

Pengembangan Strategi Terpadu untuk Meningkatkan Kualitas Branding Produk UMKM Binaan BUMDESA Sido Makmur

Arista Pratama^{1*}, Mohammad Idhom²,
Alfiandi Imam Mawardi³, Putu Anggi Suryantari⁴

¹⁻⁴ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

* aristapratama.si@upnjatim.ac.id

Abstrak

Badan Usaha Milik Desa (BUMDESa) merupakan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal dan pengembangan usaha di tingkat desa. BUMDESa Sido Makmur memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif melalui UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan strategi terpadu melalui pelatihan kreatif dalam desain logo, kemasan, dan promosi pada UMKM binaan BUMDESa Sido Makmur di Desa Bendowulung. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas branding produk UMKM, sehingga dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini melibatkan tiga tahapan utama yaitu desain logo menggunakan Bing AI Logo Generator, pembuatan desain kemasan menggunakan Canva, dan pembuatan narasi promosi menggunakan ChatGPT. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan peserta untuk menciptakan identitas visual yang menarik dan narasi promosi yang efektif.

Kata Kunci: BUMDESa Sido Makmur, UMKM, strategi terpadu, branding produk.

Pendahuluan

Badan Usaha Milik Desa (BUMDESa) merupakan salah satu upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi lokal dan pengembangan usaha pada tingkat desa. BUMDESa Sido Makmur yang terletak di Desa Bendowulung telah berperan aktif dalam memajukan perekonomian lokal dengan membina Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi kesenjangan ekonomi, terutama di daerah pedesaan (Tambunan, 2019). Namun, tantangan besar yang dihadapi oleh UMKM adalah bagaimana mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif, terutama terkait kualitas branding produk.

Branding yang kuat tidak hanya mencakup penciptaan identitas visual yang menarik, tetapi juga menyangkut kemampuan untuk menyampaikan nilai dan keunikan produk secara konsisten kepada konsumen (Aaker, 2014). Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, kualitas branding produk menjadi semakin krusial, terutama dengan semakin tingginya tuntutan konsumen terhadap produk yang tidak hanya berkualitas,

tetapi juga memiliki identitas visual yang kuat dan narasi promosi yang menarik (Kapferer, 2008).

BUMDESa Sido Makmur menyadari pentingnya pengembangan kualitas branding bagi UMKM binaannya, terutama untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Untuk itu, diperlukan serangkaian kegiatan pelatihan yang fokus pada desain logo, kemasan, dan narasi promosi sebagai elemen utama dari proses branding. Sebuah logo yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pengenalan produk, tetapi juga menjadi representasi visual dari nilai-nilai produk yang berkualitas (Henderson & Cote, 1998). Desain kemasan, di sisi lain, memainkan peran penting dalam membentuk kesan pertama konsumen terhadap produk. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk dan menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian (Underwood, 2003). Selain itu, narasi promosi yang efektif, yang mampu menyampaikan pesan produk dengan jelas dan persuasif, juga merupakan elemen kunci dalam strategi branding yang sukses (Fog, Budtz, & Yakaboylu, 2005).

Penggunaan teknologi digital untuk mendukung proses branding kini menjadi semakin relevan. Alat seperti Bing AI Logo Generator dapat membantu UMKM dalam menciptakan logo yang profesional tanpa memerlukan keterampilan desain grafis yang mendalam (Smith, 2022). Selain itu, Canva menyediakan platform desain grafis yang mudah diakses untuk membuat desain kemasan yang menarik dan fungsional (Johnson, 2021), sementara ChatGPT dapat digunakan untuk merancang narasi promosi yang kreatif dan efektif (Brown & Li, 2023). Penggunaan teknologi digital ini mampu mempercepat proses branding dan memberikan UMKM kesempatan untuk meningkatkan kualitas produk mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan strategi terpadu melalui pelatihan kreatif dalam desain logo, kemasan, dan promosi pada UMKM binaan BUMDESa Sido Makmur. Dengan pelatihan ini, diharapkan kualitas branding produk UMKM dapat meningkat secara signifikan, sehingga UMKM binaan dapat bersaing tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga di pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Keberhasilan dalam meningkatkan kualitas branding ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat desa melalui peningkatan daya jual produk dan terbukanya peluang ekonomi yang lebih besar bagi UMKM lokal.

Metode Pelaksanaan

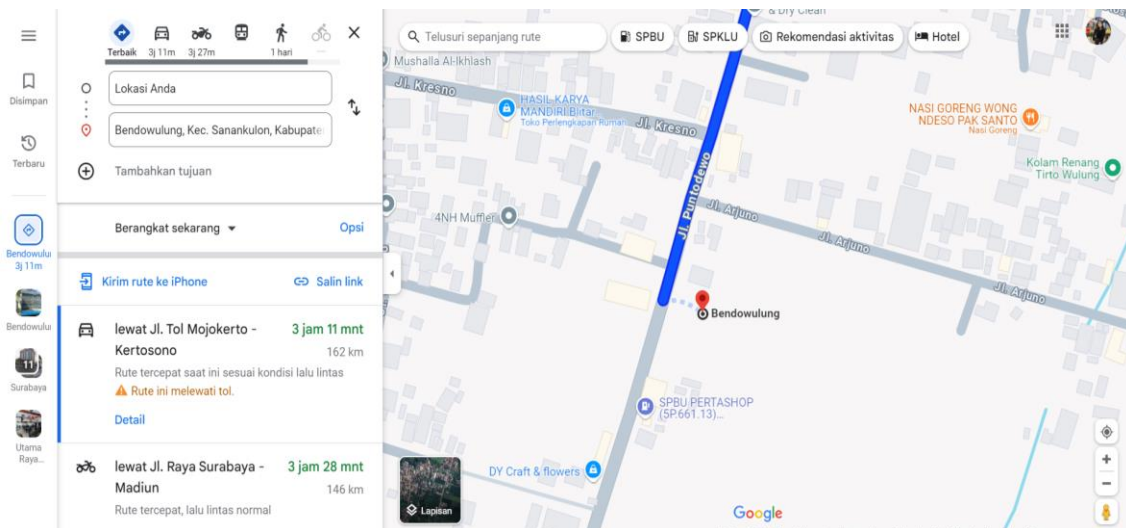
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahap yang terstruktur dengan melibatkan berbagai pihak dan tempat pelaksanaan. Fokus kegiatan adalah pada pengembangan branding melalui desain logo, kemasan, dan pembuatan narasi promosi bagi UMKM binaan BUMDESa Sido Makmur di Desa Bendowulung.

Tempat Kegiatan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Bendowulung, sebagai lokasi utama kegiatan. Pemilihan tempat ini berdasarkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi peserta pelatihan yang mayoritas adalah pelaku UMKM dari desa tersebut. Fasilitas yang tersedia di balai

desa juga memungkinkan pelaksanaan pelatihan yang bersifat praktek langsung, terutama dalam penggunaan alat-alat digital seperti Bing AI Logo Generator, Canva, dan ChatGPT.

Selain itu, suasana yang mendukung di balai desa memberikan ruang bagi para peserta untuk berinteraksi dan saling berbagi pengalaman terkait dengan pengembangan produk mereka.



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Bendowulung

Mitra Kegiatan

Kegiatan ini melibatkan berbagai mitra strategis yang berperan penting dalam pengembangan branding UMKM binaan BUMDESa Sido Makmur. BUMDESa Sido Makmur, sebagai mitra utama, mendampingi pelaksanaan pelatihan dan membantu mengidentifikasi UMKM yang membutuhkan peningkatan kualitas branding. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur menyediakan tenaga ahli dan fasilitator pelatihan yang berkompeten di bidang desain branding dan pemasaran produk. Universitas juga memberikan dukungan teknologi digital yang digunakan selama pelatihan.

Tingkat Pengukuran Indeks Kepuasan Peserta

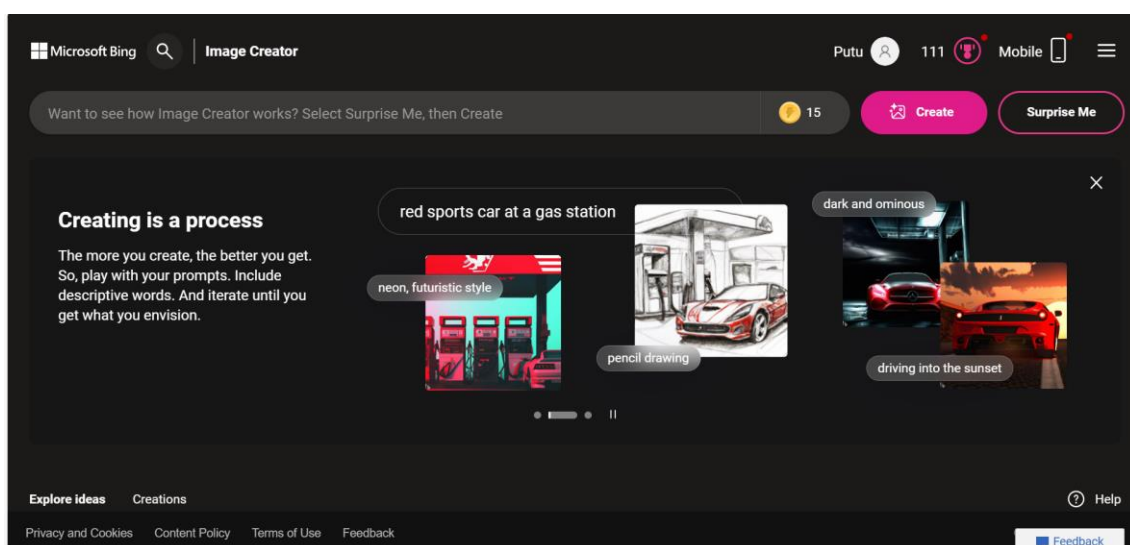
Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui tingkat kepuasan peserta. Survei evaluasi dilakukan setelah setiap sesi pelatihan, dengan indikator meliputi kesesuaian materi, pemahaman terhadap materi, kegunaan pelatihan, dan tingkat kesulitan dalam menerapkan hasil pelatihan. Kesesuaian materi diukur dari seberapa besar materi pelatihan membantu peserta dalam meningkatkan kualitas branding produk mereka. Pemahaman terhadap materi diukur berdasarkan kemampuan peserta dalam menguasai alat-alat digital yang digunakan selama pelatihan, seperti Bing AI Logo Generator, Canva, dan ChatGPT. Kegunaan pelatihan dievaluasi dari manfaat langsung yang dirasakan peserta dalam menciptakan logo, desain kemasan, dan narasi promosi. Indikator tingkat kesulitan mengukur kemudahan peserta dalam menerapkan hasil pelatihan ke dalam produk sehari-hari mereka.

Hasil dan Pembahasan

Pengembangan strategi terpadu pada BUMDESa Sido Makmur berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kualitas branding produk UMKM binaan. Hasil pengembangan strategi terpadu menggunakan keterpaduan teknologi-teknologi terkini yaitu desain logo menggunakan Bing AI Logo Generator, pembuatan kemasan menggunakan Canva, dan pembuatan narasi promosi menggunakan ChatGPT, menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam menciptakan identitas visual dan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk produk UMKM. Berikut rincian kegiatan dari setiap tahap pengembangan strategi terpadu.

Hasil Desain Logo Menggunakan Bing AI Logo Generator

Pelatihan desain logo menggunakan Bing AI Logo Generator berhasil mengubah cara pandang peserta terhadap pentingnya identitas visual dalam branding produk. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam desain grafis, dan logo yang mereka gunakan cenderung sederhana dan kurang representatif. Namun, setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk menciptakan logo yang tidak hanya estetik, tetapi juga mampu mengkomunikasikan nilai-nilai inti dari produk peserta.



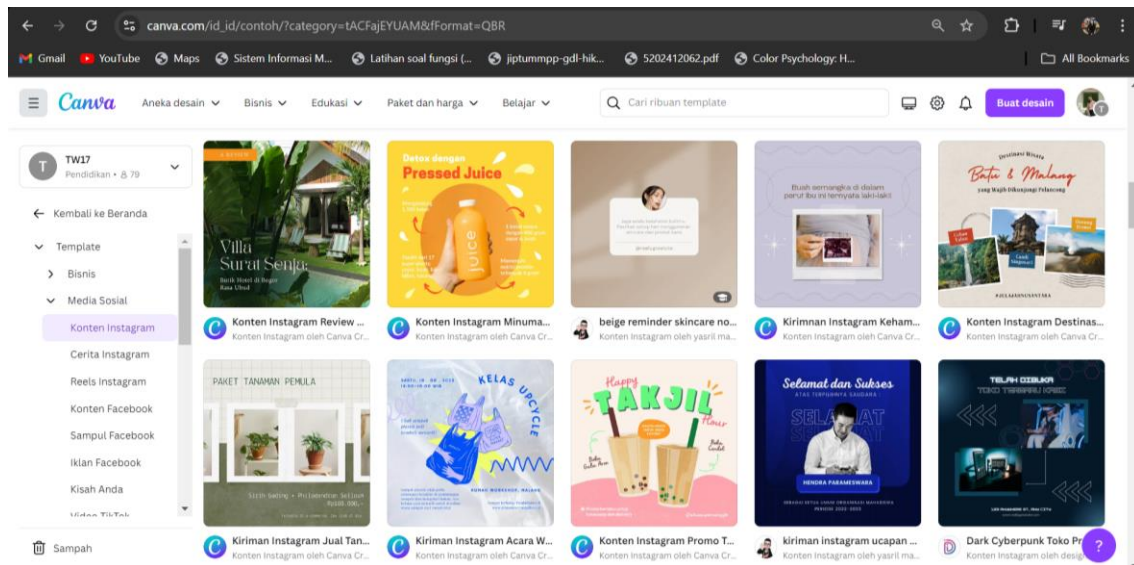
Gambar 2. Bing AI Logo Generator

Penggunaan Bing AI Logo Generator mempermudah peserta dalam mengeksplorasi berbagai konsep desain tanpa perlu menguasai keterampilan teknis yang kompleks (Smith, 2022). Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dengan logo baru mereka dan menyadari dampak positif dari logo yang kuat terhadap persepsi konsumen.

Hasil Pembuatan Kemasan Menggunakan Canva

Kemasan yang dihasilkan peserta setelah pelatihan menggunakan Canva menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam hal estetika dan fungsionalitas. Sebelum pelatihan,

banyak peserta yang hanya menggunakan kemasan standar yang tidak memiliki daya tarik visual yang kuat. Namun, melalui pelatihan ini, peserta berhasil menciptakan desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan relevan dengan target pasar (Underwood, 2003).



Gambar 3. Template Canva

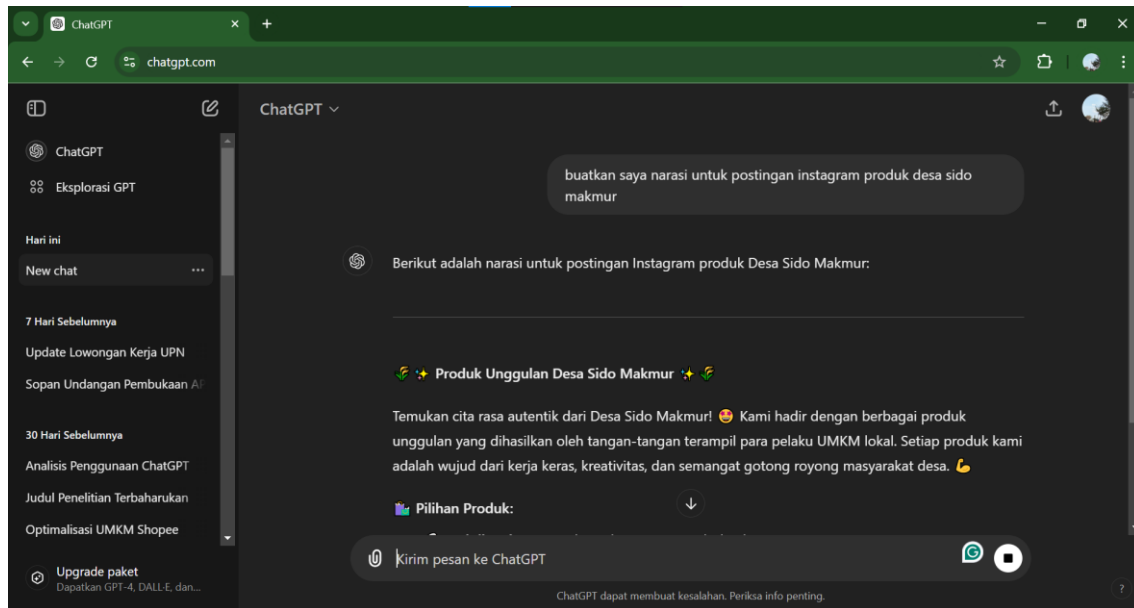
Peserta memanfaatkan berbagai template dan alat desain yang disediakan oleh Canva untuk membuat kemasan yang tidak hanya estetik, tetapi juga praktis dan mudah diimplementasikan. Hasil kemasan menunjukkan penggunaan warna, tipografi, dan elemen visual lainnya yang lebih terarah dan profesional. Beberapa peserta bahkan mulai memikirkan inovasi dalam bentuk dan material kemasan untuk lebih menonjolkan keunikan produk mereka (Silayoi & Speece, 2007). Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan desain peserta, tetapi juga mendorong mereka untuk berpikir lebih strategis dalam hal pemasaran produk.

Hasil Pembuatan Narasi Promosi Menggunakan ChatGPT

Narasi promosi yang dihasilkan melalui penggunaan ChatGPT menunjukkan peningkatan kualitas yang signifikan dibandingkan dengan narasi yang digunakan oleh peserta sebelum pelatihan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya menggunakan deskripsi produk yang sangat sederhana dan kurang menarik, yang mengakibatkan kesulitan dalam menarik perhatian konsumen. Namun, setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menghasilkan narasi promosi yang lebih kreatif, persuasif, dan disesuaikan dengan karakteristik produk serta target pasar mereka (Fog, Budtz, & Yakaboylu, 2005).

ChatGPT membantu peserta dalam merancang narasi yang kuat dengan memanfaatkan teknik-teknik copywriting yang efektif, seperti penggunaan kata-kata kunci yang relevan, struktur kalimat yang jelas, dan daya tarik emosional (Armstrong & Kotler, 2020). Narasi promosi yang dihasilkan menunjukkan peningkatan dalam hal orisinalitas dan daya tarik, yang dapat membantu meningkatkan keterlibatan konsumen dan konversi penjualan. Umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa mereka merasa

lebih mampu menyampaikan pesan produk mereka dengan cara yang lebih menarik dan efektif.



Gambar 4. Pembuatan Narasi dengan ChatGPT

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pengembangan strategi terpadu untuk meningkatkan kualitas branding produk UMKM binaan BUMDESa Sido Makmur telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Melalui pelatihan yang melibatkan penggunaan teknologi digital seperti Bing AI Logo Generator, Canva, dan ChatGPT, peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mereka untuk menciptakan identitas visual yang lebih kuat dan narasi promosi yang lebih efektif.



Gambar 5. Foto Bersama dengan Peserta Desa Bendowulung

Peserta tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis yang diperlukan untuk menciptakan logo, desain kemasan, dan narasi promosi, tetapi juga mengalami perubahan dalam cara pandang mereka terhadap pentingnya branding dalam strategi bisnis. Logo yang lebih representatif dan profesional, desain kemasan yang lebih menarik dan fungsional, serta narasi promosi yang lebih kreatif dan persuasif telah memberikan dampak positif terhadap daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas.

Kepuasan peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memenuhi ekspektasi peserta. Penggunaan teknologi digital terbukti efektif dalam mempercepat proses branding dan memberikan aksesibilitas yang lebih mudah bagi UMKM, terutama bagi mereka yang tidak memiliki keterampilan desain grafis atau pemasaran digital.

Keberhasilan pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak jangka panjang, baik bagi peningkatan kualitas produk UMKM binaan maupun kesejahteraan masyarakat Desa Bendowulung. Ke depan, pelatihan serupa dapat diperluas cakupannya untuk menjangkau lebih banyak UMKM dan membantu mereka bersaing di era digital yang semakin kompetitif.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan dukungan dan fasilitas selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada BUMDESa Sido Makmur beserta UMKM binaannya yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pelatihan ini.

Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada seluruh tim pelaksana pengabdian masyarakat yang telah bekerja keras untuk menyukseskan program ini, serta kepada Komunitas Digital Marketing yang telah memberikan masukan berharga dalam pengembangan strategi pemasaran digital bagi UMKM. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan ekonomi desa dan peningkatan kualitas produk UMKM.

Referensi

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. Morgan James Publishing.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). *Marketing: An Introduction*. Pearson Education.
- Brown, T., & Li, S. (2023). The Role of Artificial Intelligence in Marketing: A Comprehensive Review. *Journal of Digital Marketing Research*, 18(3), 256-270.
- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). *Storytelling: Branding in Practice*. Springer.
- Henderson, P. W., & Cote, J. A. (1998). Guidelines for Selecting or Modifying Logos. *Journal of Marketing*, 62(2), 14-30.
- Heryanto, B., & Widiastuti, D. (2020). Peran media sosial dalam membangun branding UMKM di era digital. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 9(1), 23-33.
- Johnson, R. (2021). The Impact of Visual Branding on Consumer Perception. *International Journal of Marketing Studies*, 13(2), 101-115.

- Kapferer, J. N. (2008). *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand Equity Long Term*. Kogan Page Publishers.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517.
- Smith, A. (2022). Automated Logo Design: The Future of Branding for Small Businesses. *Design and Innovation Journal*, 7(4), 310-325.
- Tambunan, T. (2019). *Development of MSMEs in ASEAN with Reference to Indonesia and Thailand*. Springer.
- Underwood, R. L. (2003). The Communicative Power of Product Packaging: Creating Brand Identity via Lived and Mediated Experience. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 11(1), 62-76.