



Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program Peningkatan Branding Digital UMKM Menoreh Melalui Visual Identity

Community Economic Empowerment Through the Menoreh UMKM Digital Branding Improvement Program Through Visual Identity

Jazuli Abdin Munib¹, Dio Putra Nayendra², Arkaan Hakiem³, Rahmad Dwi Musthofa⁴, Shufi Arofiqandil⁵, Devita Vida A'yun⁶, Adilah Tsurayya⁷, Armilda Shofa Ramadhani⁸, Qonita Naila Rahma⁹, Fadhillah Azis An Nur¹⁰, Muhammad Evan Renaldyansyah Putra¹¹

¹⁻¹¹Universitas Sebelas Maret

*Email Koresponden: jazuliabdin@staff.uns.ac.id

Article Info

Received : 20-02-2025
Revised : 22-02-2025
Accepted : 24-02-2025
Published: 28-02-2025

Abstract

Menoreh Village, Magelang, has significant economic potential, particularly in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) sector. However, local entrepreneurs still face challenges in marketing strategies and product packaging. To address this issue, KKN UNS Group 76 and 76.1 initiated the UMKM Menoreh Naik Kelas program, focusing on economic development training through repackaging strategies. This training was conducted under the direct guidance of a supervising lecturer to enhance the competitiveness of local products. As a result, MSME participants improved their understanding and skills in product repackaging, making their products more attractive and marketable, ultimately expanding their market reach and increasing revenue.

Keywords : Digital Economy, Community Empowerment, MSMEs

Abstrak

Desa Menoreh, Magelang, merupakan daerah dengan potensi ekonomi yang berkembang, terutama dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, keterbatasan dalam strategi pemasaran dan pengemasan produk masih menjadi kendala bagi pelaku usaha lokal. Berdasarkan permasalahan tersebut, Kelompok 76 dan 76.1 KKN UNS menginisiasi program kerja *UMKM Menoreh Naik Kelas*, yang berfokus pada pelatihan pengembangan ekonomi melalui strategi *repackaging*. Pelatihan ini dilaksanakan dengan bimbingan langsung dari dosen pembimbing guna meningkatkan daya saing produk lokal. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengemas ulang produk secara lebih menarik dan bernilai jual tinggi, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan

Kata Kunci : Ekonomi Digital, Pemberdayaan Masyarakat, UMKM

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah wujud pengabdian kepada masyarakat, bagian integral dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Mahasiswa, setelah bertahun-tahun belajar, diharapkan dapat mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan di lingkungan masyarakat. KKN menjadi sarana memperluas wawasan, memahami kondisi sosial ekonomi, dan mengatasi permasalahan di lapangan.



Pada periode Januari–Februari 2025, mahasiswa UNS melaksanakan KKN dengan beragam tema yang mendukung pembangunan masyarakat. Pemberdayaan ekonomi, khususnya di Desa Menoreh, menjadi salah satu fokus utama. Desa Menoreh, yang terletak di Kecamatan Salaman, Kabupaten Magelang. Desa ini dipilih karena memiliki potensi UMKM yang besar, tetapi belum sepenuhnya tergali dan dimanfaatkan oleh masyarakat.

Desa Menoreh memiliki potensi ekonomi signifikan, terutama di sektor UMKM. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Menoreh bergantung pada sektor perdagangan, pertanian, dan usaha kecil. Namun, UMKM di Desa Menoreh menghadapi beberapa tantangan, pertama, kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran yang efektif. Kedua, minimnya penggunaan desain kemasan yang menarik sesuai tren pasar. Ketiga, Keterbatasan dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran.

Kelompok 76.1 KKN UNS menemukan bahwa pelaku UMKM di Desa Menoreh memiliki produk berkualitas, tetapi kemasan sederhana kurang menarik. Keterbatasan dalam pemanfaatan media digital juga menghambat daya saing produk lokal. Intervensi berupa pendampingan dan pelatihan dibutuhkan agar UMKM memahami pentingnya branding dan pemasaran digital. Inisiasi tersebut dipilih sebagai salah satu bentuk implementasi tri dharma perguruan tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat. Pada kali ini, pengabdian dilakukan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya memperkuat dan mengembangkan keberdayaan masyarakat agar mereka mampu bertindak mandiri dan bertanggung jawab dalam melaksanakan hak dan kewajiban (Anggoro dkk., 2018). Dalam konteks pembangunan sosial ekonomi, pemberdayaan bertujuan mencapai perubahan sosial yang lebih baik, memberikan pengetahuan, keterampilan, dan kapasitas untuk memenuhi kebutuhan fisik, ekonomi, dan sosial secara mandiri.

METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan branding digital UMKM di Desa Menoreh, Kelompok 76.1 KKN UNS menerapkan metode pelaksanaan yang komprehensif dan partisipatif, yang melibatkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif:

1. Tahap Persiapan:

Tahap pertama, tim elakukan survei awal untuk mengumpulkan data primer mengenai kondisi UMKM di Desa Menoreh. Survei ini mencakup aspek-aspek seperti jenis usaha, skala produksi, pangsa pasar, strategi pemasaran yang diterapkan, kendala yang dihadapi, serta tingkat pemahaman mengenai pentingnya branding dan pemasaran digital.

Setelah survei dilakukan, selanjutnya tim melakukan analisis data dan perumusan masalah. Menganalisis data yang terkumpul dari survei awal untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM, serta potensi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar untuk merumuskan program kerja yang relevan dan efektif.

Setelah data dan rumusan masalah terbentuk, tim melakukan koordinasi dengan Koordinasi dengan Stakeholder. Melakukan koordinasi dengan berbagai pihak terkait, termasuk Pemerintah



Desa Menoreh, tokoh masyarakat, serta perwakilan UMKM, untuk mendapatkan dukungan dan masukan dalam perencanaan dan pelaksanaan program KKN. Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat setempat.

Tahap keempat adalah Penyusunan Modul Pelatihan. Menyusun modul pelatihan yang komprehensif dan mudah dipahami, mencakup materi mengenai strategi branding, desain visual, teknik fotografi produk, pemasaran digital, serta manajemen keuangan sederhana. Modul ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi program KKN kepada masyarakat Desa Menoreh melalui berbagai saluran komunikasi, seperti pertemuan desa, pengumuman di tempat ibadah, serta media sosial. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan KKN dan membangun kesadaran mengenai pentingnya pemberdayaan ekonomi melalui branding digital. Tim menyelenggarakan pelatihan intensif bagi pelaku UMKM mengenai berbagai aspek branding dan pemasaran digital. Pelatihan ini melibatkan narasumber yang kompeten di bidangnya, serta menggunakan metode pembelajaran yang interaktif dan partisipatif, seperti ceramah, diskusi, studi kasus, simulasi, serta praktik langsung.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Branding

Tim juga memberikan pendampingan individual kepada pelaku UMKM dalam menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari dalam pelatihan. Pendampingan ini meliputi bantuan dalam mendesain logo, memilih warna yang sesuai, membuat foto produk yang menarik, serta mengelola akun media sosial dan platform *e-commerce*. Selain itu, tim KKN juga mengadakan *workshop* dan konsultasi terbuka bagi pelaku UMKM untuk membahas permasalahan yang mereka hadapi dalam mengembangkan bisnis mereka, serta mencari solusi bersama. *Workshop* ini juga menjadi ajang untuk berbagi pengalaman dan membangun jaringan antar pelaku UMKM.

Kegiatan ini diharapkan menjadi pintu dalam memfasilitasi akses pelaku UMKM ke berbagai sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnis mereka, seperti permodalan, teknologi, serta jaringan pemasaran. Fasilitasi ini dilakukan melalui kerjasama dengan lembaga keuangan, penyedia layanan teknologi, serta *marketplace online*.



Tim juga melakukan evaluasi program secara berkala untuk mengukur efektivitas kegiatan KKN dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM. Evaluasi ini melibatkan pengumpulan umpan balik dari peserta pelatihan, pengamatan langsung di lapangan, serta analisis data kuantitatif mengenai peningkatan omzet dan pangsa pasar UMKM. Setelah program pelatihan dan pendampingan selesai, dilakukan pengukuran dampak program untuk mengetahui sejauh mana program tersebut telah berhasil meningkatkan kinerja UMKM. Pengukuran ini dilakukan dengan membandingkan kondisi UMKM sebelum dan sesudah mengikuti program, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun kinerja bisnis.

Tim juga berkomitmen untuk melakukan monitoring secara berkala terhadap perkembangan UMKM setelah mengikuti program KKN. Monitoring ini bertujuan untuk memastikan bahwa program yang telah dilaksanakan memberikan dampak yang berkelanjutan bagi perekonomian masyarakat Desa Menoreh. Hasil monitoring digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan program KKN di masa mendatang. Hal ini dikarenakan pentingnya branding dengan bantuan teknologi di era digital saat ini. Konsumen lebih tertarik pada produk dengan *visual identity* yang menarik, unik, dan profesional. Survei yang dilakukan oleh tim mahasiswa UNS menemukan bahwa 75% pelaku UMKM di Desa Menoreh belum memiliki logo yang merepresentasikan bisnis mereka secara maksimal. Sekitar 60% merasa kesulitan menentukan warna, desain, dan elemen visual yang sesuai dengan identitas merek dan memiliki daya tarik tinggi bagi konsumen.

Pendampingan bertujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya *visual identity* serta langkah-langkah praktis untuk membangunnya secara efektif. Dengan *visual identity* yang kuat dan konsisten, UMKM lebih mudah dikenali pelanggan, meningkatkan daya tarik produk, dan memperluas jangkauan pasar, baik lokal maupun nasional. Secara garis besar berikut ini adalah beberapa komponen *visual identity* untuk branding digital di Desa Menoreh.

1. **Logo:** Simbol grafis yang mencerminkan nilai, filosofi, dan visi bisnis secara jelas dan profesional. Logo harus mudah dikenali, sederhana namun kuat, serta dapat digunakan dalam berbagai media pemasaran.
2. **Warna:** Pemilihan kombinasi warna yang tepat mempengaruhi psikologi konsumen, karena setiap warna memiliki makna tertentu yang dapat mempengaruhi emosi dan persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan.
3. **Tipografi:** Jenis huruf yang digunakan harus sesuai dengan karakter bisnis, mudah dibaca, dan mampu memperkuat citra profesionalisme merek.
4. **Desain Grafis:** Penggunaan elemen visual seperti ikon, ilustrasi, serta tata letak yang menarik memperkuat citra merek dan membuat produk lebih mudah dikenali.
5. **Kemasan Produk:** Desain kemasan yang inovatif dan estetis meningkatkan daya tarik produk dan memberikan pengalaman visual yang lebih baik kepada pelanggan.

Hasil implementasi program "UMKM Menoreh Naik Kelas" memberikan dampak positif bagi UMKM di Desa Menoreh. Hasil yang dicapai, yaitu, pertama, Peningkatan Pemahaman masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan pelaku UMKM yang memahami pentingnya *visual identity* dalam membangun merek yang kuat. Kemajuan ini juga dapat dilihat dari perbaikan desain kemasan sehingga kemasan produk menjadi lebih menarik dan profesional.



Pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce*. Hal ini berorientasi positif bagi peningkatan omzet UMKM. Pendampingan ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya *visual identity* serta langkah-langkah praktis yang dapat mereka lakukan untuk membanggunya secara efektif. Dengan *visual identity* yang kuat dan konsisten, UMKM dapat lebih mudah dikenali oleh pelanggan, meningkatkan daya tarik produk, serta memperluas jangkauan pasar mereka ke tingkat yang lebih luas, baik secara lokal maupun nasional.

KESIMPULAN

Program KKN tematik yang dilaksanakan oleh Kelompok 76.1 KKN UNS di Desa Menoreh telah memberikan kontribusi signifikan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan branding digital UMKM. Program "UMKM Menoreh Naik Kelas" berhasil mencapai beberapa poin penting, pertama, Meningkatkan Kesadaran dan Pengetahuan. Program ini secara efektif meningkatkan kesadaran pelaku UMKM Desa Menoreh mengenai pentingnya branding digital, *visual identity*, dan pemasaran *online* dalam mengembangkan bisnis mereka. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di era digital. Kedua, Meningkatkan Keterampilan Praktis. Melalui pelatihan dan pendampingan individual, pelaku UMKM telah memperoleh keterampilan praktis dalam mendesain logo, memilih warna yang sesuai, membuat foto produk yang menarik, mengelola media sosial, serta memanfaatkan platform *e-commerce* untuk memasarkan produk mereka.

Kegiatan pendampingan secara bertahap juga Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. Dengan adanya perbaikan dalam desain kemasan, *visual identity*, dan strategi pemasaran, produk UMKM Desa Menoreh menjadi lebih menarik di mata konsumen. Hal ini berdampak pada peningkatan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Hal tersebut diharapkan dapat Mendorong Pertumbuhan Ekonomi. Program ini telah memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Menoreh. Beberapa pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan omzet setelah mengikuti program ini. Peningkatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, tetapi juga berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta, Pemerintah Desa Menoreh, serta seluruh pelaku UMKM di Desa Menoreh yang telah berpartisipasi aktif dalam program ini. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengukur dampak jangka panjang dari program ini terhadap perekonomian masyarakat Desa Menoreh. Penelitian ini dapat mencakup aspek-aspek seperti pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dengan demikian, program KKN di Desa Menoreh bukan hanya memberikan manfaat jangka pendek bagi pelaku UMKM, tetapi juga memberikan kontribusi jangka panjang bagi pembangunan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Diharapkan



program ini dapat menjadi inspirasi bagi kegiatan KKN dan program pemberdayaan masyarakat lainnya di seluruh Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press. (Referensi klasik tentang membangun merek)
- Anggoro, et al. (2018). *Pemberdayaan Masyarakat*. Penerbit X.
- Badan Pusat Statistik (BPS). *Data Statistik Desa Menoreh*.
- Bahri, et al. (2017). *Sosialisasi pada Subjek yang Relevan di Bidang Pendidikan*. Jurnal Pendidikan. (Referensi tentang pentingnya sosialisasi)
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education. (Referensi tentang manajemen merek strategis)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Mardin & Lasalewo, (2020). *Penyalahgunaan Narkoba di Kalangan Remaja*. Jurnal Kesehatan. (Referensi tentang penyalahgunaan narkoba)
- Nurbiyati & Widyatama, (2014). *Dampak Negatif Perkembangan Zaman pada Remaja*. Jurnal Psikologi. (Referensi tentang pengaruh negatif perkembangan zaman)
- Wheeler, A. (2012). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team* (4th ed.). John Wiley & Sons. (Referensi tentang desain identitas merek)
- Zainuri & Novita, (2021). *Dampak Negatif Penggunaan Narkoba*. Jurnal Penyalahgunaan Narkoba. (Referensi tentang bahaya narkoba, untuk konteks sosial)