
Pengembangan Brand Image dengan *Company Profile* Usaha di Media Digital pada Mars Button

Fendy Cuandra¹, Justin²
Universitas Internasional Batam^{1,2}

Email fendy.cuandra@uib.ac.id; 2241063.justin@uib.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 13-12-2025

Disetujui 23-12-2025

Diterbitkan 25-12-2025

Katakunci:

Brand Image;
Media Digital

ABSTRAK

Program ini bertujuan untuk meningkatkan *brand image* Mars Button dengan memanfaatkan media digital khususnya dengan memanfaatkan *linktree* sebagai pusat informasi usaha untuk menampilkan profil perusahaan yang berisi berbagai informasi terkait toko dan produk. Memiliki tujuan utama agar pelanggan dapat memahami produk yang tersedia lebih mudah dengan adanya katalog produk digital yang dapat diakses pelanggan sehingga proses pembelian juga dapat dilakukan secara *online* tanpa harus mengunjungi toko fisik sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran usaha. Berdasarkan program hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan pengembangan *brand image* Mars Button melalui penerapan *company profile* dengan media digital mendapatkan hasil yang efektif. Terbukti berdasarkan data bahwa penerapan *linktree* sebagai media utama yang dimanfaatkan oleh mitra mampu meningkatkan tingkat visibilitas dan profesionalitas Mars Button di ranah digital.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Cuandra, F., & Justin. (2025). Pengembangan Brand Image dengan Company Profile Usaha di Media Digital pada Mars Button. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(6), 2310-2320. <https://doi.org/10.63822/cv72cy48>

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman ke era digitalisasi telah mengubah cara seorang pelaku bisnis untuk mengoperasikan dan mengembangkan bisnisnya. Perkembangan digitalisasi tentu mempengaruhi setiap usaha, tidak hanya perusahaan besar tetapi juga usaha menengah termasuk toko Mars Button yang bergerak di bidang penjualan yang berhubungan dengan pelanggan. Masa kini para pelanggan lebih banyak mencari informasi, melakukan pembelian, membandingkan harga melalui media digital yang tentu mendorong seorang pelaku bisnis untuk dapat beradaptasi agar dapat berkompetisi di pasar (Azhar *et al.*, 2023).

Permasalahan yang dialami Mars Button untuk saat ini adalah keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas diluar dari penjualan secara konvensional. Permasalahan tersebut dapat dihadapi dengan memanfaatkan media digital untuk membuka peluang baru untuk meningkatkan visibilitas usaha, menambah jumlah pelanggan dalam skala kuantitas dengan efisiensi dari media digital yang dimanfaatkan dengan baik (Anas *et al.*, 2023). Pemanfaatan media digital oleh Mars Button dapat menampilkan berbagai variasi produk yang dijual, mencantumkan informasi produk, serta dapat menjangkau pelanggan diluar wilayah operasional konvensional toko. Mars Button dapat memanfaatkan media digital untuk membangun sebuah *brand image* dalam bentuk *company profile* yang dapat diakses oleh pelanggan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing usaha dan meningkatkan pertumbuhan penjualan secara berkelanjutan di era digital saat ini.

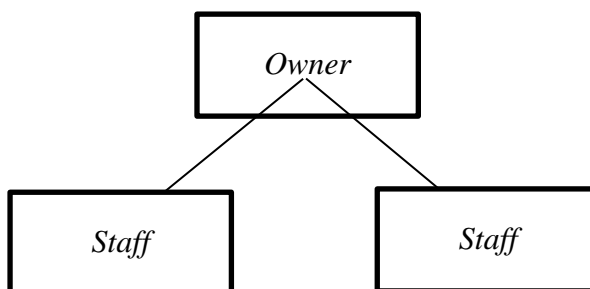
Mars Button merupakan sebuah toko ritel yang bergerak di bidang perlengkapan jahit seperti menjual kancing, benang, resleting, renda, pita, kain puring, dan sebagainya. Mars Button berperan penting untuk menyediakan bahan baku untuk produksi pakaian dan kerajinan yang membantu para pelanggan untuk mendapatkan material dengan berbagai variasi pilihan. Mars Button beroperasi setiap hari dari pukul 08.00 pagi hingga 17.30 sore.



Gambar 1. Mars Button
Sumber: Penulis (2025).

Mars Button merupakan sebuah toko yang dijadikan sebagai tempat para pelanggan di daerah Batu Aji, Batam untuk berbelanja kebutuhan menjahit, tetapi strategi pemasaran dari Mars Button masih bergantung pada pendekatan secara konvensional dengan promosi pelanggan secara mulut ke mulut yang terbukti berdampak positif untuk Mars Button tetapi hanya dalam skala yang kecil yaitu sebagian besar pelanggan utama hanya berada di area Batu Aji. Perkembangan zaman di masa kini sebagian besar usaha

telah memanfaatkan internet untuk memasari produk atau usaha mereka di media sosial dalam internet yang akan meningkatkan jumlah pelanggan untuk mengenali sebuah produk atau usaha (Nurcahyani & Ishak, 2023). Jika sebuah usaha belum memanfaatkan internet, tentu akan melewatkan kesempatan untuk memperluas atau memperbesar usahanya.



Gambar.2 Struktur organisasi Mars Button

Sumber: Data Perusahaan (2025).

Struktur organisasi dari Mars Button dirancang dengan sederhana dengan beranggotakan dua karyawan yang dipimpin oleh *owner* yang memiliki tanggung jawab utama dalam keberlangsungannya operasional toko Mars Button dalam pengambilan keputusan usaha serta pengembangan usaha. Struktur organisasi Mars Button yaitu wewenang tertinggi dipegang oleh *owner* yang terdapat dua karyawan yang merupakan *staff* untuk membantu *owner* dalam menjalankan operasional harian yang bertanggung jawab atas berlangsungnya kegiatan jual beli dengan melayani pelanggan *walk in* serta menjaga kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam struktur organisasi toko Mars Button masing-masing bagian harus memiliki peran saling melengkapi antara satu dengan yang lain untuk membantu usaha agar dapat berkembang menjadi lebih baik.

Ruang lingkup dari program ini adalah melakukan pengembangan *brand image* melalui media digital berupa *linktree* yang berisi *company profile* berupa berbagai informasi mengenai Mars Button yang perlu diketahui pelanggan untuk berbelanja di Mars Button. *Linktree* tersebut tertera katalog produk yang dapat diakses langsung oleh pelanggan yang dapat memudahkan pelanggan untuk berbelanja langsung melalui *online* tanpa harus ke toko fisik yang tentu dapat meningkatkan efisiensi operasional toko Mars Button yang bermanfaat bagi pemilik dan juga pelanggan secara berkelanjutan.

Ruang lingkup program ini meliputi pendampingan dalam menyusun konten digital informatif yang berisi katalog produk, informasi kontak, dan lokasi toko dalam sebuah integrasi media digital yang disajikan dalam platform *linktree*. Pengembangan ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi yang dioptimalisasi dengan pemanfaatan media digital yang sederhana untuk dioperasikan.

Program ini bertujuan untuk meningkatkan *brand image* mars button dengan memanfaatkan media digital khususnya dengan memanfaatkan *linktree* sebagai pusat informasi usaha untuk menampilkan profil perusahaan yang berisi berbagai informasi terkait toko dan produk. Tujuan utama dari program ini adalah agar pelanggan dapat memahami produk yang tersedia lebih mudah dengan adanya katalog produk digital yang dapat diakses pelanggan sehingga proses pembelian juga dapat dilakukan secara *online* tanpa harus mengunjungi toko fisik sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran usaha.

Pelaksanaan program ini memberikan peningkatan aksesibilitas pelanggan terhadap informasi dan kemudahan untuk berbelanja dikarenakan informasi dan katalog produk Mars Button dapat diakses dalam *linktree*. Program ini dapat membantu mitra usaha dalam meningkatkan efisiensi operasional untuk dapat memperluas pasar, meningkatkan daya saing dan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih efisien bagi pelanggan (Ahmed *et al.*, 2023).

Target keberhasilan dari pelaksanaan program ini yang berfokus untuk mengembangkan *brand image* dengan *company profile* usaha di media digital pada Mars Button yaitu dapat membentuk *brand image* Mars Button di media digital yang dapat ditelusuri dan diakses oleh pelanggan melalui *linktree* yang dapat dimanfaatkan pelanggan untuk berbelanja dengan efisien secara *online* guna untuk menambah jumlah pelanggan yang datang langsung ke toko maupun secara *online*. Tercapainya target tersebut dapat meningkatkan *brand image* Mars Button kepada jumlah pelanggan yang lebih banyak dibandingkan sebelumnya serta pemilik usaha Mars Button dapat memanfaatkan strategi digital yang diterapkan secara berkelanjutan.

Keberhasilan program ini dilihat dari peningkatan *brand awareness* serta kepercayaan pelanggan yang akan timbul dengan adanya kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh informasi usaha yang mempengaruhi efisiensi proses berbelanja. Program ini ditargetkan dapat meningkatkan intensitas pelanggan di platform digital sehingga dapat mengalami peningkatan jumlah pelanggan dan memiliki strategi pemasaran digital yang terarah dan berkelanjutan.

Dalam program kerja praktek mahasiswa akan memberikan kontribusi terhadap toko Mars Button dalam membuat *linktree* yang berisikan *company profile* berupa katalog *online* sebagai pusat informasi untuk menunjang penjualan secara *online* dengan tujuan utama agar pelanggan dapat mengenal toko dengan baik. *Linktree* tersebut dapat diakses secara *online* guna untuk meningkatkan visibilitas serta profesionalitas Mars Button yang dapat dimanfaatkan pemilik usaha sebagai sarana pemasaran digital secara berkelanjutan.

Luaran kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak yang positif untuk menunjang kegiatan pemasaran dan operasional usaha. Luaran ini diharapkan dapat memudahkan pemilik usaha untuk mengelola dan memperbarui informasi usaha yang akan memperkuat Mars Button di tengah persaingan kompetitif usaha yang terus berkembang.

METODE PELAKSANAAN

Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan informasi terkait Mars Button dengan metode wawancara dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi tentang gambaran umum usaha, aktivitas operasional dan kendala yang dihadapi. Informasi yang didapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik usaha menjadi dasar untuk memahami kondisi operasional Mars Button secara akurat sebagai kebutuhan untuk melakukan program kerja praktek.

Penulis juga melakukan observasi secara langsung dengan mengunjungi lokasi usaha Mars Button untuk mengamati kegiatan operasional dari segi pelayanan yang telah diterapkan. Penulis mengidentifikasi aspek-aspek yang dapat dikembangkan serta merancang implementasi yang dijadikan solusi untuk mengembangkan usaha Mars Button dari pengamatan yang telah dilakukan.

Proses Perancangan Luaran

Perancangan luaran dimulai dengan pengumpulan informasi terkait toko Mars Button mengenai produk yang dijual dapat dijadikan acuan untuk membuat katalog yang akan diimplementasi dalam media

digital. Tahap berikutnya dilakukan penyusunan desain *linktree* yang akan dipakai sebagai media digital untuk Mars Button yang berisi katalog produk, informasi tentang toko Mars Button dan akses untuk melakukan pemesanan secara *online*.

Pengembangan katalog produk dengan memuat daftar produk yang tersedia dengan jelas dan mudah dipahami sehingga dapat memudahkan pelanggan untuk melihat produk dan melakukan pembelian secara efisien secara *online*. Tahap terakhir yaitu melakukan pengujian untuk memastikan media *linktree* dapat diakses dan dapat menampilkan produk sesuai ekspektasi pelanggan yang dapat dimanfaatkan Mars Button secara berkelanjutan untuk meningkatkan *brand image* dan kinerja usaha.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari tiga tahap yaitu :

- a) Tahap Persiapan
Penulis melakukan kunjungan langsung ke lokasi untuk mewawancarai pemilik usaha untuk memahami latar belakang serta masalah yang ada dan meminta persetujuan untuk menggunakan usaha mitra sebagai objek pelaksanaan program.
- b) Tahap Pelaksanaan
Pada tahap ini penulis memulai pembuatan dan pengembangan *linktree* sebagai pusat informasi di media digital pada toko Mars Button dengan membangun identitas usaha dalam bentuk digital melalui pembuatan katalog produk dan saluran pemesanan *online* yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha secara mandiri dan berkelanjutan.
- c) Tahap Penilaian dan Pelaporan
Penulis akan menyusun laporan akhir kegiatan berisi implementasi serta penyelesaian laporan yang didukung dan dievaluasi oleh dosen pembimbing yang selanjutnya akan dikumpulkan laporan tersebut.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Perancangan Luaran Kegiatan

Dalam program kerja praktek ini, terdapat rancangan luaran berupa pengembangan *brand image* melalui pemanfaatan media digital. Pemanfaatan media digital berupa *linktree* sebagai pusat informasi usaha yang memuat katalog produk Mars Button, pendaftaran lokasi mitra dalam *google maps* untuk memudahkan pelanggan mencari lokasi mitra serta jam operasional, dan fasilitas pengorderan *online* melalui komunikasi *whatsapp* yang tertera di *linktree*.

Luaran yang telah dirancang bertujuan untuk memperkuat visibilitas dan kredibilitas usaha Mars Button di tengah persaingan pasar yang kompetitif. Integrasi dari beberapa media digital dalam suatu sistem memungkinkan pelanggan untuk memperoleh informasi dengan mudah, cepat, dan terstruktur sehingga berpotensi untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan dan memperluas pemasaran Mars Button.


Proses Implementasi Luaran


Proses implementasi luaran program ini yang diterapkan terhadap Mars Button dimulai dari tahap analisis permasalahan, solusi yang akan diimplementasikan, pembuatan *linktree* yang berisi katalog, lokasi



google maps, dan nomor kontak. *Linktree* yang telah dibuat dijadikan media digital yang dapat diakses pelanggan sebagai bentuk *company profile* dan data hasil implemetasi kemudian akan dievaluasi hasil penerapannya serta dibuat pelaporan hasil kegiatan.

Tahap berikutnya dalam proses implementasi dilanjutkan dengan penyampaian informasi kepada pemilik usaha untuk memastikan fitur yang tersedia dalam *linktree* dapat dimanfaatkan untuk operasional. Penulis juga melakukan pendampingan agar media digital yang telah dibuat dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh pemilik usaha.

Tabel 1 Bukti implementasi luaran

| No | Jenis Luaran | Bukti Hasil Implementasi Luaran |
|----|--|---|
| 1. | Pembuatan <i>linktree</i> yang berisi katalog produk, lokasi <i>google maps</i> , dan nomor kontak |  |

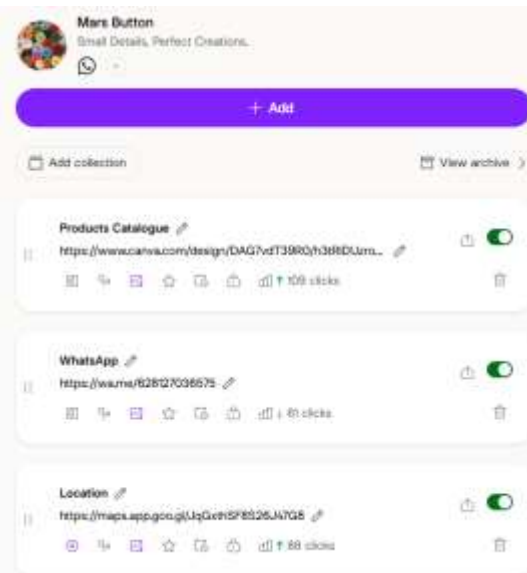
| | | |
|----|----------------|---|
| 2. | Katalog Produk |  <p>MARS BUTTON CATALOGUE SMALL DETAILS PERFECT CREATIONS</p> <p>MENJUAL KANCING BENANG RESLETING BENDA PITA KAIN PUHUNG KOMP. JW. LARI PRATAMA BLOK D2 SATELIT 3.8 BATAM 401 800 3000 030</p> <p>KANCING Brand : China Harga Estimasi : Kancing kemeja (4k/doz) Harga Estimasi : Kancing jas (12k/doz) Warna : Tersedia berbagai pilihan warna</p> <p>BENANG Brand : Yarnalon Harga Estimasi : (22k/doz) Warna : Tersedia berbagai pilihan warna</p> <p>RESLETING Brand : YKK Harga Estimasi : Levis (48k/doz) Harga Estimasi : Original (22k/doz) Warna : Tersedia berbagai pilihan warna</p> <p>MENJUAL KANCING BENANG RESLETING BENDA PITA KAIN PUHUNG KOMP. JW. LARI PRATAMA BLOK D2 SATELIT 3.8 BATAM 401 800 3000 030</p> |
|----|----------------|---|

| | | |
|----|---|--|
| | |  |
| 3. | Pendaftaran lokasi mitra di google maps |  |

Sumber: Penulis (2025)

Kondisi Setelah Implementasi

Setelah dilakukan implementasi pengembangan *brand image* melalui media digital, Mars Button menunjukkan dampak yang positif dengan memanfaatkan media untuk memberikan akses kepada pelanggan terkait informasi-informasi yang diperlukan sebelum berbelanja di Mars Button tanpa harus datang ke toko. Kondisi tersebut mencerminkan adanya perubahan dari cara konvensional menjadi digital dengan lebih efisien untuk meningkatkan *brand image* Mars Button sebagai mitra usaha yang beradaptasi terhadap perkembangan teknologi.

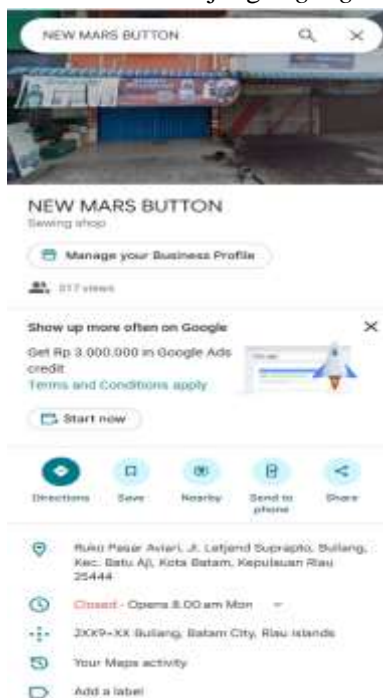


Gambar.3. Data Kunjungan *Linktree*
Sumber: Penulis (2025)

Berdasarkan data yang didapatkan dari *linktree*, visibilitas Mars Button di media digital mendapatkan respon yang positif, terdapat data berupa 109 kunjungan pada katalog produk yang mengindikasikan bukti minat pelanggan untuk melihat variasi produk yang tersedia sebelum melakukan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya katalog digital menunjukkan efektifitas sebagai media untuk mengakses informasi dan mendukung keputusan pelanggan untuk membeli. Interaksi dari pelanggan melalui *whatsapp* terdapat data berupa 61 kunjungan untuk melakukan komunikasi untuk pemesanan secara *online*.

Data tautan lokasi *google maps* pada *linktree* mencatat 88 kunjungan serta *profile google maps* mencatat 317 kunjungan untuk mencari lokasi toko Mars Button secara *online* untuk membantu pelanggan dalam menemukan dan mengunjungi toko secara langsung. Secara keseluruhan, implementasi *linktree* yang berisi tautan katalog produk, lokasi *google maps*, dan *contact whatsapp* berhasil meningkatkan aksesibilitas informasi untuk memperluas jangkauan pemasaran pelanggan dengan tujuan untuk memperkuat *brand image* Mars Button sebagai usaha yang kompetitif di era digital.

Gambar 4. Data Kunjungan google maps



Sumber: Penulis (2025)

Berdasarkan hasil dari implementasi yang dilakukan, penerapan *linktree* sebagai media *company profile* digital memiliki peran penting untuk meningkatkan *brand image* Mars Button melalui penyajian informasi usaha dengan terstruktur yang mencakup katalog produk, lokasi toko, dan kontak untuk melakukan pemesanan *online* (Moslehpour *et al.*, 2022). Kemudahan untuk mengakses informasi yang meningkatkan *brand image* di media digital tentu berkontribusi untuk meningkatkan *brand awareness* pelanggan untuk mengenal dan mengingat Mars Button sebagai toko perlengkapan jahit. Informasi media yang diberikan ke pelanggan berupa katalog produk, tautan *whatsapp*, dan lokasi *google maps* turut mendorong *purchase intention* pelanggan untuk mengurangi ketidakpastian sebelum melakukan pembelian karena kurangnya informasi yang didapatkan serta dapat memudahkan proses transaksi dan kunjungan langsung ke toko (Kumar *et al.*, 2022). *Linktree* tidak hanya dimanfaatkan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan minat beli dan daya saing usaha Mars Button.

KESIMPULAN

Berdasarkan program hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan *brand image* Mars Button melalui penerapan *company profile* dengan media digital mendapatkan hasil yang efektif. Terbukti berdasarkan data bahwa

penerapan *linktree* sebagai media utama yang dimanfaatkan oleh mitra mampu meningkatkan tingkat visibilitas dan profesionalitas Mars Button di ranah digital.

Linktree dirancang dengan tujuan utama untuk menyampaikan identitas usaha dalam bentuk katalog produk digital dan media untuk mengakses pemesanan secara *online* yang memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi dan melakukan pembelian secara digital. Implementasi yang telah dilakukan dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan membentuk *brand image* dari Mars Button sebagai pelaku usaha yang adaptif, modern, dan memiliki daya saing di era digital saat ini.

SARAN

Penerapan tindak lanjut dari program yang telah dilaksanakan, Mars Button dapat memelihara media digital yang telah ada secara berkelanjutan dengan terus melakukan perbaruan informasi dan katalog produk agar tetap relevan dan akurat terhadap pelanggan. *Linktree* dapat diintegrasikan dengan tambahan media sosial seperti *intragam* untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan berupa promosi melalui brosur ataupun video produk yang menarik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli pelanggan.

Mars Button juga dapat terus mengembangkan sistem pemesanan *online* yang lebih terstruktur berupa *online shop* jika ingin menjangkau pelanggan diluar kota batam dengan lebih efisien untuk mendukung pertumbuhan penjualan secara digital. Penyampaian saran tersebut, diharapkan Mars Button dapat terus berkembang secara berkelanjutan dengan memanfaatkan media digital dengan optimal untuk terus meningkatkan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, R.R. *et al.* (2023) 'Effect of Social Media Marketing of Luxury Brands on Brand Equity, Customer Equity and Customer Purchase Intention', *Amfiteatru Economic*, 25(62), pp. 265–282. Available at: <https://doi.org/10.24818/EA/2023/62/265>.
- Anas, A.M. *et al.* (2023) 'Satisfaction on the Driving Seat: Exploring the Influence of Social Media Marketing Activities on Followers' Purchase Intention in the Restaurant Industry Context', *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). Available at: <https://doi.org/10.3390/su15097207>.
- Azhar, M. *et al.* (2023) 'Effect of social media marketing on online travel purchase behavior post-COVID-19: mediating role of brand trust and brand loyalty', *Future Business Journal*, 9(1). Available at: <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00192-6>.
- Kumar, V. *et al.* (2022) 'Engaging luxury brand consumers on social media', *Journal of Consumer Marketing*, 39(1), pp. 121–132. Available at: <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2020-4175>.
- Moslehpour, M. *et al.* (2022) 'What makes go-jek go in indonesia? The influences of social media marketing activities on purchase intention', *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), pp. 89–103. Available at: <https://doi.org/10.3390/jtaer17010005>.
- Nurcahyani, D.N. and Ishak, A. (2023) 'Social media marketing influence on the purchase interest of MS Glow Care Product', *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 12(4), pp. 106–114. Available at: <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i4.2594>.