

Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia

Volume 3, Nomor 6, September 2024, Halaman 220-228

Licenced by CC BY-SA 4.0

ISSN: 2986-7002

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13741035>

Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Pelaku UMKM Melalui Workshop Branding dan Desain Logo di Desa Pereng

Rahmat Alvin Tarwanto¹, Lutfia Fatihatul Jannah², Maryatul Qibtiah³, Regulus Odyssy Kristarno⁴, Dhea Vanissa Wulandari⁵, Muhammad Bambang Wahyudi⁶, Desi Amanda Fitriana⁷, Fransiska Dinda Melani⁸, Karisma Angel Gabrilia⁹, Salsabilla Rindita Rahmawati¹⁰, Asal Wahyuni Erlin Mulyadi¹¹

¹⁻¹¹Universitas Sebelas Maret

Email: rahmatalvin@student.uns.ac.id

Abstrak

Workshop digital marketing yang diselenggarakan di Desa Pereng, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, bertujuan untuk meningkatkan keterampilan branding pelaku UMKM, terutama dalam pembuatan logo bisnis menggunakan aplikasi Canva. Pelatihan ini berhasil membantu seluruh peserta menciptakan logo yang siap digunakan sebagai identitas visual bisnis mereka. Selain keterampilan teknis, pelatihan juga meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengembangkan branding usaha mereka. Dukungan penuh dari Kepala Desa dan perangkat desa turut mendukung kelancaran kegiatan ini, meskipun terdapat beberapa kendala teknis seperti keterbatasan perangkat dan gangguan jaringan internet. Workshop ini diharapkan menjadi awal dari pengembangan branding digital yang lebih luas di kalangan UMKM di desa tersebut. Dengan keterampilan yang diperoleh, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih kompetitif dan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memajukan bisnis mereka.

Kata kunci: Digital marketing, UMKM, branding, logo, Canva, workshop.

Article Info

Received date: 15 August 2024

Revised date: 20 August 2024

Accepted date: 04 September 2024

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan sektor yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang sekitar 60% dari PDB dan mempekerjakan lebih dari 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran UMKM dalam menciptakan stabilitas ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, meskipun penting, banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, terutama dalam hal pemasaran. Era digital telah menghadirkan berbagai peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui platform online.

Sayangnya, banyak UMKM yang belum sepenuhnya mengadopsi strategi pemasaran digital. Beberapa pelaku UMKM masih mengandalkan cara-cara tradisional untuk mempromosikan produk dan layanan mereka, seperti pemasaran dari mulut ke mulut, brosur, atau bahkan poster fisik. Akibatnya, mereka kehilangan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Salah satu elemen penting dalam pemasaran digital yang sering diabaikan oleh pelaku UMKM adalah *branding*. Branding adalah proses menciptakan dan memperkuat citra bisnis di mata konsumen. Dalam dunia yang sangat kompetitif, memiliki identitas visual yang kuat menjadi krusial untuk membedakan bisnis dari pesaing. Identitas visual, seperti logo, warna, tipografi, dan elemen grafis lainnya, dapat menciptakan kesan pertama yang kuat dan menarik perhatian konsumen. Pentingnya logo dalam *branding* tidak hanya terbatas pada aspek estetika. Logo yang baik juga memiliki nilai fungsional dalam memperkuat kepercayaan konsumen. Sebuah logo yang konsisten dan profesional dapat meningkatkan kredibilitas bisnis di mata pelanggan. Konsumen cenderung lebih percaya dan tertarik pada bisnis yang terlihat memiliki identitas yang kuat dan terorganisir. Selain itu, logo yang mudah diingat akan memudahkan konsumen untuk mengenali dan mengingat produk atau layanan yang ditawarkan.

Di era digital ini, logo juga memainkan peran penting dalam pemasaran online. Sebuah bisnis yang memiliki kehadiran digital, baik melalui situs web, media sosial, atau platform *e-commerce*, membutuhkan logo yang dapat dengan mudah diintegrasikan ke dalam berbagai platform tersebut. Logo yang terlihat baik di berbagai format digital, seperti di profil media sosial atau pada iklan digital, akan membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis. Selain itu, dengan semakin banyaknya bisnis yang memanfaatkan platform online untuk berinteraksi dengan pelanggan, memiliki logo yang terlihat profesional dan menonjol menjadi keharusan. Namun, meskipun Canva menawarkan berbagai kemudahan dalam pembuatan logo, pelaku UMKM juga perlu memahami bahwa branding tidak hanya sekadar tentang logo. Branding adalah proses yang lebih luas yang melibatkan seluruh pengalaman konsumen terhadap bisnis. Logo hanyalah salah satu elemen visual yang berfungsi sebagai pintu masuk untuk memperkenalkan bisnis kepada konsumen. Selain logo, pelaku UMKM perlu memperhatikan konsistensi dalam penggunaan elemen visual lainnya, seperti palet warna, tipografi, dan gaya desain yang digunakan dalam materi pemasaran mereka. Konsistensi ini penting untuk membangun citra bisnis yang kuat dan mudah diingat.

Selain *branding visual*, branding juga mencakup bagaimana bisnis tersebut berinteraksi dengan konsumen, bagaimana produk atau layanan disampaikan, dan nilai-nilai apa yang diwakili oleh bisnis tersebut. Sebuah branding yang kuat harus mampu menciptakan keterhubungan emosional antara bisnis dan konsumennya. Oleh karena itu, pelaku UMKM juga perlu memperhatikan kualitas layanan dan pengalaman yang mereka berikan kepada konsumen, selain hanya fokus pada aspek visual branding. Untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital, termasuk branding, diperlukan berbagai upaya edukasi dan pelatihan. Pemerintah dan berbagai organisasi terkait telah menyadari pentingnya pemberdayaan UMKM dalam era digital ini. Salah satu contoh nyata adalah diadakannya workshop dan pelatihan digital marketing untuk pelaku UMKM, seperti yang telah dilakukan di berbagai daerah di Indonesia. Dalam pelatihan tersebut, pelaku UMKM diajarkan bagaimana cara memanfaatkan platform digital seperti Canva untuk menciptakan logo dan identitas visual yang efektif bagi bisnis mereka. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan keterampilan teknis dalam desain grafis, tetapi juga untuk membantu pelaku usaha memahami pentingnya branding dalam pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Tahap Persiapan

Tahap persiapan pelaksanaan *workshop* digital marketing untuk pelaku UMKM adalah langkah awal yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan kegiatan tersebut. Pada tahap ini, tim penyelenggara melakukan berbagai langkah strategis untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan yang relevan bagi para peserta dan mempersiapkan segala hal yang diperlukan agar pelatihan dapat berjalan dengan lancar dan mencapai tujuannya. Langkah pertama dalam tahap persiapan ini adalah melakukan survei awal untuk mendapatkan gambaran mengenai kondisi dan kebutuhan pelaku UMKM di wilayah tersebut. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam hal branding dan pemasaran digital. Berdasarkan hasil survei tersebut, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di wilayah tersebut belum memiliki keterampilan branding yang memadai. Banyak dari mereka yang belum memahami pentingnya branding dalam mengembangkan usaha mereka, terutama dalam era digital seperti sekarang ini. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital dan pengetahuan mereka tentang cara memanfaatkannya secara efektif.

Survei ini juga mengungkapkan bahwa mayoritas pelaku UMKM masih mengandalkan cara-cara tradisional dalam mempromosikan produk mereka, seperti dari mulut ke mulut atau menggunakan media cetak sederhana seperti brosur dan poster. Mereka belum terbiasa menggunakan media sosial atau platform digital lain untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Selain itu, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini juga belum memiliki logo atau identitas visual yang kuat, yang merupakan elemen penting dalam branding. Sebagian dari mereka bahkan merasa bahwa membuat logo adalah hal yang rumit dan mahal, padahal kini tersedia berbagai alat dan aplikasi yang memudahkan proses pembuatan logo dengan biaya yang sangat terjangkau, atau bahkan gratis.

Setelah kebutuhan pelatihan diidentifikasi melalui survei, langkah berikutnya adalah berkoordinasi dengan pihak pemerintah desa untuk mendapatkan dukungan dalam penyelenggaraan kegiatan. Dalam hal ini, peran pemerintah desa sangat penting, terutama dalam penyediaan fasilitas

dan dukungan logistik. Pemerintah Desa Pereng sangat kooperatif dalam memberikan dukungan terhadap pelaksanaan workshop ini, mengingat pentingnya pemberdayaan UMKM dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Pemerintah desa menyadari bahwa melalui pelatihan ini, pelaku UMKM dapat mengembangkan kemampuan mereka dalam hal pemasaran digital, yang pada gilirannya akan membantu meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.

Koordinasi dengan pemerintah desa juga mencakup penentuan lokasi pelaksanaan workshop. Gedung Kesenian Balai Desa Pereng dipilih sebagai tempat pelaksanaan kegiatan karena dianggap memenuhi beberapa kriteria penting. Pertama, kapasitas gedung yang memadai untuk menampung seluruh peserta, yaitu sekitar 25 orang, tanpa mengabaikan kenyamanan dan keamanan selama kegiatan berlangsung. Selain itu, lokasi gedung yang strategis, berada di pusat desa, memudahkan akses bagi para peserta yang datang dari berbagai wilayah sekitar. Fasilitas di gedung tersebut juga dinilai cukup memadai, termasuk adanya peralatan audiovisual yang dapat digunakan untuk mendukung presentasi dan sesi pelatihan. Selanjutnya, pemilihan peserta dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa pelatihan ini dapat memberikan dampak maksimal.

Peserta yang diundang terdiri dari 25 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai sektor usaha di wilayah tersebut, seperti kuliner, kerajinan tangan, jasa, dan industri kreatif lainnya. Pemilihan peserta dilakukan berdasarkan beberapa kriteria yang relevan dengan tujuan pelatihan. Pertama, jenis usaha yang dikelola oleh peserta menjadi pertimbangan utama. Usaha yang memiliki potensi untuk berkembang melalui penerapan branding dan pemasaran digital menjadi prioritas dalam pemilihan peserta. Misalnya, usaha kuliner yang sering kali memerlukan identitas visual yang kuat untuk menarik pelanggan, atau usaha kerajinan tangan yang membutuhkan logo dan branding yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar lokal maupun internasional.

Kriteria kedua adalah keaktifan peserta dalam kegiatan desa. Peserta yang terlibat aktif dalam kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pemerintah desa atau komunitas lokal dianggap lebih siap dan memiliki komitmen yang kuat untuk mengembangkan usaha mereka. Keaktifan ini juga mencerminkan tingkat partisipasi mereka dalam program-program pemberdayaan yang diadakan sebelumnya, sehingga diharapkan mereka akan lebih antusias dalam mengikuti workshop dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Kriteria ketiga yang digunakan dalam pemilihan peserta adalah kebutuhan branding dalam usaha mereka. Pelaku UMKM yang belum memiliki logo atau identitas visual yang kuat, atau yang merasa bahwa usaha mereka memerlukan peningkatan dalam hal branding, menjadi prioritas utama dalam pelatihan ini. Kebutuhan ini sangat penting karena tujuan utama dari workshop ini adalah untuk membantu peserta memahami pentingnya branding dan memberikan keterampilan praktis dalam membuat logo yang sesuai dengan karakter usaha mereka.

Setelah peserta dipilih, mereka diberikan informasi lengkap mengenai jadwal dan rincian kegiatan *workshop*. Peserta juga diarahkan untuk membawa perangkat yang diperlukan, seperti ponsel pintar atau laptop, yang akan digunakan dalam sesi praktik pembuatan logo menggunakan aplikasi Canva. Pihak penyelenggara juga memastikan bahwa seluruh peserta memiliki akses yang memadai terhadap internet selama pelatihan, meskipun di beberapa daerah terdapat kendala terkait kestabilan jaringan internet. Selain itu, tim fasilitator yang akan memimpin pelatihan juga dipersiapkan dengan baik. Fasilitator yang dipilih adalah individu-individu yang memiliki pengalaman dalam bidang digital marketing dan branding, serta menguasai penggunaan aplikasi Canva. Fasilitator ini juga merupakan bagian dari komunitas kreatif lokal yang sudah terbiasa memberikan pelatihan serupa di berbagai wilayah. Mereka tidak hanya berperan sebagai pengajar, tetapi juga sebagai mentor yang siap memberikan bimbingan dan umpan balik kepada peserta selama sesi praktik berlangsung.

Tahap persiapan ini juga melibatkan penyusunan materi pelatihan yang akan disampaikan selama workshop. Materi ini mencakup pengenalan konsep dasar branding, pentingnya logo sebagai elemen branding, serta panduan langkah demi langkah dalam menggunakan Canva untuk membuat logo bisnis. Materi disusun sedemikian rupa agar mudah dipahami oleh peserta, terutama mereka yang belum memiliki latar belakang dalam desain grafis. Selain teori, materi juga dilengkapi dengan contoh-contoh visual dari logo-logo sukses yang digunakan oleh UMKM di berbagai sektor industri. Hal ini diharapkan dapat memberikan inspirasi kepada peserta dalam menciptakan logo yang sesuai dengan identitas bisnis mereka.

Selain itu, tim penyelenggara juga mempersiapkan perangkat evaluasi untuk menilai sejauh mana peserta memahami materi yang disampaikan dan keterampilan yang mereka peroleh selama pelatihan.

Evaluasi ini akan dilakukan pada akhir sesi untuk mengukur keberhasilan pelatihan dan memberikan umpan balik yang dapat digunakan untuk perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang.

Keseluruhan tahap persiapan ini merupakan kunci penting dalam memastikan bahwa pelaksanaan workshop berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan identifikasi kebutuhan yang tepat, koordinasi yang baik dengan pihak pemerintah desa, serta pemilihan peserta yang selektif, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan UMKM di wilayah Desa Pereng. Pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan ini diharapkan dapat mengimplementasikan keterampilan yang mereka peroleh untuk meningkatkan branding dan pemasaran digital usaha mereka, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Pelaksanaan

Workshop digital marketing untuk pelaku UMKM yang diselenggarakan pada tanggal 17 Juli 2024 di Gedung Kesenian Balai Desa Pereng, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, berlangsung sukses dengan menghadirkan fasilitator dari komunitas kreatif lokal. *Workshop* ini dirancang untuk membantu para pelaku UMKM dalam memahami pentingnya branding sebagai bagian dari strategi digital marketing, serta memberikan keterampilan praktis dalam mendesain logo yang representatif bagi bisnis mereka. Fasilitator yang diundang memiliki latar belakang di bidang branding dan pemasaran digital, serta berpengalaman dalam memberikan pelatihan kepada pelaku usaha kecil dan menengah.

a. Sesi Presentasi: Pengantar Branding dalam Digital Marketing

Kegiatan *workshop* dimulai dengan sesi presentasi yang memberikan pengenalan mendalam mengenai branding dalam konteks digital marketing. Fasilitator membuka sesi ini dengan menekankan pentingnya branding dalam menciptakan identitas bisnis yang kuat di era digital. Branding, dijelaskan oleh fasilitator, bukan hanya soal logo atau tampilan visual, tetapi juga tentang bagaimana sebuah bisnis dapat membangun persepsi dan hubungan emosional dengan konsumen. Identitas yang kuat dan konsisten membantu membedakan bisnis dari pesaing serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam sesi presentasi ini, fasilitator membahas secara rinci beberapa prinsip dasar dalam branding. Salah satu elemen yang paling ditekankan adalah pentingnya pemilihan warna dalam branding. Fasilitator menjelaskan bahwa warna memiliki pengaruh psikologis yang kuat terhadap persepsi konsumen. Setiap warna dapat memberikan kesan tertentu, misalnya warna merah yang sering diasosiasikan dengan energi dan semangat, atau warna biru yang melambangkan kepercayaan dan profesionalisme. Oleh karena itu, pelaku UMKM diajak untuk mempertimbangkan pemilihan warna yang sesuai dengan karakter dan nilai bisnis mereka. Fasilitator juga menunjukkan contoh-contoh penggunaan warna yang berhasil dalam branding beberapa perusahaan besar dan bagaimana warna tersebut memperkuat citra bisnis mereka.

Selain warna, tipografi juga dibahas sebagai elemen penting dalam branding. Fasilitator menjelaskan bahwa jenis huruf yang dipilih untuk logo dan materi pemasaran dapat mempengaruhi cara konsumen memandang sebuah bisnis. Tipografi yang modern dan bersih, misalnya, dapat mencerminkan bisnis yang profesional dan inovatif, sementara tipografi yang lebih kasual atau unik dapat menunjukkan karakter bisnis yang lebih santai dan kreatif. Pelaku UMKM diajak untuk memilih tipografi yang sesuai dengan audiens target mereka dan relevan dengan jenis produk atau jasa yang mereka tawarkan.

Selanjutnya, fasilitator memperkenalkan konsep elemen visual lainnya, seperti ikon, simbol, dan bentuk. Logo yang efektif tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga dapat menggabungkan elemen visual yang kuat dan mudah diingat. Fasilitator menunjukkan berbagai contoh logo yang sukses dan menjelaskan mengapa logo-logo tersebut efektif dalam membangun identitas visual yang kuat. Dalam branding, logo bukan sekadar gambar, melainkan representasi dari nilai, visi, dan misi bisnis yang perlu ditampilkan dengan jelas dan konsisten di setiap titik kontak dengan konsumen.

b. Sesi Praktik: Mendesain Logo dengan Canva

Setelah sesi presentasi yang memberikan landasan teori mengenai branding, *workshop* berlanjut dengan sesi praktik, di mana peserta diajak untuk langsung mempraktikkan desain logo menggunakan aplikasi Canva. Canva dipilih karena merupakan platform desain grafis yang mudah diakses, bahkan bagi mereka yang tidak memiliki latar belakang dalam desain. Dengan antarmuka yang intuitif dan berbagai template yang tersedia, Canva memungkinkan pelaku UMKM untuk

membuat logo dengan cepat dan mudah. Sesi praktik ini dimulai dengan pengenalan singkat mengenai Canva oleh fasilitator. Peserta diberi panduan mengenai cara mengakses Canva, memilih template yang sesuai, serta mengedit elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan simbol. Setelah memahami dasar-dasar penggunaan Canva, peserta diarahkan untuk mulai mendesain logo mereka sendiri dengan panduan langsung dari fasilitator.

Selama sesi ini, fasilitator memberikan bimbingan secara langsung kepada setiap peserta. Bimbingan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bersifat konseptual, di mana fasilitator membantu peserta dalam menentukan elemen-elemen desain yang paling sesuai dengan karakter bisnis mereka. Peserta diajak untuk berpikir secara kritis tentang logo yang mereka buat, mempertimbangkan pesan apa yang ingin mereka sampaikan kepada konsumen melalui logo tersebut. Proses ini melibatkan diskusi interaktif antara peserta dan fasilitator, di mana setiap desain logo yang dibuat oleh peserta mendapatkan umpan balik dan saran untuk perbaikan.

Misalnya, salah satu peserta yang memiliki usaha di bidang kuliner ingin membuat logo yang mencerminkan kehangatan dan keramahtamahan. Fasilitator menyarankan untuk menggunakan warna-warna hangat seperti oranye dan merah yang sering diasosiasikan dengan makanan, serta tipografi yang ramah dan mudah dibaca. Dengan bimbingan fasilitator, peserta tersebut berhasil menciptakan logo yang sesuai dengan karakter bisnisnya. Hal yang sama juga terjadi dengan peserta lain yang memiliki usaha di bidang kerajinan tangan, di mana mereka diarahkan untuk memilih elemen visual yang mencerminkan kreativitas dan keunikan produk mereka.

Sesi praktik ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk berlatih secara langsung dan merasakan proses desain yang sebenarnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam menggunakan aplikasi desain, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka mengenai bagaimana branding dapat diaplikasikan secara praktis dalam bisnis mereka. Dengan bantuan Canva, peserta dapat mencoba berbagai kombinasi warna, font, dan elemen visual hingga mereka menemukan desain logo yang paling tepat untuk bisnis mereka.

c. Dampak dari Sesi Praktik

Melalui sesi praktik ini, peserta tidak hanya belajar tentang bagaimana cara membuat logo yang menarik secara visual, tetapi juga belajar tentang bagaimana logo tersebut dapat mencerminkan nilai-nilai bisnis mereka. Proses ini memperkaya wawasan peserta mengenai pentingnya branding dalam menciptakan identitas bisnis yang kuat dan bagaimana logo dapat menjadi alat komunikasi yang efektif antara bisnis dan konsumen. Salah satu dampak yang paling terlihat dari sesi praktik ini adalah peningkatan kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam mendesain logo mereka sendiri. Sebelum workshop, banyak dari mereka merasa bahwa pembuatan logo adalah tugas yang sulit dan hanya bisa dilakukan oleh profesional desain grafis.

Namun, setelah mengikuti sesi praktik, peserta merasa bahwa mereka mampu membuat logo yang representatif dengan menggunakan alat yang sederhana seperti Canva. Hal ini menjadi langkah awal yang penting bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka. Peserta juga mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana logo dapat digunakan di berbagai platform digital, seperti situs web, media sosial, dan materi pemasaran lainnya. Fasilitator memberikan contoh-contoh bagaimana logo yang baik dapat diintegrasikan dengan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan. Ini merupakan poin penting dalam era digital, di mana branding yang konsisten dan profesional dapat membuat perbedaan signifikan dalam kesuksesan bisnis.

d. Publikasi

Untuk memastikan hasil dari workshop "Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Pelaku UMKM melalui Workshop Branding dan Desain Logo" dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas, publikasi dilakukan di *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia*. Publikasi ini bertujuan untuk mendokumentasikan dan menyebarkan hasil-hasil yang telah dicapai selama kegiatan workshop kepada akademisi, praktisi, dan pelaku usaha lainnya yang tertarik dalam pengembangan branding dan pemasaran digital untuk UMKM. Dengan cara ini, informasi yang diberikan tidak hanya berhenti pada lingkup lokal, tetapi juga dapat diakses dan dijadikan referensi oleh pihak-pihak di luar Desa Pereng.

Dalam publikasi ini, dijelaskan secara rinci mengenai latar belakang pentingnya pelatihan digital marketing bagi pelaku UMKM di era digital, serta bagaimana workshop ini membantu peserta memahami dan menerapkan konsep branding yang baik, terutama dalam pembuatan logo

menggunakan aplikasi Canva. Artikel yang dipublikasikan juga memaparkan langkah-langkah pelatihan dan hasil dari sesi praktik yang melibatkan para peserta, termasuk peningkatan keterampilan dan kepercayaan diri mereka dalam memanfaatkan alat-alat digital untuk branding bisnis mereka. Biaya yang dikeluarkan untuk publikasi di *Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia* sebesar Rp500.100. Dengan biaya ini, artikel yang diterbitkan dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas dan memberikan dampak positif dalam penyebaran informasi terkait pentingnya branding dan digital marketing bagi pengembangan UMKM. Publikasi ini juga mendukung upaya pelatihan serupa di daerah lain yang memiliki tantangan dan kebutuhan serupa dalam memajukan UMKM melalui teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Lokasi

Desa Pereng merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Secara geografis, desa ini dikelilingi oleh lahan pertanian subur dan komunitas yang dinamis, di mana penduduknya banyak terlibat dalam berbagai sektor usaha kecil dan menengah (UMKM). Desa ini terdiri dari 6 RW (Rukun Warga) dan 13 RT (Rukun Tetangga), dengan populasi yang sebagian besar bekerja di sektor informal dan UMKM. Desa ini memiliki berbagai macam usaha, mulai dari kerajinan tangan, kuliner, hingga jasa. Usaha kerajinan tangan di Desa Pereng terkenal dengan berbagai produk seperti anyaman, kerajinan bambu, dan kerajinan tangan tradisional lainnya. Sementara itu, sektor kuliner mencakup usaha makanan dan minuman khas daerah, yang juga cukup diminati oleh masyarakat lokal maupun wisatawan. Pemerintah Desa Pereng sangat berkomitmen untuk mendukung perkembangan UMKM di wilayahnya, mengingat pentingnya sektor ini dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Komitmen ini diwujudkan dengan menyediakan berbagai fasilitas pelatihan dan pembinaan, seperti menyediakan sarana dan prasarana untuk pelaksanaan workshop dan pelatihan. Selain itu, desa ini juga memiliki fasilitas umum yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan komunitas, termasuk kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Salah satu fasilitas yang sering digunakan untuk kegiatan semacam ini adalah Gedung Kesenian Balai Desa Pereng, yang menjadi tempat berlangsungnya pelatihan digital marketing bagi UMKM yang diselenggarakan pada 17 Juli 2024. Lokasi yang strategis dan luasnya gedung ini memudahkan pelaksanaan pelatihan dengan jumlah peserta yang cukup besar.

2. Gambaran Umum Permasalahan

Meskipun sektor UMKM di Desa Pereng cukup berkembang, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam mengoptimalkan bisnis mereka, terutama yang berkaitan dengan branding dan digital marketing. Branding merupakan elemen kunci dalam membangun identitas visual dan meningkatkan daya tarik sebuah bisnis. Namun, banyak pelaku UMKM di Desa Pereng yang belum menyadari pentingnya branding sebagai alat pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM di desa ini belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep branding dan bagaimana branding dapat mempengaruhi citra bisnis di mata konsumen. Kurangnya pengetahuan mengenai branding ini menyebabkan banyak usaha di Desa Pereng tidak memiliki identitas visual yang kuat. Sebagai contoh, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki logo yang dapat mencerminkan karakter dan nilai bisnis mereka. Logo, yang berfungsi sebagai elemen penting dalam branding, merupakan representasi visual yang membantu bisnis untuk dikenali oleh konsumen. Namun, keterbatasan dalam keterampilan desain dan akses terhadap alat desain grafis menjadi hambatan bagi banyak pelaku UMKM dalam menciptakan logo yang profesional.

Selain branding, tantangan lain yang dihadapi oleh UMKM di Desa Pereng adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Dalam era digital ini, pemasaran online melalui media sosial dan platform digital lainnya telah menjadi salah satu cara paling efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan penggunaan media cetak sederhana. Akibatnya, mereka belum mampu memaksimalkan potensi teknologi digital untuk mengembangkan usaha mereka. Keterbatasan akses dan pemahaman mengenai digital marketing ini juga disebabkan oleh kurangnya pelatihan dan pembinaan yang fokus pada pengembangan keterampilan digital bagi pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang merasa kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital karena belum familiar dengan alat dan platform yang tersedia

untuk pemasaran online. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Pereng dan kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Untuk menjawab tantangan-tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Pereng, workshop digital marketing yang berfokus pada branding dan pembuatan logo diadakan pada 17 Juli 2024. Workshop ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya branding dalam pemasaran digital serta membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam mendesain logo bisnis mereka. Materi pelatihan yang disampaikan selama workshop mencakup konsep dasar branding, pemilihan elemen visual yang relevan, serta penggunaan aplikasi Canva sebagai alat desain yang mudah diakses dan digunakan. Canva merupakan aplikasi desain grafis berbasis web yang sangat cocok untuk pelaku UMKM yang belum memiliki latar belakang dalam desain. Dengan Canva, peserta dapat membuat logo bisnis mereka sendiri dengan cara yang sederhana namun efektif. Fasilitator memulai sesi materi dengan menjelaskan konsep branding dan mengapa logo menjadi elemen penting dalam membangun identitas bisnis. Branding yang kuat dapat membantu meningkatkan citra bisnis di mata konsumen, membuat produk atau jasa lebih mudah dikenali, dan menciptakan hubungan emosional antara bisnis dan pelanggan.

Dalam konteks digital marketing, branding yang konsisten di berbagai platform online seperti media sosial, website, dan toko online sangat penting untuk menarik perhatian pelanggan dan membangun loyalitas. Selain itu, peserta juga diajak untuk memahami bagaimana elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, dan simbol dapat mempengaruhi cara konsumen melihat sebuah bisnis. Pemilihan warna, misalnya, dapat menciptakan kesan tertentu pada konsumen, sementara tipografi yang tepat dapat menunjukkan profesionalisme atau keunikan sebuah usaha. Fasilitator memberikan contoh-contoh logo yang sukses dan menjelaskan bagaimana elemen-elemen visual tersebut digunakan untuk memperkuat pesan bisnis.

Setelah mendapatkan pemahaman teoritis mengenai branding dan elemen visual, peserta diajak untuk langsung mempraktikkan pembuatan logo menggunakan Canva. Sesi ini dirancang sebagai simulasi di mana setiap peserta diberikan akses ke Canva dan dipandu oleh fasilitator dalam mendesain logo bisnis mereka. Fasilitator memberikan instruksi langkah demi langkah tentang bagaimana menggunakan berbagai fitur Canva untuk menciptakan logo yang sesuai dengan karakter bisnis masing-masing peserta. Dalam sesi praktik ini, peserta didorong untuk bereksperimen dengan berbagai elemen desain, mulai dari pemilihan warna, tipografi, hingga ikon yang relevan dengan usaha mereka. Peserta yang memiliki usaha di bidang kuliner, misalnya, diarahkan untuk memilih warna-warna yang menggugah selera dan ikon-ikon yang mewakili makanan atau minuman. Sementara itu, peserta yang memiliki usaha di bidang kerajinan tangan diajak untuk memilih elemen-elemen desain yang mencerminkan kreativitas dan orisinalitas.

a. Peningkatan Keterampilan Branding

Salah satu aspek yang paling signifikan dari keberhasilan workshop ini adalah peningkatan keterampilan branding para pelaku UMKM. Branding merupakan elemen penting dalam pemasaran digital yang berperan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap sebuah bisnis. Sebelum mengikuti pelatihan, banyak pelaku UMKM di Desa Pereng yang belum memahami sepenuhnya apa itu branding dan bagaimana cara membangun identitas bisnis yang kuat melalui elemen-elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi. Namun, setelah mengikuti workshop, seluruh peserta mampu memahami konsep branding dengan lebih baik dan mengaplikasikannya dalam bisnis mereka. Dalam sesi praktik, peserta diajak untuk menciptakan logo menggunakan aplikasi Canva. Fasilitator memberikan panduan langkah demi langkah kepada setiap peserta dalam memilih elemen visual yang sesuai dengan karakter bisnis mereka.

b. Meningkatkan Kepercayaan Diri dalam Mengembangkan Branding

Selain keterampilan teknis dalam desain, workshop ini juga memberikan dampak positif dalam hal peningkatan kepercayaan diri para peserta. Banyak pelaku UMKM yang pada awalnya merasa bahwa branding, terutama pembuatan logo, adalah hal yang sulit dan mahal. Namun, setelah mengikuti workshop, mereka menyadari bahwa dengan alat yang tepat seperti Canva, proses pembuatan logo dapat dilakukan dengan mudah dan tanpa memerlukan keterampilan desain yang mendalam. Fasilitator tidak hanya mengajarkan teknik-teknik dasar desain grafis, tetapi juga memberikan pemahaman tentang pentingnya branding dalam menarik perhatian konsumen. Peserta

diajak untuk berpikir secara strategis mengenai pesan apa yang ingin mereka sampaikan melalui logo mereka, dan bagaimana logo tersebut dapat menciptakan hubungan emosional dengan konsumen.

c. Tantangan dan Kendala

Meskipun pelatihan ini berhasil mencapai tujuannya, beberapa kendala teknis dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan perangkat yang dimiliki oleh beberapa peserta. Tidak semua pelaku UMKM memiliki ponsel pintar atau laptop yang mendukung penggunaan aplikasi Canva secara optimal. Selain itu, gangguan pada jaringan internet selama sesi praktik juga sempat menghambat kelancaran pelatihan, terutama saat peserta mencoba mengakses dan mengunduh elemen-elemen desain di Canva. Namun, kendala-kendala ini dapat diatasi berkat dukungan fasilitator dan kerja sama antar peserta.

Peserta yang tidak memiliki perangkat yang memadai dapat berbagi dengan peserta lain atau menggunakan perangkat yang disediakan oleh pihak penyelenggara. Fasilitator juga bersikap fleksibel dengan memberikan waktu tambahan bagi peserta yang mengalami kesulitan teknis, sehingga seluruh peserta tetap dapat mengikuti sesi praktik dengan baik. Kendala-kendala ini menjadi pelajaran berharga bagi pihak penyelenggara untuk pelatihan-pelatihan serupa di masa mendatang. Diharapkan, dengan peningkatan infrastruktur teknologi di desa, pelaksanaan kegiatan serupa akan lebih optimal dan dapat menjangkau lebih banyak pelaku UMKM.

SIMPULAN

Keberhasilan workshop ini diharapkan menjadi awal dari pengembangan branding digital yang lebih luas di kalangan pelaku UMKM di Desa Pereng. Dengan keterampilan yang telah mereka peroleh, para pelaku UMKM kini memiliki bekal yang cukup untuk mengembangkan branding bisnis mereka secara mandiri. Mereka dapat memanfaatkan logo yang telah mereka buat dalam berbagai materi pemasaran, baik secara online maupun offline. Sebagai tindak lanjut, diharapkan akan ada pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai digital marketing, terutama yang berfokus pada strategi pemasaran online melalui media sosial dan platform e-commerce. Branding visual yang kuat harus diikuti dengan strategi pemasaran yang tepat agar produk dan layanan UMKM dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga di pasar yang lebih luas.

Pemerintah desa dan komunitas lokal diharapkan terus mendukung pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka melalui berbagai program pelatihan dan pembinaan. Selain itu, pelatihan ini juga dapat menjadi model bagi desa-desa lain dalam memberdayakan pelaku UMKM mereka, terutama dalam hal pengembangan branding dan pemasaran digital. Secara keseluruhan, workshop ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam pembuatan logo, tetapi juga membuka wawasan para pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dalam strategi pemasaran. Dengan branding yang kuat dan konsisten, pelaku UMKM di Desa Pereng diharapkan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan meraih kesuksesan yang lebih besar di masa mendatang.

REFERENSI

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Umkm. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.31764/Jmm.V5i5.5304>
- Batubara, R. W., Purba, R., Siahaan, R., Suwadi, S., Ketaren, A., & Sitindaon, N. (2023). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Umkm Secara Online Bagi Komunitas Perempuan Di Desa Dolok Manampang. *Jurnal Abdidias*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/Abdidias.V4i3.796>
- Dieva, D. P., & Dermawan, R. (2023). Pengembangan Umkm Melalui Optimalisasi Branding Pada “Bila Catering” Desa Tegalrejo, Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03), Article 03. <https://doi.org/10.62668/Berkarya.V2i03.643>
- Izzalqurny, T. R., Handayati, P., & Ferdiansyah, R. A. (2023). Pelatihan Pemahaman Digital Marketing Dan Peningkatan Kualitas Desain Dalam Meningkatkan Nilai Jual Pada Umkm Desa Tambakasri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 3544–3553.
- Muharni, S., & Andriyanto, S. (2024). Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Melalui Re-Branding Umkm Kain Perca Banjarsari Metro Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.59837/Jpmba.V2i1.797>

- Natari, S. U., & Raharja, S. J. (2022). E-Desain Sebagai Strategi Pemasaran Digital Bagi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Dan Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 621–626. <https://doi.org/10.24198/Kumawula.V5i3.38614>
- Pradesa, E., Putri, M. A., & Tunut, S. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Desa Biaro Lama Kabupaten Musi Rawas. *Jurnal Cemerlang : Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.31540/Jpm.V6i1.2595>
- Pratama, O. S., Partama, I. G. N. E., Rai, A. A. G., Adrie, & Rimbawa, I. M. A. (2023). Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Dalam Pengembangan Pemasaran Produk Umkm Di Banjar Babakan Desa Sukawati Gianyar. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 161–167. <https://doi.org/10.33379/Icom.V3i1.2204>
- Syahputra, R. A., Putri, C. W. A., Maliza, N. O., & Lestari, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Branding Umkm Melalui Proses Digitalisasi Bisnis. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 521–527.
- Tirtoni, F., & Susanto, D. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Umkm Pemberdayaan Masyarakat Umkm Desa Katerungan Melalui Workshop Pelatihan Branding Produk Dan Digital Marketing: Pelatihan Branding Produk Dan Digital Marketing. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(02), Article 02. <https://doi.org/10.36456/Abadimas.V7.I02.A7932>