

Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Strategi Image Branding yang Kreatif di Desa Pematang Gajah

Febri Dristyan^{1*}, Muhammad Hadi Saputra², Rezagi Meilano³

^{1,2,3}Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak , Politeknik Jambi

^{1*}febri.dristyan@politeknikjambi.ac.id, ²hadi.saputra@politeknikjambi.ac.id,

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam mendorong perekonomian nasional, terutama di daerah pedesaan seperti Desa Pematang Gajah. Namun, UMKM di desa ini masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing mereka, khususnya dalam menarik perhatian pasar yang lebih luas. Salah satu tantangan utamanya adalah kurangnya pemahaman dan penerapan strategi image branding yang efektif. Sebagian besar UMKM belum memiliki identitas visual yang kuat, seperti logo, warna, atau desain kemasan yang konsisten, sehingga menyulitkan mereka bersaing dengan produk yang memiliki visual branding yang lebih baik. Keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap sumber daya kreatif, seperti desainer profesional atau pelatihan branding, menjadi hambatan bagi UMKM di Desa Pematang Gajah untuk membangun citra bisnis yang menarik. Akibatnya, potensi untuk membangun loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar menjadi terhambat. Persaingan dengan produk dari luar desa yang memiliki branding lebih kuat semakin memperburuk posisi UMKM lokal. Dalam era digital, branding tidak hanya mencakup visual fisik seperti logo atau kemasan, tetapi juga merambah ke media sosial dan platform digital. Sayangnya, banyak UMKM di Desa Pematang Gajah belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk mempromosikan produk mereka. Penerapan strategi branding yang kreatif, baik secara visual maupun online, dapat membantu UMKM meningkatkan daya tarik produk, memperkuat citra bisnis, dan memperluas akses ke pasar yang lebih luas.

Kata Kunci : UMKM, image branding, daya saing, identitas visual, strategi branding

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in driving the national economy, particularly in rural areas such as Pematang Gajah Village. However, MSMEs in this village face challenges in improving their competitiveness, especially in attracting a wider market. One of the main challenges is the lack of awareness and application of effective image branding strategies. Most MSMEs do not have a strong visual identity, such as logos, colors, or consistent packaging design, making it difficult for them to compete with products that have better visual branding. Limited knowledge and access to creative resources, such as professional designers or branding training, are barriers for MSMEs in Pematang Gajah Village to build an attractive business image. As a result, their potential to build customer loyalty and expand market reach is hindered. Competition with products from outside the village, which have stronger branding, further weakens the position of local MSMEs. In the digital era, branding extends beyond physical visuals like logos or packaging to include social media and digital platforms. Unfortunately, many MSMEs in Pematang Gajah Village have not yet fully utilized social media to promote their products. The application of creative branding strategies, both visually and online, can help MSMEs enhance product appeal, strengthen business identity, and expand their access to a broader market.

Keyword : MSMEs, image branding, competitiveness, visual identity, branding strategy

1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran strategis dalam mendorong perekonomian nasional (Dristyan et al., 2023), terutama di daerah-daerah pedesaan seperti Desa Pematang Gajah. Di desa ini, berbagai usaha kecil telah berkontribusi pada pengembangan ekonomi

lokal, namun masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing, terutama dalam menarik perhatian pasar yang lebih luas. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM di Desa Pematang Gajah adalah kurangnya kesadaran akan pentingnya image branding dalam membangun citra bisnis yang kuat dan menarik bagi konsumen.

Banyak UMKM di Desa Pematang Gajah belum memiliki identitas visual yang kuat, seperti logo, warna, dan desain kemasan yang konsisten (Deva Ariyani et al., 2022). Sebagian besar UMKM masih menggunakan branding yang sederhana atau bahkan tidak memiliki elemen branding sama sekali. Hal ini mengakibatkan mereka sulit bersaing dengan produk lain yang lebih menarik secara visual di pasar yang semakin kompetitif (Christiana et al., 2024).

Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan dan keterampilan terkait strategi branding yang efektif. Mereka umumnya fokus pada produksi dan operasional bisnis, sehingga kurang memperhatikan pentingnya desain visual yang dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat merek (Dristyan et al., 2021). Akibatnya, potensi untuk membangun loyalitas pelanggan dan memperluas pasar menjadi terhambat.

Selain itu, UMKM di Desa Pematang Gajah juga menghadapi keterbatasan dalam mengakses sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan image branding yang kreatif. Akses terhadap desainer profesional atau pelatihan branding masih sangat terbatas. Hal ini membuat mereka bergantung pada desain seadanya yang kurang mampu mempresentasikan kualitas dan keunikan produk mereka (Amsury et al., 2023).

Persaingan dengan produk-produk dari luar desa yang sudah memiliki branding yang lebih baik menjadi tantangan tambahan. Produk-produk tersebut lebih mudah dikenali konsumen karena memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten. Tanpa strategi branding yang kreatif, UMKM lokal kesulitan membedakan diri dan menarik minat konsumen.

Dalam era digital (Aulia et al., 2019), image branding tidak hanya terbatas pada visual fisik seperti logo atau kemasan, tetapi juga merambah ke dunia online. Sayangnya, banyak UMKM di Desa Pematang Gajah belum memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk mereka. Padahal, branding yang baik di media sosial bisa meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk lokal dan membuka peluang pasar yang lebih luas (Apridon et al., 2023).

2. METODE

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini metode yang dapat digunakan melibatkan pendekatan yang partisipatif dan kolaboratif, dengan fokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku UMKM

Bentuk Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini telah dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 13 Oktober 2024 di Desa Pematang Gajah. Kegiatan ini di tujukan kepada pelaku UMKM di area Desa Pematang Gajah. Adapun rangkaian kegiatan pada PKM ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi dan identifikasi kebutuhan

Observasi Lapangan: Dilakukan di awal kegiatan untuk mengidentifikasi kondisi UMKM di Desa Pematang Gajah. Tim akan melakukan observasi langsung terhadap produk yang dihasilkan, bagaimana mereka memasarkan produk, serta citra visual yang mereka gunakan saat ini (logo, kemasan, materi promosi). Wawancara dan Diskusi: Dilakukan untuk menggali lebih dalam tantangan yang dihadapi para pelaku UMKM terkait image branding, serta mengidentifikasi kebutuhan dan potensi pengembangan branding untuk setiap UMKM

2. Pelatihan dan Workshop

Pelatihan Image Branding: Pelatihan ini mencakup pemahaman dasar mengenai branding dan pentingnya identitas visual dalam meningkatkan daya saing bisnis. Materi pelatihan dapat mencakup

pembuatan logo, desain kemasan, hingga branding di media sosial. **Workshop Praktis Desain Logo dan Kemasan:** Dalam workshop ini, para pelaku UMKM akan diajak untuk langsung mendesain logo atau kemasan produk mereka dengan menggunakan perangkat yang mudah dipahami, seperti Canva. Tim pengabdian akan memberikan panduan praktis, sehingga peserta bisa mengaplikasikan keterampilan baru secara langsung. **Simulasi Penggunaan Media Sosial untuk Branding:** Workshop ini juga akan memberikan pelatihan cara memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memperkuat branding dan promosi produk (Kurniawati et al., 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengatasi permasalahan yang di temui pada waktu observasi lapangan, diperlukan pendampingan dan pelatihan bagi UMKM di Desa Pematang Gajah dalam membangun strategi image branding yang kreatif. Solusi ini akan meliputi : Peningkatan pemahaman para pelaku UMKM tentang pentingnya identitas visual dalam membangun citra bisnis yang kuat, Pelatihan praktis tentang desain logo, kemasan, dan materi promosi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk UMKM, Penyediaan akses dan pendampingan dalam memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun brand awareness.

Tim PKM mengambil logo sampel salah satu UMKM yaitu KSM Pelangi yang menghasilkan paving block, dimana paving block ini diciptakan dari program mahasiswa Politeknik Jambi yaitu “Program Ormawa Membangun Negeri” dengan tema Sinergi Ormawa membangun negeri bersih melalui pengelolaan limbah plastic menjadi paving block.



Gambar 1. Tim PKM dan UMKM

Pelatihan pembuatan logo menggunakan canva ,langkah-langkah untuk membuat logo menggunakan **Canva** (Wijaya et al., 2022), platform desain online yang sangat user-friendly:

Buka Canva dan Masuk ke Akun Anda

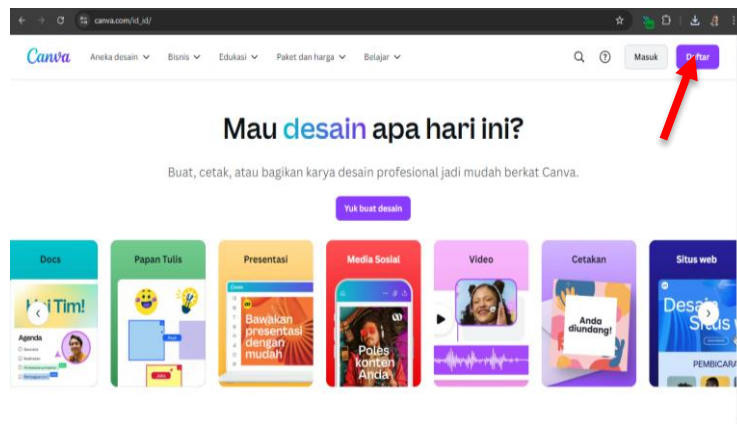
- Jika belum memiliki akun, Anda bisa mendaftar dengan email atau akun Google.

Interaksi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 ; Nomor 2 ; Desember 2024 ; Page 71-77

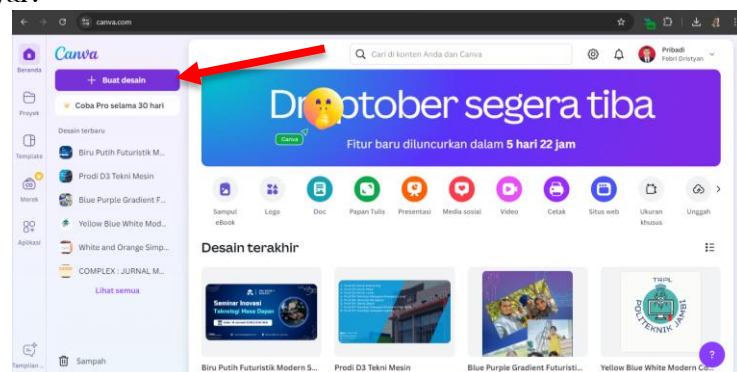
DOI :

WEB : <https://ejournal.fuaslibsmidia.com/index.php/interaksi>



Gambar 2. Tampilan awal Canva

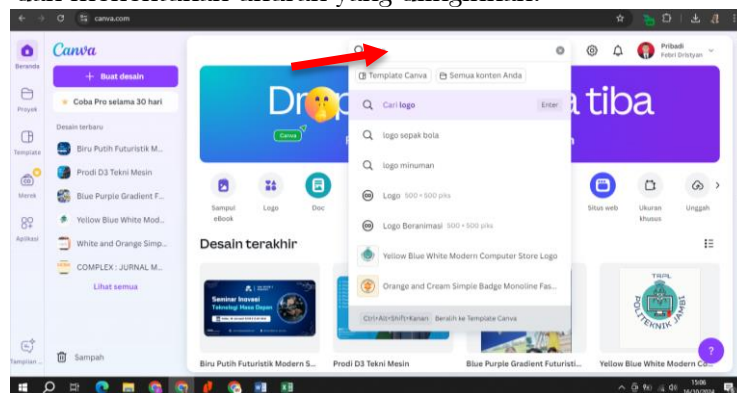
- Setelah masuk, pada halaman utama, klik tombol “Create a design” atau “Buat desain” di bagian kanan atas layar.



Gambar 3. Buat Desain

Pilih Template atau Ukuran Kustom

- Pada kolom pencarian, ketikkan “Logo” untuk langsung memilih ukuran yang tepat untuk desain logo (500 x 500 piksel secara default).
- Anda juga bisa memilih untuk membuat ukuran kustom jika diinginkan dengan mengklik “Custom Size” dan menentukan ukuran yang diinginkan.



Gambar 4. Kolom Pencarian Template

Telusuri dan Pilih Template Logo

- Canva menyediakan berbagai template logo yang bisa Anda pilih berdasarkan kategori bisnis (misalnya: teknologi, makanan, fashion, dll.).
- Pilih template logo yang sesuai dengan konsep brand atau identitas bisnis Anda.

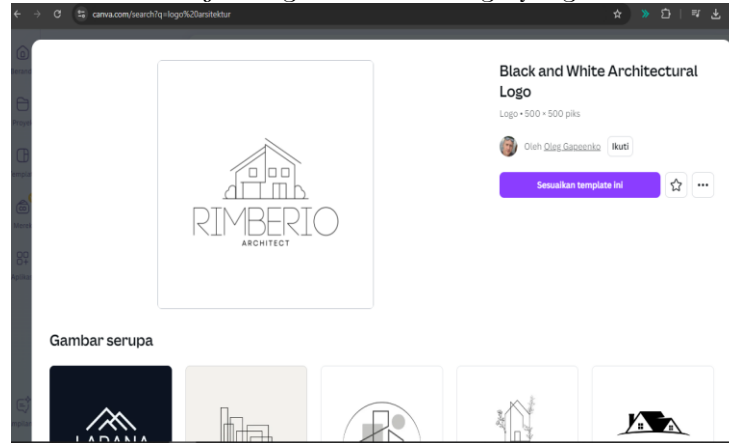
Interaksi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Volume 1 ; Nomor 2 ; Desember 2024 ; Page 71-77

DOI :

WEB : <https://ejurnal.fuaslibsmedia.com/index.php/interaksi>

- Anda juga bisa mulai dari nol jika ingin membuat logo yang benar-benar orisinal.



Gambar 5. Penyesuaian Template

Sesuaikan Elemen Logo

Setelah memilih template, langkah selanjutnya adalah menyesuaikan elemen-elemen logo agar sesuai dengan identitas bisnis Anda:

- **Teks:** Klik teks di template untuk mengganti nama brand Anda. Anda bisa menambahkan tagline atau slogan jika diperlukan.
- **Font:** Ubah jenis font agar sesuai dengan kepribadian brand Anda. Canva menyediakan berbagai pilihan font, baik yang formal, kreatif, maupun modern.
- **Warna:** Klik pada elemen logo (teks, ikon, bentuk) dan pilih warna yang sesuai dengan skema warna brand Anda. Gunakan warna yang mencerminkan karakter bisnis Anda.
- **Icon dan Gambar:** Jika logo template tidak sesuai, Anda bisa mengganti atau menambahkan ikon. Gunakan fitur pencarian di sidebar sebelah kiri untuk mencari ikon atau gambar tambahan yang relevan.

Tambahkan Elemen Grafis

- Jika logo Anda membutuhkan elemen tambahan, seperti bentuk geometris, garis, atau ikon, Anda bisa menambahkannya melalui menu **Elements** di sebelah kiri.
- Pastikan elemen-elemen tersebut tidak membuat logo terlalu rumit atau sulit dikenali. **Keep it simple and memorable.**

Periksa Tata Letak dan Proporsi

- Pastikan semua elemen berada di tempat yang tepat, simetris, dan seimbang secara visual.
- Anda dapat menggunakan fitur **Grid** atau **Ruler** di Canva untuk memastikan semua elemen logo sejajar dengan baik.

Pratinjau Logo

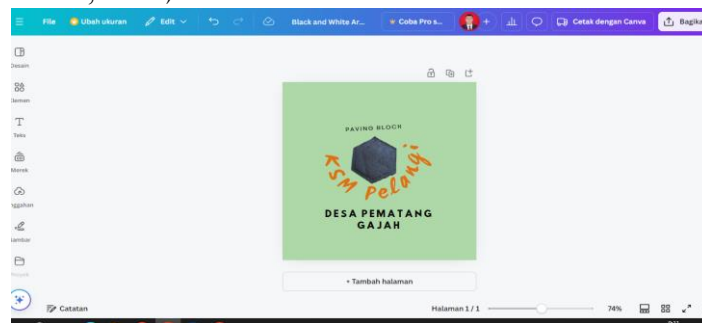
- Setelah semua elemen disesuaikan, lakukan pratinjau untuk melihat tampilan logo secara keseluruhan.
- Pastikan bahwa logo tetap jelas dan menarik ketika di-zoom out, karena logo sering digunakan dalam ukuran kecil seperti di kartu nama atau media sosial.

Simpan dan Unduh Logo

- Jika sudah puas dengan desain logo, klik tombol **"Share"** atau **"Unduh"** di pojok kanan atas layar.
- Pilih format file yang diinginkan: **PNG** (untuk kualitas tinggi dan transparansi background) atau **JPEG** (untuk ukuran file yang lebih kecil).
- Jika ingin logo dengan latar belakang transparan (untuk ditempatkan di berbagai media), pastikan mencentang opsi **"Transparent Background"** (Fitur premium Canva).

Revisi dan Simpan Desain untuk Penggunaan Selanjutnya

- Simpan desain Anda di Canva, sehingga jika Anda perlu melakukan revisi atau membuat variasi di masa depan, Anda bisa dengan mudah mengeditnya kembali tanpa perlu membuat ulang dari awal (Zetira et al., 2022).



Gambar 6. Hasil Logo

4. KESIMPULAN

Melalui pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan logo, kemasan, dan branding digital, para pelaku UMKM di desa ini dapat memahami pentingnya citra bisnis dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Penggunaan media sosial sebagai platform promosi juga membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional.

Adapun hasil dari strategi branding yang diterapkan memberikan beberapa manfaat nyata. Pertama meningkatkan daya tarik produk: dengan tampilan visual yang lebih profesional dan menarik, produk UMKM lebih mudah dikenali dan diminati oleh konsumen. Kedua memperkuat identitas bisnis: penggunaan branding yang konsisten membantu UMKM membangun citra bisnis yang unik dan mudah diingat.

Ketiga meningkatkan kepercayaan konsumen: produk yang memiliki branding yang baik memberikan kesan profesionalisme dan kualitas, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Keempat memperluas jangkauan pasar: Pemanfaatan media digital dan sosial memudahkan UMKM dalam mempromosikan produk mereka ke khalayak yang lebih luas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Kepala desa Pematang Gajah dan UMKM serta Kelompok Swadaya Masyarakat Pelangi Kabupaten Muaro Jambi yang berkenan dan menerima Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Jambi.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Amsury, F., Kurniawati, I., Heriyanto, & Fahdia, muhammad R. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Platform Media Sosial dan Desain Canva sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Personal Branding pada Panti Asuhan Adinda. *Jurnal Dedikasi*, 2(1), 48-51.
- Apridonan, Y., Mardalius, M., & Dristyany, F. (2023). Optimalisasi E-Commerce Sebagai Strategi Bisnis Digital. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 1(2), 86-91. <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.139>
- Aulia, R., Mardalius, M., & Dristyany, F. (2019). Peningkatan Pemanfaatan Peran Teknologi Informasi Bagi Peserta Didik Lkp Bintang Mulia Batubara. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 49-52. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v2i1.320>
- Christiana, M., Kalis, I., Yulianto, Jayanti, W. E., Alberd, Dimmera, B. G., Zulkifli, S., & Dwitanto, J.

(2024). PELATIHAN PENINGKATAN KAPASITAS SDM BAGI UMKM PERBATASAN SEBAGAI UPAYA PEMBENTUKAN BORDER BRANDING. *Community Development Journal*, 5(3), 5069–5073.

- Deva Ariyani, Slamet Bambang Riono, & Hendri Sucipto. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.493>
- Dristyan, F., Mardalius, M., & Andriyani, S. (2021). Pengenalan Aplikasi Video Editing untuk Konten Kreator. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.54314/jpstm.v1i1.649>
- Dristyan, F., Mardalius, M., & Apridonat, Y. (2023). Pengenalan Wondershare Filmora X Untuk Pembuatan Video Branding Umkm Kube. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 1(3), 98–103. <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i3.176>
- Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., & Fa'ah, Y. S. (2023). Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku Umkm Di Kota Kupang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1399. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.14270>
- Wijaya, N., Irsyad, H., & Taqwiym, A. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Canva Dalam Mendesain Poster. *Fordicate*, 1(2), 192–199. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2418>
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>