Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) e-ISSN : 2745 4053
Vol. 6 No. 1, 2025 |pp: 1235-1241 | DOI : http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.5299

Inovasi Branding untuk UMKM: Desain Logo, Banner, Fotografi Kreatif bagi UMKM "Nafitha Bordir"

[1)]Ogi Permana, [2)]Supriyono

[1,2)]Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
Email : 22012010117@student.upnjatim.ac.id, supriyono.ma@upnjatim.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci:
UMKM
EKONOMI
DIGITALISASI
BRANDING
INOVASI

ABSTRAK

Pada zaman sekarang di era yang semakin modern ini, bagi seorang yang menjalankan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di daerah saat ini merasa sedikit kesulitan menghadapi perubahan dan peluang pasar yang terus berkembang. Para pelaku usaha dihadapkan pada tantangan terkait media promosi, sumber daya manusia, inovasi, teknologi, pengetahuan bisnis, dan strategi pemasaran agar produk mereka dapat dikenal hingga ke manca negara. Salah satu penyebab utama yang sedang dirasakan UMKM adalah kurangnya pemahaman mengenai manfaat branding. Bina Desa Babat Jerawat ini berfokus pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dan bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan produktivitas UMKM di daerah tersebut. Kegiatan kelompok Bina Desa kami bertemakan "Bergerak Bersama Tumbuhkan UMKM yang Inovatif dan Produktif." Dan memiliki visi dan misi untuk mendorong inovasi dan produktivitas melalui pelatihan keterampilan, akses teknologi, dan perluasan jaringan pemasaran

Keywords:
MSMEs
Economy
Digitalization
Branding
Innovation

ABSTRACT

In today's increasingly modern era, for someone who runs a Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) in the region currently feels a little difficult to face changes and market opportunities that continue to grow. Business actors are faced with challenges related to promotional media, human resources, innovation, technology, business knowledge, and marketing strategies so that their products can be known to foreign countries. One of the main causes that is being felt by MSMEs is the lack of understanding of the benefits of branding. Bina Desa Babat Jerawat focuses on MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) and aims to increase the capacity and productivity of MSMEs in the area. Our Bina Desa group activities are themed "Moving Together to Grow Innovative and Productive MSMEs." And has a vision and mission to encourage innovation and productivity through skills training, technology access, and expansion of marketing networks.

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

I. PENDAHULUAN

Melalui pertimbangan di berbagai isu yang berdampak pada Usaha (UMKM) di Kelurahan Babat Jerawat, dibutuhkan panduan untuk membantu pelaku usaha menyusun penataan atau strategi untuk pemasaran yang optimal dan memperbesar jangkauan pasarnya. Dalam mengatasi masalah tersebut, adapun metode yang digunakan yaitu implementasi. Implementasi ini meliputi survei terhadap UMKM, penyusunan desain, penentuan material dan penentuan besarnya spanduk yang akan dibuat untuk pelaku usaha. Hasil kegiatan pengabdian ini mengindikasikan perlunya branding untuk UMKM ini berupa pembuatan spanduk. Tahap pertama pembuatan banner yaitu mendesain spanduk untuk pelaku usaha bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, memperluas jangkauan, mengenalkan produk, serta memberikan informasi terkait UMKM. Dimaksudkan untuk memperkuat citra merek melalui elemen visual yang selaras, sekaligus mendorong interaksi pelanggan.

Kota Surabaya memiliki beragam wilayah yang berperan penting dalam pembangunan daerah. Salah satu kelurahan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap kemajuan wilayah adalah Kelurahan Babat Jerawat. Daerah ini termasuk wilayah yang ada di Kota Surabaya bagian Barat dan

berbatasan dekat dengan kabupaten Gresik. Kelurahan Babat Jerawat memiliki berbagai potensi yang bisa dikembangkan. Terutama untuk perkembangan UMKM melalui pembuatan logo yang menarik dan banner. Tim atau Kelompok Bina Desa yang ditugaskan di Kelurahan Babat Jerawat mengambil langkah konkret untuk mendukung UMKM di desa ini. Kami melakukan survei dan observasi untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh masing masing umkm. Selanjutnya, saya merancang desain visual yang efektif untuk meningkatkan daya tarik usaha tersebut. Kegiatan ini bekerja sama dengan warga kelurahan Babat Jerawat, khususnya pada pelaku UMKM. Pengembangan UMKM dila kukan dengan tujuan agar usaha mikro, kecil, dan menengah di Kelurahan Babat Jerawat dapat mengalami kemajuan. Diharapkan, UMKM di kelurahan ini mampu berkembang lebih pesat dari sebelumnya. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk lokal sehingga lebih diminati oleh konsumen. Partisipasi aktif dari warga desa dalam pengembangan UMKM ini akan menciptakan sinergi yang positif dan memperkuat perekonomian kelurahan secara keseluruhan. Melalui kolaborasi ini, warga desa dapat berbagi ide dan keterampilan yang mereka miliki untuk memajukan usaha secara bersama-sama. Partisipasi aktif ini juga akan meningkatkan kemampuan warga dalam menghadapi tantangan ekonomi, sehingga perekonomian desa menjadi lebih tangguh dan berdaya saing.

II. MASALAH

Berbagai permasalahan yang dialami para pelaku UMKM mengenai citra dan pemasaran. Bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pelaku usaha mengenai manfaat inovasi dan bagaimana branding serta marketing yang tepat dapat berkontribusi pada kesuksesan usaha jangka panjang mereka. Pada tahap ini kami mencatat permintaan serta keinginan seperti apa yang akan diterapkan pada usaha mereka kedepannya.



Gambar 1. Peta wilayah lokasi bina desa

III. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan di Kelurahan Babat Jerawat ini menggunakan metode sosialisasi dan pendampingan untuk membantu UMKM yang masih dan kurang akan pengetahuan modern mengenai beberapa hal di ilmu marketing yang harus diterapkan agar lebih meningkatkan penjualan umkm kelurahan babat jerawat, berikut beberapa tahapan proses kegiatan ini :

1. Survey Awal

Dimulai dari kunjungan terhadap koordinator UMKM kelurahan Babat Jerawat. Disini mahasiswa melakukan survey serta mengumpulkan informasi dari koordinator UMKM terhadap permasalahan dan keluhan selama ini, serta hal apa yang perlu dibantu untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM di kelurahan Babat Jerawat. Berbagai permasalahan yang dialami para pelaku UMKM.

2. Sosialisasi

Setelah menyelesaikan tahap survey, tahap berikutnya adalah melaksanakan sosialisasi yang mendalam mengenai pentingnya branding dan marketing yang sempurna untuk menjalankan usaha. Sosialisasi ini juga menekankan bagaimana cara membangun identitas merek yang kuat serta strategi pemasaran yang efektif.

3. Survey Individu

Pada tahap ini kelompok bina desa kami melakukan pendampingan langsung terhadap pelaku UMKM yang ada di kelurahan Babat Jerawat dengan mendatangi dari rumah ke rumah warga setempat, kami membantu dan menawarkan pembuatan logo umkm, foto produk untuk pemasaran lanjutan, juga banner untuk promosi.

4. Implementasi atau penerapan

Setelah melakukan pencatatan megenai permintaan dan keinginan dari pemilik usaha, kami mendiskusikan bagaimana dan seperti apa yang cocok serta benar benar pas untuk usaha UMKM ini, jika dirasa sudah selesai dan semua setuju dilanjut dengan pengeditan logo terlebih dahulu, selanjutnya diteruskan dengan foto produk, lalu yang terakhir adalah pembuatan banner untuk umkm yang dituju tadi.

5. Penyampaian Hasil Kerja

Hasil yang dicapai dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan terkait branding seperti logo, foto produk, dan pembuatan banner yang dilakukan pada UMKM Babat Jerawat Surabaya, khususnya UMKM ”Nafitha Bordir yang telah dibuat, diedit, dan diserahkan kepada pemilik UMKM, Ibu Nihlah Putriani

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saat melaksanakan program ‘Empowering UMKM’ yang diselenggarakan oleh mahasiswa Bina Desa membuahkan hasil yang positif dan signifikan terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Babat Jerawat. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pelatihan dan sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM, tetapi juga mendorong terciptanya motivasi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk mereka guna bersaing dipasar yang semakin kompetitif. Branding yang unik dan khas menjadi elemen penting untuk mempertahankan keberadaan produk, terutama di tengah meningkatnya persaingan pasar global yang semakin kompetitif. Dengan logo, foto produk, dan desain banner yang menarik serta kreatif dapat membantu menarik perhatian pelanggan. Penggunaan logo atau pamflet secara konsisten di berbagai platform, seperti produk, kemasan, situs web, media sosial, dan iklan, dapat membantu branding menjadi lebih melekat di benak konsumen serta memperkuat citra merek.

1. Survey Awal

Kami mengunjungi Ibu Setiari sebagai Koordinator UMKM di Kelurahan Babat Jerawat. Disini kami mendapatkan informasi permasalahan dan keluhan pada beberapa umkm, kami meminta data umkm satu kelurahan serta hal apa yang perlu dibantu untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM di kelurahan Babat Jerawat. Berbagai permasalahan yang dialami para pelaku UMKM, beberapa yang kami dapatkan diantaranya dari sektor pemasaran seperti marketing mereka yang kurang bagus dan mungkin jarang laku karena kurangnya wawasan mengenai pemasaran digital, manajemen produk serta branding pada usaha mereka. Melihat permasalahan tersebut, kami berinisiatif untuk mencari solusi dengan cara melakukan sosialisasi.

NO	NAMA UMKM	KEBUTUHAN					
		NIB	KONTEN PROMOSI	LOGO	MEDIA CETAK	FOTO PRODUK	MEDSOS
1.	DEVY CAKE						
2.	BINTANG (FROZEN FOOD)						
3.	PERI HIJAB & DONUTS						
4.	DAPUR OCHIN						
5.	DAPUR IMAH						
6.	SALWA CATERING						
7.	NASGOOR JAMBRET AYAM GEPREKEK						
8.	KAMILAH BAKERY						
9.	MIE HAZRAT						
10.	RIFAH						
11.	ACI JAYA						
12.	HOME INDUSTRI BOX (HAMPERS)						
13.	PIZZA PALMA						
14.	KIRANA CAKE						
15.	PANGSIT MIE AYAM PAK LIEM						
16.	WARKOP IJO SI DOEL						
17.	FIYUNAQIS						
18.	ERHA COLLECTION						
19.	ERLYSA COLLECTION						
20.	RUMAH KOS BUNDA						
21.	TENDA WEDDING						

Gambar 2. Tabel kebutuhan UMKM



Gambar 3 Foto Bersama Koordinator UMKM

2. Sosialisasi

Setelah kami mengunjungi koordinator umkm, sosialisasi yang kami adakan ini menjelaskan serta memberi contoh mengenai logo yang pas dan sesuai dengan usaha yang dimiliki mereka, Saya dengan ditemani partner saya pemateri yang bernama Dian Nur Cahyanti menjelaskan secara detail agar pemilik usaha paham bagaimana idenitas usaha seperti logo dapat dipergunakan dengan maksimal. Pada materi foto produk dan pembuatan banner juga ditekankan dengan sempurna agar pemilik usaha tau bahwa saat foto produk mereka bisa dipergunakan untuk media promosi melalui platform online medsos maupun offline yaitu banner dan pamflet, dan untuk pembuatan banner juga pamflet kami ajarkan sama dengan logo yaitu dengan aplikasi pengeditan cukup sederhana seperti canva.



Gambar 4. Pemaparan Materi Sosialisasi dan Sesi Foto Bersama Sosialisasi

3. Survey Individu

Saat kelompok bina desa kami mengunjungi dan melakukan pendampingan langsung terhadap pelaku UMKM yang ada di kelurahan Babat Jerawat dengan mendatangi dari rumah ke rumah warga setempat, disini saya dan teman teman mengunjungi ibu Nihlah Putriani pemilik UMKM Nafitha Bordir dan membantu menawarkan pembuatan logo umkm, foto produk untuk pemasaran lanjutan, juga banner untuk promosi, pada tahap ini kami mencatat permintaan serta keinginan bu nihlah agar mengerti seperti apa yang diterapkan pada Logo serta Banner nantinya. Tidak hanya itu kami juga memberi solusi mengenai pemasaran digital agar menambah pendapatan dari Bu Nihlah yang masih melakukan pemasaran langsung selama dari awal usaha beliau dibuka.



Gambar 5. Sesi wawancara Pemilik UMKM Nafitha Bordir

4. Implementasi atau penerapan

Tahap pertama yang kami selesaikan adalah pengeditan logo. Logo yang dihasilkan memiliki tampilan yang lebih segar, sederhana, namun tetap mencerminkan identitas usaha nafitha bordir. Ibu Nihlah sangat puas dengan perubahan ini karena desain baru terasa lebih profesional dan mudah diaplikasikan ke berbagai media. Tahap berikutnya adalah sesi foto produk. Kami berhasil menghasilkan foto yang mampu menonjolkan kualitas dan daya tarik produk. Dengan pencahayaan yang baik dan latar yang mendukung, foto-foto tersebut memberikan kesan profesional sekaligus menarik perhatian calon pembeli. Hasil penyuntingan juga memastikan foto terlihat konsisten dan siap digunakan untuk promosi. Terakhir, kami merancang banner promosi. Desain banner memadukan elemen visual dari logo yang menarik dan informasi yang jelas karena foto produk yang diedit didalam banner merupakan foto asli yang di ambil saat sesi pemotretan produk. Hasilnya dinilai efektif untuk menarik perhatian dan memperkuat branding usaha. Banner ini disiapkan agar cocok digunakan untuk berbagai keperluan promosi, baik offline maupun online.



Gambar 6. Perancangan Logo dan Pengeditan Banner



Gambar 7. Sesi Pemotretan Produk UMKM Nafitha Bordir

5. Penyerahan Hasil Capaian

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan branding kepada UMKM "Nafitha Bordir" di Babat Jerawat Surabaya telah selesai dengan hasil yang memuaskan. Logo baru yang dirancang dan diedit berhasil mencerminkan identitas usaha dengan lebih modern dan profesional. Foto produk yang diambil memberikan kesan berkualitas tinggi, menonjolkan keunikan produk bordir, serta siap digunakan untuk promosi. Banner promosi yang dibuat juga sudah diserahkan dan dinilai efektif untuk menarik perhatian konsumen. Semua hasil ini diapresiasi positif oleh pemilik UMKM, Ibu Nihlah Putriani, sebagai langkah yang meningkatkan citra usaha beliau, Ibu Nihlah sendiri sangat berterima kasih dan senang kepada kami karena sudah mengusahakan umkmnya jadi jauh lebih baik untuk sekarang ini karena dari sebelum kami datang beliau cukup sibuk sehingga tidak sempat untuk mengurus banner juga logonya.



Gambar 8. Penyerahan Logo dan Penyerahan Banner

V. KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat yang kelompok kami laksanakan dalam bentuk program yang bernama Bina Desa di Kelurahan Babat Jerawat Kecamatan Pakal Kota Surabaya, kini cukup membuahkan hasil yang memuaskan dan dapat bermanfaat bagi warga sekitar. Kegiatan penyuluhan dan pendampingan Branding dan marketing program ini menargetkan para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Babat Jerawat dapat memperoleh wawasan yang lebih luas baik mengenai branding dan merek yang bagus bagi usahanya, juga mendapatkan ilmu marketing teknologi yang bermanfaat di era modernisasi digital sekarang ini. Disini kami juga membantu menawarkan pembuatan desain logo, pemotretan produk dan pembuatan desain banner sekaligus dalam bentuk cetaknya. Bagi UMKM yang ingin dibina lebih lanjut kelompok kami menawarkan dengan cara kelompok mendatangi tiap tiap rumah umkm atau pemilik usaha yang sudah mendaftarkan dirinya untuk dibantu oleh kami lebih lanjut tadi.

Kegiatan ini diharapkan memberikan dampak positif dengan meningkatkan wawasan, pengetahuan, dan keterampilan pelaku UMKM. Melalui peningkatan tersebut, UMKM dapat memperkuat daya saingnya dengan menonjolkan keunikan. Selain itu, kegiatan ini bertujuan membantu pelaku UMKM Babat Jerawat Surabaya mengembangkan usaha secara kreatif, inovatif, dan mampu memanfaatkan teknologi untuk kemajuan di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dari penulis dan teman teman kelompok Bina Desa Kelurahan Babat Jerawat Mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya Kepada Bapak Lurah dari Kelurahan Babat Jerawat, Kepala Jurusan Manajemen, Dosen Pembimbing Lapangan, Masyarakat Kelurahan Babat Jerawat Surabaya, serta Pemilik UMKM “Nafitha Bordir” Ibu Nihlah Putriani yang telah bersedia berkontribusi dan membantu di kegiatan ini hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

Anisa, F. & Ramadhani, S. (2023). Rebranding logo dan visualisasi foto produk UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak, Kota Surabaya. Jurnal Reslaj, 2(1). https://journal.laaroiba.com/index.php/reslaj/article/view/4677

Arifin, M. & Nurhidayati, M. (2020). Visual branding produk belimbing olahan UMKM Depok melalui desain logo. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/345079976_VISUAL_BRANDING_PRODUK_BELIMBING_OLAHAN_UMKM_DEPOK_MELALUI_DESAIN_LOGO

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM digital di masa pandemi Covid-19. ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis, 6(2).

Fuadi, D. S., Akhyadi, A. S., & Saripah, I. (2021). Systematic review: Strategi pemberdayaan pelaku UMKM menuju ekonomi digital melalui aksi sosial. Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, 5(1), 1-13.

Hasan, H., Haliah, H., & Fahdal, M. A. (2022). Pemberdayaan masyarakat UMKM Sulawesi dalam implementasi digitalisasi UMKM. Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1), 43-50.

Hidayati, A. F., & Anjas, A. H. (2023). Strategi peningkatan kinerja UMKM melalui digital marketing di era industri 4.0. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM), 4(2), 256-269. Diakses dari https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2562/2009.

Hidayati, N., Sasmita, F. E., Shofiyah, R., Safira, M. E., El-Yunusi, M. Y. M., Darmawan, D., & Negara, D. S. (2024). Pembuatan SELAT (Secang Latte) bersama Ibu PKK sebagai sarana untuk meningkatkan UMKM di Kecamatan Rungkut. MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat, 2(2), 56–66.

Kurniawan, R. A., & Andarini, S. (2023). Peran branding produk dalam pengembangan UMKM di Desa Kebondalem. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 2(4), 341–346.

Melina Oktabian Alifani, R., Salsabilah, N., Rahma, A., Hariani, M., Hardyansah, R., Munir, M., & Jahroni. (2024). Developing MSMEs by creating attractive menu lists and banners in Pasinan Village, Lekok District, Pasuruan Regency. Faedah: Jurnal Pengabdian Masyarakat, diakses pada November 21, 2024, dari https://pbsi-upr.id/index.php/Faedah/article/view/270/218.

Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk meningkatkan potensi promosi dan penjualan secara mandiri. Jurnal Pengabdian Masyarakat Iptek, diakses dari https://pbsi-upr.id/index.php/Faedah/article/view/270/218.

Rahmah, U. S., & Iryanti, E. (2023). Optimization of MSME assistance efforts to improve Iborajut MSME branding. Faedah: Jurnal Pengabdian Masyarakat, diakses pada November 21, 2024, dari https://pbsi-upr.id/index.php/Faedah/article/view/270/218.

Shofi, N. L., & Swasti, I. K. (2024). Marketing strategy for MSMEs in Sinrah Kencong through banner creating. Mestaka: Jurnal Pengabdian Masyarakat, diakses dari https://pakisjournal.com/index.php/mestaka/article/view/277/144.

Siska, E., Lestari, N. E. P., Rachmah, S. M., & Elvira, L. (2023). Pelatihan pembuatan foto produk untuk penguatan visual branding dalam pemasaran online produk KSU Kowage. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, diakses dari https://www.djournals.com/jpm/article/view/1255/796.

Setiawan, B. (2018). Edukasi e-commerce pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Palembang. Abdimas Mandiri, 2(2), 106-110.

Yusuf, R. & Hidayati, S. (2023). Penerapan inovasi desain sticker dan banner sebagai branding UMKM di Desa Lumbu. Jurnal Wikuacitya, 5(3). https://wikuacitya.unwiku.ac.id/index.php/wikuacitya/article/view/208