
 - d. Jarak PT ke Lokasi Mitra : 60 Km
- 6. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Pengabdian Masyarakat
- 7. Jangka Waktu Pelaksanaan : 1 kali dalam 1 semester
- 8. Biaya Total : Rp. 1.600.000.-

Mengetahui,
Dekan Ekonomi dan Bisnis

Bangkinang, Agustus 2021
Pengusul

Dr. Samsurijal, HS
NIDN. 0031126490

Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si
NIDN. 1015049203

Menyetujui,
Ketua LPPM Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai



M. Muzaliah Daulay, M.Pd
095.542.108

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian : Program Pelatihan Branding dan Digital Marketing pada UMKM Binaan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

2. Tim Pengabdian :

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Program Studi
1.	Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si	Asisten Ahli	Manajemen Strategik	S1 Bisnis Digital
2.	Fakhri Rabialdy, B.Hucap.,MHRM	Tenaga Pengajar	Manajemen SDM	S1 Kewirausahaan

3. Objek Pengabdian penciptaan (jenis material yang akan diteliti dan segi pengabdian): Pelatihan Branding dan Digital Marketing

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : November tahun 2021

Berakhir : November tahun 2021

5. Lokasi Pengabdian (lab/lapangan) : Pusat Pelatihan Kewirausahaan dan Bisnis

7. Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontribusinya) :

8. Skala perubahan dan peningkatan kapasitas sosial kemasyarakatan dan atau pendidikan yang ditargetkan :

- a. Meningkatnya pengetahuan UMKM tentang Branding Produk
- b. UMKM bisa menerapkan strategi branding dan digital marketing
- c. Pelaku UKM Lebah madu mampu mengembangkan model bisnis untuk kemajuan usaha.

9. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran (tuliskan nama terbitan berkala ilmiah internasional bereputasi, nasional terakreditasi, atau nasional tidak terakreditasi dan tahun rencana publikasi) : Nasional terakreditasi tahun 2022

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra	6
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN	8
2.1 Solusi	8
2.2 Target Luaran.....	8
BAB III METODE PELAKSANAAN	10
3.1 Profil Mitra.....	10
3.2 Metode	10
BAB IV KELAYAKAN KEPAKARAN	11
BAB V BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	12
5.1 Anggaran Biaya	12
5.2 Jadwal Kegiatan	12
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	13
6.1 Hasil.....	13
6.2 Pembahasan.....	14
BAB VII PENUTUP	16
7.1 Kesimpulan	16
7.2 Saran	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Saat ini Indonesia masuk dalam kondisi Bonus Demografi, dimana usia penduduk usia produktif lebih banyak dari usia non produktif. Bonus Demografi bisa menjadi hal yang positif jika mampu dan berhasil dimanfaatkan dengan baik, Hal ini memicu khususnya para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan memiliki suatu bisnis. Sebagian besar tergolong sebagai pelaku usaha sektor industri Usaha Mikro, Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi di Indonesia, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran.

Perkembangan UMKM di Indonesia sudah cukup pesat menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2020 pelaku UMKM sudah mencapai 56.534.592 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 107.657.509 orang. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Indonesia semakin berkembang

sehingga membantu perekonomian Indonesia dan juga penyerapan tenaga kerja sehingga berkurangnya angka pengangguran yang ada Indonesia. Perkembangan UMKM di setiap provinsi berbeda-beda dapat disimpulkan bahwa UMKM di Provinsi Riau sudah berkembang. Setiap tahunnya muncul wirausaha – wirausaha baru yang menciptakan usaha, untuk itu pemerintah maupun perguruan tinggi selalu melakukan pembinaan kepada pelaku usaha kecil di kota maupun kabupaten sehingga nantinya mampu bertahan di tengah ketatnya persaingan usaha saat ini dengan harapan sumber daya manusia dan kualitas produksi yang dihasilkan semakin tersebar dan semakin digemari masyarakat seiring dengan imbauan pemerintah untuk mencintai produk-produk dalam negeri. Namun, pada masa pandemi covid 19, banyak UMKM yang tidak mampu bertahan, selain faktor perekonomian dan daya beli masyarakat yang kurang juga disebabkan kemampuan branding dan kemampuan strategi digital marketing yang belum dipahami secara utuh oleh para pelaku usaha, padahal jika pelaku usaha mampu mengelola brand mereka dengan baik dan mampu mengaplikasikan digital marketing dengan pemanfaatan berbagai platform e commerce yang ada, kecil kemungkinan akan ikut tergulung oleh pandemi.

Berdasarkan situasi tersebut maka pengusul melalui Pusat Pelatihan Kewirausahaan dan Bisnis Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai melakukan program pembinaan terhadap UMKM yang menjadi binaan Universitas Pahlawan dalam hal Branding dan Strategi Digital Marketing. Hal ini diharapkan dapat memicu munculnya semangat dan motivasi pelaku usaha untuk dapat memajukan usahanya walaupun sedang berada dalam pandemi covid 19.

1.2 Permasalahan Mitra

Dari hasil wawancara dengan mitra saat pelatihan dilakukan pengusul di lapangan, diketahui bahwa mayoritas UMKM di Kota Pekanbaru belum mampu memahami membangun brand usaha, hal ini dikarenakan masih kurangnya pemahaman UMKM terhadap brand, bahkan tidak sedikit UMKM yang tidak peduli akan pentingnya sebuah brand, persepsi para pelaku usaha masih terbatas pada merek produk, selain persoalan brand usaha, UMKM juga masih belum memahami secara utuh tentang Digital Branding dan penerapannya dalam mengembangkan usaha,

padahal, sejatinya di zaman teknologi dan industri 4.0 ini UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Beberapa UMKM hanya menggunakan pemasaran sederhana dalam strategi memasarkan produknya, yaitu dengan menitip produk-produk mereka ke toko-toko. Atas permasalahan diatas, maka pengusul beserta mitra sasaran yaitu UMKM binaan Universitas Pahlawann 3 (tiga) masalah yang menjadi prioritas utama yang terdapat pada usaha ini yaitu:

- 1) Kurangnya Pemahaman Branding Produk
- 2) Kurangnya Pemahaman tentang digital marketing.

BAB II

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Kegiatan pelatihan ini ditujukan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas kepada UMKM binaan Universitas Pahlawan yang ada di Kota Pekanbaru dalam membangun usaha melalui Branding dan Digital Marketing, UMKM diharapkan mampu mengaplikasikan strategi-strategi dalam membangun brand, dan menerapkan digital marketing untuk memperluas pangsa pasar.

2.2 Target Luaran

Dengan adanya kegiatan ini diharapkan hasilnya dapat menjadi suatu dokumen tertulis kepada berbagai pihak yang membutuhkan sumber informasi bagi pelaku bisnis terutama UMKM dalam upaya mereka untuk mengembangkan usahanya.

Tabel 1. Rencana Target Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator
Luaran wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN/Prosiding	
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repository PT	
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	1. Adanya Brand setiap UMKM yang dikenal masyarakat Kota Pekanbaru 2. Tersediannya produk-produk UMKM di berbagai platform online / marketplace
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT dan Manajemen)	Penerapan Teknologi tepatguna sesuai dengan hasil kajian
5	Perbaikan tata nilai masyarakat (senin budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan,	

	kesehatan)	
Luaran Tambahan		
1	Publikasi di jurnal internasional	
2	Jasa; rekayasa sosial; metode atau sistem, produk/barang	
3	Inovasi baru TTG	
4	Hak kekayaan intelektual (Paten, Paten sederhana, Hak Cipta, Merek dagang, Rahasia dagang, Desain Produk Industri, Perlindungan Varietas Tanaman, Perlindungan Desain Topografi Sirkuit Terpadu)	
5	Buku ber ISBN	

BAB III

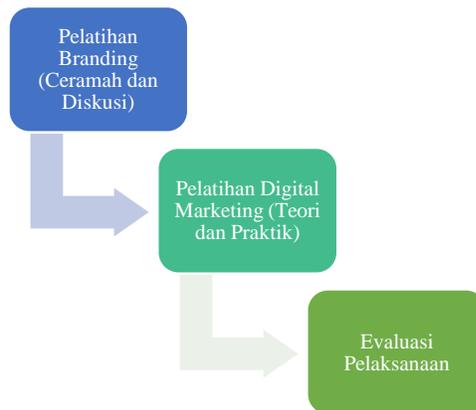
METODE PELAKSANAAN

3.1 Profil Mitra

Mitra adalah para pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah yang telah terdaftar sebagai UMKM Binaan Universitas Pahlawan. Mitra UMKM ini terdiri dari pelaku usaha yang ada di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 30 Orang dengan berbagai usaha, mulai dari Produk Kuliner, Jasa, dan Perdagangan.

3.2 Metode

Adapun metode pelaksanaan pelatihan ini adalah dengan memberikan ceramah/diskusi materi terkait dengan Branding dan Digital Marketing. Materi yang diberikan mencakup pengertian branding, jenis-jenis branding, elemen branding dan cara membangun brand image. Sementara untuk digital marketing materi yang diberikan mencakup pemahaman digital marketing, produk juara, konten marketing dan terakhir praktik digital marketing. Adapun tahapan metode pelaksanaan adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Pelatihan Branding dan Digital Marketing

BAB IV

KELAYAKAN KEPAKARAN

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, yaitu kurangnya pemahaman terhadap Branding rendahnya penggunaan teknologi dalam strategi pemasaran maka dalam hal ini perlu dilakukan pembenahan terstruktur, semua pihak (Pentahelix) sangat berperan penting dalam pengembangan UMKM. Berikut tim pengusul dalam pengabdian kepada masyarakat beserta kepakaran nya :

No	Nama	Instansi	Kepakaran
1	Rizqon Jamil Farhas (Ketua)	Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai	<ul style="list-style-type: none">- Manajemen Strategi Perusahaan- Tenaga Ahli Pengembangan Industri Kabupaten
2	Fakhri Rabialdy, MHRM	Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai	<ul style="list-style-type: none">- Manajemen Sumber Daya Manusia

BAB V
BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

5.1 Anggaran Biaya

Ringkasan anggaran biaya yang diajukan dalam bentuk tabel dengan komponen seperti Tabel 2 berikut :

Tabel 2. Format Ringkasan Anggaran Biaya

No	Komponen	Biaya yang diusulkan (Rp)
1	Honorarium untuk pelaksana, petugas laboratorium, pengumpul data, pengolah data, penganalisis data, honor operator, dan honor pembuat sistem	Rp. 300.000.-
2	Pembelian bahan habis pakai untuk pembelian ATK, fotocopy, surat menyurat, penyusunan laporan, cetak penjiwaan, publikasi, pulsa, internet.	Rp. 300.000.-
3	Perjalanan untuk survei/sampling data	Rp. 100.000.-
4	Konsumsi Peserta	Rp. 400.000.-
5	Sewa Ruang Pusat Pelatihan	Rp. 500.000.-
Jumlah		Rp. 1.600.000.-

5.2 Jadwal Kegiatan

No	Tahapan Kegiatan	Jadwal kegiatan																							
		Bulan																							
		Sep		Okt				Nov				Des				Jan 2022				Feb 2022					
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
	Penyusunan Proposal																								
	Pembuatan SPT dan Surat Izin Penelitian																								
	Pelaksanaan Pengabdian																								
	Penyusunan Laporan Hasil																								
	Pembuatan Surat LKD Penelitian																								

BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Hasil

Pelatihan dilakukan dengan mengundang Mitra UMKM Binaan Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai melalui Pusat Pelatihan Kewirausahaan dan Bisnis Universitas Pahlawan yang berada di Kota Pekanbaru, pelatihan dilakukan pada tanggal 19 November 2021. Konsep pelatihan ini adalah memberikan materi yang berkaitan dengan Branding pada UMKM, materi Branding tersebut terdiri dari pengertian dan pemahaman Branding, Jenis-jenis Branding, Elemen Branding dan cara membangun Brand Image usaha. Pelaku Usaha merasa sangat terbantu dengan adanya program pelatihan ini, disamping menambah wawasan bisnis juga dapat langsung diterapkan oleh usaha masing-masing dari Mitra.

Pada dasarnya sebagian UMKM binaan Universitas Pahlawan telah memiliki merek pada masing-masing produk yang mereka miliki. Namun pemahaman mereka terhadap Brand masih terbatas pada Merek, padahal Brand bukanlah hanya sekedar merek produk, namun juga Makna yang di bangun dalam merek agar dapat di ingat oleh konsumen. Membangun brand tidaklah semudah menuliskan Merek/kalimat pada kemasan. Namun bagaimana memberikan Janji kepada konsumen dan janji tersebut dapat dibuktikan dan dirasakan oleh konsumen.

Dalam membangun brand usaha, para UKM juga dituntut dapat membangun personality brand, artinya, secara personal pelaku usaha juga harus memiliki sifat melayani yang baik. Pelaku usaha harus bisa memberikan pelayanan yang optimal untuk dapat mempertahankan konsumennya. Setelah personality branding terbangun, maka Produk branding dapat dilakukan, berbagai macam cara dapat dilakukan dalam membangun sebuah brand image pada UMKM, diantaranya dengan mengikuti Event/bazar/expo, menjadi sponsorship, menggunakan infulencer seperti selebgram atau public figur, dan membuat merchandise dengan menampilkan logo/merek usaha.



Gambar 1. Antusias Mitra UMKM dalam memahami materi Branding

Setelah pemberian materi branding, maka dilanjutkan dengan pelatihan digital marketing yang dimulai dengan penyampaian manfaat digitalisasi pada dunia usaha, banyak para pelaku usaha yang belum memahami optimalisasi dari digital marketing, para pelaku langsung diberi penjelasan dan praktik pembuatan akun bisnis pada media sosial seperti whatsapp, instagram dan facebook. Para pelaku usaha juga mempraktikkan bagaimana membuat konten pada marketplace yang tersedia seperti marketplace yang ada di facebook, instagram ads, hal ini sangat menarik dan dibutuhkan oleh UMKM dalam perluasan jangkauan pasar dan untuk meningkatkan omset usaha.

Selama ini para pelaku usaha sudah mulai membuat iklan/konten produk, namun masih terbatas pada akun individu, bukan pada akun bisnis. Dengan pelatihan digital marketing ini para pelaku usaha dapat dengan optimal menggunakan akun bisnis untuk kegiatan e commerce mereka, terdapat banyak keuntungan jika UMKM mampu menggunakan teknologi dalam menjalankan usaha/bisnis nya. Diantaranya adalah pasar yang semakin terbuka lebar, dan dapat diakses oleh siapapun dan dimanapun.

6.2 Pembahasan

Berdasarkan pelatihan yang telah dilakukan, dalam meningkatkan perekonomian suatu negara khususnya Kota Pekanbaru, pelaku usaha kecil menengah

perlu bersinergi dengan stakholder seperti pemerintah dan investor. Untuk dapat menarik perhatian investor, para pelaku usaha kecil menengah diharapkan mampu membangun brand image usaha yang dimiliki. Banyak UMKM yang belum memiliki brand, dan belum memiliki merek dagang yang terdaftar resmi di Kementerian Hukum dan HAM. Pengetahuan UMKM tentang branding dan digital marketing masih relatif rendah, hal ini karena kurangnya pelatihan-pelatihan tentang branding dan digital marketing dan bahkan pada aspek lainnya seperti keuangan. Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai selaku Perguruan Tinggi memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam pengembangan usaha mereka. UMKM sangat terbantu dengan adanya program-program pelatihan tersebut. Kedepannya Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai melalui Pusat Pelatihan Kewirausahaan dan Bisnis akan selalu membuat program-program pelatihan yang berkaitan dengan kendala dan permasalahan UMKM.

Hasil evaluasi pelaksanaan program ini dinilai sangat memberikan manfaat bagi UMKM, para pelaku usaha mulai membangun brand image dari usaha yang dimiliki, perkembangan positif lainnya adalah UMKM binaan sudah mulai terbiasa menggunakan teknologi informasi sebagai media promosi produk-produk yang mereka tawarkan ke konsumen. Dengan demikian terjadi peningkatan omset dan perluasan pasar seperti yang telah diharapkan sebelumnya. Kedepan, akan ada program-program pelatihan dari berbagai aspek lainnya seperti aspek keuangan, produksi serta pelatihan Manajemen Sumber Daya Manusia.

BAB VII

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Pelatihan Branding dan Digital Marketing yang dilakukan melalui Pusat Pelatihan Kewirausahaan dan Bisnis ini merupakan program terjadwal yang dilakukan khusus untuk para pelaku usaha kecil menengah yang ada di Kota Pekanbaru. Dengan adanya kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa :

- a. Provinsi Riau Khususnya Kota Pekanbaru dinilai cukup pesat perkembangannya, hal ini dapat dilihat dari jumlah UMKM yang terus meningkat, namun demikian banyaknya usaha-usaha baru yang muncul juga diiringi dengan usaha-usaha kecil yang kian meredup, hal ini dikarenakan banyak faktor internal maupun eksternal, terlebih pada saat pandemi covid 19 saat ini. Berbagai cara dan program peningkatan kapasitas UMKM terus dilakukan baik dari Pemerintah maupun Perguruan Tinggi, salah satunya adalah dengan pelatihan softskill dan hardskill yang telah dilakukan oleh Pusat Pelatihan Keirausahaan dan Bisnis Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai. Pelatihan yang dilakukan adalah pelatihan Branding dan Digital Marketing. Melalui dua program pelatihan itu banyak UMKM merasa sangat diuntungkan dan berharap kegiatan ini terus dilakukan.
- b. Pelatihan Branding dan Digital Marketing merupakan pelatihan tahap awal bagi UMKM yang telah memiliki produk, hal ini untuk membantu para pelaku usaha dalam akselerasi membangun brand image dan membantu memperluas pangsa pasar yang mereka miliki melalui digital marketing.

7.2 Saran

Pelatihan Branding dan Digital Marketing ini merupakan program pertama dalam inkubasi UMKM Binaan Universitas Pahlawan, kedepannya selain tentang Branding dan Digital Marketing perlu di susun program terkait proses perizinan/pendaftaran usaha, alur perolehan PIRT, alur perolehan BPOM dan Halal.

Lampiran 1

Biodata Diri, Riwayat Penelitian, PkM dan Publikasi

A. Identitas

1	Nama	:	Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si
2	Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	:	Asisten Ahli
4	NIP	:	-
5	NIDN	:	1015049203
6	Tempat dan Tanggal Lahir	:	Pekanbaru, 15 April 1992
7	e-mail	:	rj.farhas171792@gmail.com
8	No Telepon/ Hp	:	085265447744
9	Alamat Kantor	:	Jl. Tuanku Tambusai No. 23 Bangkinang
10	NoTelpon/ Fax	:	-
11	Lulusan yang telah dihasilkan	:	-
12	Mata Kuliah yang diampu	:	a. Kewirausahaan b. Motivasi Usaha c. Dasar-dasar Manajemen d. Mentoring Kewirausahaan e. Technopreneurship

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	UIN Sultan Syarif Kasim Riau	Universitas Riau	
Bidang Ilmu	Manajemen keuangan	Manajemen Strategik	
Tahun Masuk – Lulus	2009-2013	2013-2015	

C. Pengalaman Penelitian dalam 3 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (juta Rp)
	2020	Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi dalam Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Ritel 212 Mart di Kota Pekanbaru	Mandiri	Rp. 6.000.000
	2021	Kajian Inkubasi Bisnis dalam Menumbuhkan dan Mengembangkan UMKM di Kota Pekanbaru	Yayasan	Rp. 2.871.000
	2021	Pengaruh Kreatifitas dan Keterampilan Berwirausaha terhadap Inovasi dan Keberhasilan Usaha Kuliner pada Foodpark Raun-Raun Kota Pekanbaru	Mandiri	Rp. 6.500.000
	2021	Pengaruh Bauran Promosi untuk Meningkatkan Penjualan Produk Furnitur pada PT. Domo Karya Mandiri, Batam di Masa Pandemi Covid-19	Mandiri	Rp. 10.000.000.-
	2021	Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Smartphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai)	Mandiri	Rp. 6.000.000.-

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat 3 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (jutaRp)
1	2020	<i>Focus Group Discussion</i> (FGD) Rencana Pengembangan Industri Kabupaten Indragiri Hilir	Mandiri	Rp. 3.000.000
2	2020	Penyuluhan/Motivasi Bisnis Kaum Milenial dan Anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Sawit Jaya disaat Pandemi Covid -19	Mandiri	Rp. 1.500.000
3	2019	Memotivasi Ekonomi Kreatif Masyarakat Produksi Air Minum Kemasan Galon di Desa Laboy Jaya Kabupaten Kampar	Mandiri	Rp. 2.000.000
4	2019	Pelatihan Peningkatan Kapasitas Pelayanan Pada PDAM Tirta Kampar Kabupaten Kampar	Mandiri	Rp. 3.000.000
5	2019	Pelatihan Wirausaha bagi Lembaga Pelatihan Keterampilan Menjahit Belia Desa Penyesawan Rumbio	Mandiri	Rp. 1.500.000
6	2021	Diseminasi Teknologi Pemurnian Biogas Kotoran Sapi Terintegrasi pada Usaha Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Laboy Jaya	BRIN	Rp. 170.000.000.-

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 3 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun
1	Analisis Orientasi Pasar dan Inovasi dalam Mencapai Keunggulan Bersaing pada Usaha Ritel 212 Mart di Kota Pekanbaru	Jurnal Pendidikan Tambusai	Vol : 1 Issue : 2019
2	Analisis Keputusan Konsumen dalam Pembelian Smarthpone (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai)	Innovative: Journal of Social Science Research	
3	Pengaruh Bauran Promosi untuk Meningkatkan Penjualan Produk Furnitur pada PT. Domo Karya Mandiri, Batam di Masa Pandemi Covid-19	Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)	

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 3 tahun terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 3 tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 5 tahun terakhir

No	Judul /Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 tahun terakhir

No	Judul/ tema/ jenis rekayasa yang telah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1	Penyusunan Rencana Pengembangan Industri Kabupaten (RPIK) Kabupaten Meranti	2017	Kabupaten Meranti	
2	Penyusunan Rencana Pengembangan Industri	2019	Kabupaten Bengkalis	

	Kabupaten (RPIK) Kabupaten Bengkalis			
3	Penyusunan Rencana Pengembangan Industri Kabupaten (RPIK) Kabupaten Indragiri Hilir	2020	Kabupaten Indragiri Hilir	
4	Penyusunan AMDAL Sport Center Kabupaten Rokan Hulu	2021	Kabupaten Rokan Hulu	

J. Penghargaan dalam 5 tahun terakhir (Pemerintah, Asosiasi Atau Institusi)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya sebagai syarat dalam pengajuan proposal penelitian Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.

Bangkinang, 22 November 2022
Pengusul,

Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si
NIDN. 1015049203

Biodata Diri, Riwayat Penelitian, PkM dan Publikasi

A. Identitas

1	Nama	:	Fakhri Rabialdy M.HRM
2	Jenis Kelamin	:	Laki – laki
3	Jabatan Fungsional	:	Tenaga Pengajar
4	NIP	:	-
5	NIDN	:	1012059501
6	Tempat dan Tanggal Lahir	:	Pekanbaru, 12 Mei 1995
7	Email	:	Fakhrirabialdy@gmail.com
8	No Telepon/ Hp	:	081318237706
9	Alamat Kantor	:	Jl. Tuanku Tambusai No. 23 Bangkinang
10	NoTelpon/ Fax	:	
11	Lulusan yang telah dihasilkan	:	-
12	Mata Kuliah yang diampu	:	<ul style="list-style-type: none"> a. Perilaku Konsumen b. Bisnis Berbasis Teknologi c. Manajemen Sumber Daya Manusia d. FGD Kewirausahaan e. Seminar Kewirausahaan

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Management and Science University	Universiti Utara Malaysia	Universiti Utara Malaysia
Bidang Ilmu	Manajemen Sumber Daya Manusia	Manajemen Sumber Daya Manusia	Manajemen Sumber Daya Manusia
Tahun Masuk - Lulus	2013 - 2017	2017-2019	2020

C. Pengalaman Penelitian dalam 3 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (juta Rp)

1	2020	Analisis Hubungan Motivasi Dan Program Pelatihan Terhadap Kinerja Guru Di Kota Pekanbaru	Mandiri	
2	2021	Analisis Hubungan Modal Manusia (Human Capital) Terhadap Kinerja Koperasi Di Kota Pekanbaru	Mandiri	

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat 3 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (jutaRp)

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal 3 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/ Nomor/Tahun

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (*Oral Presentation*) dalam 3 tahun terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku dalam 3 tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit

H. Perolehan HKI dalam 5 tahun terakhir

No	Judul /Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 10 tahun terakhir

No	Judul/ tema/ jenis rekayasa yang telah diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat

J. Penghargaan dalam 5 tahun terakhir (Pemerintah, Asosiasi Atau Institusi)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya sebagai syarat dalam pengajuan proposal penelitian Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.

Bangkinang, 22 November 2021
Anggota,



Fakhri Rabialdy M.HRM
NIDN : 1012059501

Dokumentasi

The poster features the Universitas Pahlawan logo at the top left. The main text reads: "TRAINING CENTER OF UNIVERSITAS PAHLAWAN PRESENTS: DIGITAL BRANDING DAN MARKETING UNTUK UMKM BINAAN UNIVERSITAS PAHLAWAN". It lists two speakers: Rizqon Jamil Farhas, Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Pahlawan, and Efti Novita Sari, Kepala Pusat Inovasi Universitas Pahlawan. The event is scheduled for 19/11/2021 at 09:30 at Gedung Pusat Pelatihan, Kewirausahaan dan Bisnis UP, Jalan bala m ujung, No 23 Sukajadi Kota Pekanbaru.





UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

e-mail : lppm.tambusai@yahoo.co.id

Alamat : Jl. Tuanku Tambusai No. 23 Bangkinan, Kampar - Riau Kode Pos. 28412

Telp. (0762)21677, 085278005611, 085211804568

SURAT PERINTAH TUGAS

Nomor : 43/LPPM/UPTT/XI/2022

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai, dengan ini menugaskan kepada:

Nama : Rizqon Jamil Farhas, S.E, M.M 1015049203
Efli Novita Sari, S.Pd., M.M
Jabatan : Dosen Prodi S1 Bisnis Digital
Dosen Prodi S1 Kewirausahaan

Melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Gedung Pusat Pelatihan, Kewirausahaan dan Bisnis UP dengan kegiatan "Trainic Center of Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai Present: Digital Branding dan Marketing untuk UMKM Binaan Universitas Pahlawan" pada November Tahun 2021. Dengan dikeluarkannya surat tugas ini, maka yang bersangkutan wajib melaksanakan tugas dengan sebenarnya dan bertanggungjawab kepada Ketua LPPM Tuanku Tambusai Riau.

Demikian surat tugas ini dibuat, untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Bangkinang, 18 November 2021
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Ketua,



Dr. Mustar Indra Daulay, M.Pd
NIP - TT 096.542.108

Tembusan:

Rektor Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai