



## **Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Program Workshop Pengembangan Nilai Jual Ekonomi UMKM di Desa Menoreh**

### ***Community Economic Empowerment through the UMKM Economic Sales Value Development Workshop Program in Menoreh Village***

**Jazuli Abdin Munib<sup>1</sup>, Muhammad Tristan Ath Thaariq<sup>2</sup>, Adyka Putra Bagus Kautsar<sup>3</sup>, Muhammad Faizal Amri<sup>4</sup>, Naufal Fathi Ardhana<sup>5</sup>, Ariibah Zain Bahiirah<sup>6</sup>, Mutia Ensa Syazwina<sup>7</sup>, Anisa Yusri Ramdhani<sup>8</sup>, Fressyana Kusuma Ratri<sup>9</sup>, Abdul Mughaffar Asfani<sup>10</sup>, Arya Saputra<sup>11</sup>**

<sup>1-11</sup> Universitas Sebelas Maret

\*Email Koresponden: [jazuliabdin@staff.uns.ac.id](mailto:jazuliabdin@staff.uns.ac.id)

#### Article Info

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

#### Abstract

*The MSMEs in Menoreh Village face challenges in branding and digital marketing. The lack of consistent visual identity and limited utilization of digital media have resulted in low product competitiveness in the market. The UNS Thematic KKN program aims to enhance MSME competitiveness through a series of workshops, including branding training, digital catalog creation, optimization of digital marketing, and product and packaging design innovation. The results of this program indicate an increase in MSME understanding and skills in utilizing visual identity to expand market reach and increase revenue.*

**Keywords :**Menoreh Village, Economy, Community Service

#### Abstrak

UMKM di Desa Menoreh menghadapi tantangan dalam aspek branding dan pemasaran digital. Kurangnya identitas visual yang konsisten serta keterbatasan pemanfaatan media digital menyebabkan rendahnya daya saing produk di pasar. Program KKN Tematik UNS hadir untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui serangkaian workshop yang mencakup pelatihan branding, pembuatan katalog digital, optimalisasi pemasaran melalui media sosial, serta inovasi dalam desain produk dan kemasan. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam memanfaatkan visual identity untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan.

**Kata Kunci :** Desa Menoreh, Ekonomi, Kuliah Kerja Nyata

#### PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai aplikasi ilmu yang diperoleh selama perkuliahan. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada di masyarakat melalui berbagai kegiatan yang relevan dengan kondisi sosial dan ekonomi setempat.



Pada periode Januari-Februari 2025, mahasiswa Universitas Sebelas Maret (UNS) melaksanakan KKN Tematik di Desa Menoreh dengan fokus utama pada pengembangan nilai jual ekonomi UMKM melalui serangkaian workshop. Desa Menoreh dipilih karena memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama di sektor UMKM, tetapi masih menghadapi berbagai kendala dalam branding, pemasaran digital, dan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Kurangnya identitas visual yang konsisten menunjukkan banyak UMKM di Desa Menoreh belum memiliki logo, desain kemasan, dan identitas visual yang jelas, sehingga sulit dikenali oleh konsumen. Selain itu, produk lokal masih menggunakan kemasan sederhana tanpa memperhatikan aspek estetika dan branding.

Hasil pengamatan peneliti menunjukkan adanya keterbatasan pada pemanfaatan media digital dalam pemasaran. Hal ini dibuktikan dengan sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung. Fenomena tersebut merupakan dampak dari minimnya pemahaman terkait penggunaan platform digital seperti media sosial dan marketplace dalam memperluas jangkauan pasar. Akibatnya, produk UMKM masih kurang kompetitif dibandingkan produk serupa dari daerah lain yang sudah memiliki strategi branding dan pemasaran digital yang lebih baik. Kurangnya inovasi dalam pengemasan dan strategi promosi menyebabkan keterbatasan dalam menarik minat konsumen baru.

Kurangnya pelatihan dan pendampingan dalam branding dan digital marketing membuat masyarakat minim dalam hal akses terhadap pelatihan profesional dalam bidang branding, desain produk, dan pemasaran digital. Pelaku UMKM membutuhkan pendampingan berkelanjutan agar dapat menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan mengidentifikasi masalah-masalah tersebut, program KKN ini dirancang untuk memberikan solusi yang konkret melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Menoreh

Melalui program ini, para pelaku UMKM diberikan edukasi mengenai pentingnya identitas visual, strategi pemasaran digital, serta inovasi dalam desain produk dan kemasan. Dengan adanya peningkatan keterampilan ini, diharapkan UMKM di Desa Menoreh dapat lebih kompetitif di pasar dan mampu memperluas jangkauan pemasaran mereka. Selain itu, program ini juga mendukung pelaku UMKM dalam meningkatkan pemahaman teknis mereka terkait penggunaan alat desain dan platform digital guna mempercepat proses branding dan pemasaran produk mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui serangkaian kegiatan yang saling berkesinambungan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam aspek branding dan pemasaran digital. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Kolaborasi Bisnis Antar Pelaku UMKM Melalui Kerja Sama Inovatif dan Kolaboratif. Hal ini ditujukan untuk mendorong kerja sama antar UMKM dalam berbagi sumber daya dan pengalaman guna meningkatkan daya saing. Kegiatan ini dilaksanakan melalui forum diskusi dan pertemuan reguler antar pelaku usaha untuk membangun jejaring bisnis yang lebih kuat.



2. Sosialisasi Identitas Visual UMKM dalam Digital Marketing. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pengarahan kepada UMKM terkait pentingnya visual branding dalam pemasaran digital. Peserta mendapatkan pemahaman mengenai elemen visual branding seperti warna, logo, dan tipografi untuk menciptakan identitas bisnis yang menarik.
3. Optimalisasi Branding dan Desain Kemasan. Tim melakukan pengajaran kepada pelaku UMKM tentang cara meningkatkan daya tarik kemasan produk mereka sesuai dengan tren pasar. Melalui workshop desain, peserta diajarkan teknik dasar desain kemasan menggunakan perangkat lunak seperti Canva dan Adobe Illustrator.
4. Meningkatkan Daya Tarik dan Nilai Jual Grubi Melalui Visual Berkualitas. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kualitas visual produk Grubi melalui fotografi produk profesional. Peserta mendapatkan sesi praktik langsung dalam pengambilan foto produk yang dapat digunakan untuk promosi online.
5. Sosialisasi Pengenalan dan Penggunaan Template Desain Kepada Pelaku UMKM Untuk Efisiensi Promosi Produk. Kegiatan ini ditujukan untuk memberikan pelatihan dalam penggunaan template desain siap pakai untuk mempercepat proses pembuatan materi pemasaran. Pelaku UMKM diajarkan cara menggunakan template desain di media sosial dan platform digital lainnya untuk meningkatkan promosi produk mereka.

Setiap tahap dalam metode pelaksanaan ini disusun secara sistematis agar pelaku UMKM dapat memahami dan mengimplementasikan strategi branding secara bertahap dan berkesinambungan. Dengan pendekatan ini, program tidak hanya memberikan teori, tetapi juga praktik yang dapat langsung diterapkan oleh para peserta.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan program ini memberikan beberapa hasil yang signifikan dalam peningkatan branding dan pemasaran digital bagi UMKM di Desa Menoreh. Adapun hasil utama yang dicapai meliputi:

### **1. Peningkatan Kesadaran tentang Branding**

- a. Sebelum program ini dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM belum memahami pentingnya identitas visual dan strategi pemasaran digital.
- b. Setelah mengikuti workshop, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran mengenai bagaimana membangun citra bisnis yang lebih profesional dan menarik bagi konsumen.



Gambar 1. Branding kemasan produk UMKM

## 2. Peningkatan Kualitas Desain Kemasan dan Identitas Visual

- Pelatihan desain kemasan dan pembuatan logo membantu UMKM dalam menciptakan identitas visual yang lebih konsisten dan menarik.
- Beberapa UMKM telah menerapkan hasil pelatihan dengan memperbarui desain kemasan produk mereka sehingga lebih kompetitif di pasar.

## 3. Peningkatan Kemampuan dalam Digital Marketing

- Banyak peserta yang sebelumnya belum memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi mulai aktif menggunakan platform seperti Instagram dan Facebook untuk memperluas jangkauan pasar.
- UMKM juga mendapatkan wawasan mengenai strategi pemasaran berbasis konten dan penggunaan marketplace untuk meningkatkan penjualan.

## 4. Dampak terhadap Penjualan dan Jangkauan Pasar

- Setelah menerapkan strategi pemasaran digital, beberapa UMKM melaporkan adanya peningkatan jumlah pelanggan dan permintaan produk.
- Pelaku UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk promosi mengalami peningkatan interaksi dan engagement dari calon pembeli.

## 5. Tantangan yang Dihadapi dalam Implementasi

- Meskipun program ini memberikan dampak positif, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam mengelola konten digital secara konsisten.



- b. Kurangnya akses terhadap perangkat teknologi dan keterbatasan waktu menjadi kendala bagi sebagian peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital secara maksimal.

## **KESIMPULAN**

Program KKN ini memberikan dampak positif bagi UMKM di Desa Menoreh, terutama dalam peningkatan branding dan pemanfaatan media digital. Dengan adanya program ini, UMKM memiliki pemahaman lebih baik tentang pentingnya visual identity serta strategi pemasaran digital yang efektif. Keberlanjutan program dapat diperkuat dengan pelatihan lanjutan serta dukungan dari pemerintah desa dan instansi terkait. Keberlanjutan dari program ini dapat ditingkatkan dengan membentuk komunitas UMKM yang dapat saling berbagi pengalaman dan mendukung pengembangan bisnis secara berkelanjutan. Selain itu, akses terhadap pelatihan lanjutan dan pendanaan dari pemerintah atau sektor swasta dapat membantu UMKM semakin berkembang.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sebelas Maret, Dosen Pembimbing, Pemerintah Desa Menoreh, serta para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam program ini. Semoga hasil dari program ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Menoreh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Data Statistik Desa Menoreh*.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16th ed.)*. Pearson Education.
- Wheeler, A. (2012). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team (4th ed.)*. John Wiley & Sons.