

**Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia**

**Volume 3, Nomor 6, September 2024, Halaman 188-191**

**Licensed by CC BY-SA 4.0**

**ISSN: 2986-7002**

**DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13732033>**

## **Kuliah Kerja Nyata MBKM: Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Kegiatan Pendampingan Branding Untuk UMKM Lokal Berupa Desain Produk dan Identitas Merek dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran**

**Bunga Chintia Utami<sup>1</sup>, Maimunajib<sup>1</sup>, Muhammad Aqsha Ramadhan<sup>1</sup>, Anisa Putri Mulia<sup>1</sup>, Dela Sri Agustina<sup>1</sup>, Robert Frans Antonio Worabay<sup>1</sup>, Dhea Theresia Puspaningrum<sup>1</sup>, M. Adithya Ghautama<sup>1</sup>, Yuyun Astriani<sup>1</sup>, Angel Violanita<sup>1</sup>, Rahma Elviani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Riau, Pekanbaru

\*Email korespondensi: [bungachintiautami@lecturer.unri.ac.id](mailto:bungachintiautami@lecturer.unri.ac.id)

### **Abstrak**

Program Kuliah Kerja Nyata MBKM ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran UMKM lokal melalui pendampingan dalam desain produk dan pengembangan identitas merek. Dengan branding yang kuat, UMKM dapat memperkuat daya saing dan meningkatkan kesadaran merek di pasar. Kegiatan ini melibatkan perancangan elemen visual yang mencerminkan nilai produk, sekaligus membangun citra yang konsisten agar lebih mudah dikenali konsumen. Pendampingan ini diharapkan dapat membantu UMKM lokal dalam mengoptimalkan strategi pemasaran serta meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

**Kata Kunci:** Branding, UMKM, Desain Produk, Identitas Merek, Strategi Pemasaran, Pendampingan, Peningkatan Daya Saing

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun, di era persaingan global yang semakin ketat, tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah kemampuan untuk mempertahankan dan memperluas pasar. Salah satu faktor kunci yang dapat mendukung UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut adalah strategi branding yang efektif. Branding tidak hanya sekadar logo atau nama, tetapi juga mencakup bagaimana sebuah produk atau layanan dipersepsikan oleh konsumen.

Sayangnya, banyak UMKM di Indonesia, khususnya di daerah kelurahan sialangmunggu, belum memiliki pemahaman yang memadai tentang pentingnya identitas merek dan desain produk yang profesional. Akibatnya, banyak UMKM yang gagal memanfaatkan potensi branding untuk meningkatkan nilai tambah produk dan menjangkau lebih banyak konsumen. Dalam konteks ini, program pengabdian masyarakat MBKM melalui kegiatan pendampingan branding menjadi sangat relevan. Pendampingan ini difokuskan pada desain produk dan pengembangan identitas merek yang dapat meningkatkan strategi pemasaran dan daya saing UMKM lokal di pasar yang semakin kompetitif.

Melalui pendekatan ini, UMKM diharapkan mampu menciptakan brand image yang kuat, memperkuat loyalitas konsumen, serta meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendorong pertumbuhan UMKM lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

## METODE

Permasalahan yang muncul dari hasil observasi lapangan oleh tim Kuliah Kerja Nyata (KKN) MBKM, diketahui bahwa di Kelurahan Sialang Munggu sebagian besar pelaku usaha mikro/usaha rumahan/usaha kecil umumnya tidak memperhatikan logo dan sisai kemasan pada produk mereka, mereka juga tidak mengerti bagaimana strategi yang cocok untuk membrending produk mereka, dan pelaku UMKM tidak dapat menggunakan digital marketing dengan baik. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode partisipatif yang melibatkan UMKM secara langsung dalam setiap tahap pendampingan branding. Metode ini dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut:

### Tahap I

Pada tahap awal ini kami melakukan kegiatan Pendampingan logo dan desain Kemasan produk UMKM Makanan, Lauk dan Sambal Kemasan, pada tahapan ini kami membantu pembuatan logo dan kemasan bagi umkm sehingga di harapkan logo dan kemasan baru dapat membangaun brand image yang kuat untuk produk umkm.

### Tahap II

Pada tahapan kedua ini, kami melakukan pelatihan branding strategi khusus untuk produk UMKM makanan, seperti sambal dan lauk kemasan. Fokus dari pelatihan ini adalah membantu UMKM memahami pentingnya branding yang tepat agar produk mereka bisa lebih bersaing di pasar. Pada pelatihan ini, kami membimbing UMKM untuk memahami berbagai aspek branding, mulai dari elemen visual hingga strategi pemasaran yang relevan.

### Tahap III

Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM Kuliner di Kelurahan Sialang Munggu. Pelatihan Digital Marketing ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM kuliner di Kelurahan Sialang Munggu agar dapat meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen yang lebih luas melalui platform digital. Dalam era digital saat ini, pemasaran online telah menjadi strategi yang efektif untuk mempromosikan produk secara lebih efisien dan terukur. Pelatihan ini diharapkan dapat membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan pemasaran digital produk kuliner mereka.

## HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Kegiatan pendampingan branding dan digital marketing yang dilakukan menghasilkan beberapa pencapaian yang signifikan bagi UMKM peserta. Pertama, terjadi peningkatan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya branding dan identitas merek. Para pelaku UMKM kini lebih sadar akan peran branding dalam membedakan produk mereka dari kompetitor serta bagaimana elemen visual seperti logo, warna, dan kemasan dapat memengaruhi persepsi konsumen. Selain itu, melalui pelatihan desain produk, UMKM mampu menciptakan kemasan dan identitas merek yang lebih menarik dan profesional, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Berikut adalah salah satu contoh disain kemasan UMKM yang kami bantu.

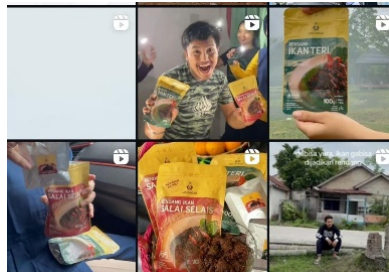


Gambar 1: produk sambal rujak buk ass

Dari segi pemasaran digital, UMKM yang sebelumnya kurang familiar dengan penggunaan platform digital kini telah memahami cara memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Mereka mampu membuat akun bisnis di platform seperti Instagram, Facebook, dan marketplace lainnya, serta memahami cara menyusun konten promosi yang efektif. Peningkatan keterampilan dalam fotografi produk juga membantu UMKM menghasilkan foto produk yang lebih menarik, yang berdampak positif pada citra produk di mata konsumen. Selain itu, beberapa UMKM mulai merasakan peningkatan interaksi dengan konsumen dan penjualan setelah menggunakan strategi pemasaran digital yang diajarkan selama pelatihan. Pada kegiatan ini kami juga membantu pembuatan konten dan foto produk umkm.



Gambar 2: foto produk sambal rujak buk ass



Gambar 3: konten media sosial

Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan branding dan digital marketing mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pemasaran UMKM, yang pada akhirnya membantu memperkuat daya saing mereka di pasar.

## KESIMPULAN

Kegiatan KKN MBKM Universitas Riau di Kelurahan Sialang Munggu telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM kuliner setempat, terutama dalam hal branding dan pemasaran digital. Melalui pendampingan yang diberikan, UMKM di Kelurahan Sialang Munggu kini lebih memahami pentingnya identitas merek yang kuat serta strategi pemasaran yang efektif untuk bersaing di pasar. Pelatihan ini juga memberikan pengetahuan praktis dalam hal desain produk dan pemanfaatan media sosial serta marketplace sebagai alat pemasaran yang potensial.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa program KKN MBKM Unri mampu mendukung UMKM lokal dalam memperkuat daya saing dan memperluas pasar mereka, melalui peningkatan pemahaman branding dan digital marketing. Peningkatan ini tidak hanya memperkuat keberadaan produk mereka di pasar, tetapi juga membuka peluang untuk pertumbuhan yang lebih besar di masa depan. Dengan demikian, KKN MBKM Unri memberikan dampak positif bagi UMKM di Kelurahan Sialang Munggu, membantu mereka menjadi lebih kompetitif dan berdaya saing tinggi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung suksesnya kegiatan KKN MBKM Universitas Riau di Kelurahan Sialang Munggu. Terima kasih kepada para pelaku UMKM kuliner yang dengan antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan, serta kepada perangkat Kelurahan Sialang Munggu atas dukungan dan kerjasamanya yang luar biasa.

Kami juga berterima kasih kepada Universitas Riau, khususnya program MBKM, yang telah memberikan kesempatan bagi kami untuk berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing kami, Ibu Bunga Cintia Utami, S.IP,.M.E yang telah memberikan yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan penelitian ini. Selain itu, terima kasih kepada teman-teman KKN MBKM Universitas Riau yang telah bekerja sama dengan baik dalam pelaksanaan pelatihan ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat terus membawa manfaat dan kemajuan bagi UMKM di Kelurahan Sialang Munggu serta memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi lokal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137-146.
- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. (2018). Strategi media sosial untuk pengembangan UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159-170.