

Penguatan Identitas Produk Melalui Upaya Rebranding Bagi Pelaku UMKM Industri Makanan Dan Minuman Rumahan Di Desa Mirigambar

¹⁾ **Fathoni Setiawan**, ²⁾ **Winarno**, ³⁾ **Muchlis Arif**, ⁴⁾ **Wening Hesti Nawa Ruci**
^{1,2,3,4} Seni Rupa Murni, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia
Email Corresponding: fathonisetiawan@unesa.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
Pelatihan
Seni rupa
Rebranding
Foto produk

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mirigambar melalui program pelatihan rebranding produk berbasis visual. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi rendahnya kualitas identitas visual produk, keterbatasan pengetahuan mengenai fotografi produk, desain logo, serta kemasan yang menarik dan kompetitif. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi, penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung. Materi pelatihan meliputi pengenalan dasar branding, teknik fotografi produk sederhana menggunakan perangkat yang mudah dijangkau, perancangan logo, serta pembuatan desain label dan kemasan menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan dilaksanakan selama dua hari dengan melibatkan dosen Program Studi S1 Seni Rupa Murni Universitas Negeri Surabaya sebagai fasilitator dan pendamping. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menata visual produk, menghasilkan foto produk yang lebih representatif, serta menciptakan desain logo dan kemasan yang lebih menarik. Program ini memberikan dampak positif terhadap kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara mandiri, baik secara offline maupun melalui media digital. Dengan demikian, kegiatan PkM ini berkontribusi dalam mendukung penguatan daya saing UMKM berbasis pengembangan visual dan industri kreatif lokal.

ABSTRACT

Keywords:
Workshop
Visual arts
Rebranding
Product photo

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) is an activity aims to increase the capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Mirigambar Village through a visual-based product rebranding training program. The main problems faced by partners include the low quality of product visual identity, limited knowledge of product photography, logo design, and attractive and competitive packaging. The activity implementation method uses a participatory approach through stages of observation, material delivery, demonstrations, and direct practice. The training materials include an introduction to basic branding, simple product photography techniques using easily accessible devices, logo design, and label and packaging design creation using the Canva application. The activity was carried out for two days with the involvement of lecturers from the Fine Arts Undergraduate Study Program at Surabaya State University as facilitators and mentors. The results of the activity showed an increase in participants' understanding and skills in arranging product visuals, producing more representative product photos, and creating more attractive logo and packaging designs. This program has a positive impact on MSMEs' self-confidence in marketing their products independently, both offline and through digital media. Thus, this PkM activity contributes to supporting the strengthening of MSME competitiveness based on the development of visuals and local creative industries.

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



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di tingkat lokal. Di wilayah pedesaan, UMKM makanan dan minuman rumahan menjadi sektor yang paling banyak dijumpai karena berbasis pada potensi sumber daya lokal dan keterampilan masyarakat. Namun demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam pengembangan produk, terutama pada aspek visual dan strategi pemasaran(Ahmad et al., 2023).

Salah satu permasalahan utama UMKM di pedesaan adalah rendahnya kualitas identitas visual produk. Banyak produk makanan dan minuman yang sebenarnya memiliki cita rasa dan kualitas baik, tetapi kurang mampu bersaing di pasar karena tampilan kemasan, logo, dan foto produk yang kurang menarik. Identitas visual yang lemah berdampak pada rendahnya daya tarik konsumen, khususnya pada pasar digital yang sangat mengandalkan aspek visual sebagai sarana komunikasi utama antara produk dan konsumen. Desa Mirigambar, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung, merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM makanan dan minuman rumahan yang cukup berkembang. Beberapa UMKM telah berjalan secara mandiri dan berkelanjutan, namun sebagian besar masih menggunakan kemasan sederhana, tanpa logo yang konsisten, serta belum memanfaatkan fotografi produk dan media digital secara optimal. Kondisi ini menyebabkan produk sulit dikenali, kurang memiliki pembeda dengan produk sejenis, dan cenderung stagnan dalam pengembangan pasar(Tafonao & Sianturi, 2025).

Di era digital saat ini, rebranding menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan nilai tambah produk UMKM. Rebranding tidak hanya dimaknai sebagai perubahan logo atau kemasan semata, tetapi sebagai upaya menyeluruh dalam membangun citra, karakter, dan identitas produk agar lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Elemen visual seperti warna, tipografi, logo, kemasan, serta foto produk memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) memberikan peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas visual produk dengan biaya yang relatif terjangkau. Aplikasi desain seperti Canva, serta pemanfaatan teknologi AI dalam pengolahan visual dan pembuatan konten promosi, dapat menjadi solusi praktis bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya dan pengetahuan desain. Namun, rendahnya literasi digital masih menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan teknologi tersebut(Wau, 2024).

Berdasarkan permasalahan tersebut, Program Studi S1 Seni Rupa Murni Universitas Negeri Surabaya (UNESA) melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pelatihan rebranding produk bagi UMKM makanan dan minuman rumahan di Desa Mirigambar. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pendampingan praktis dan aplikatif, khususnya dalam bidang fotografi produk, desain logo, serta pembuatan label dan kemasan menggunakan aplikasi desain yang mudah diakses. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PkM ini bersifat partisipatif, di mana pelaku UMKM tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga terlibat langsung dalam praktik dan proses perancangan visual produk mereka sendiri. Dengan melibatkan dosen dan mahasiswa seni rupa, kegiatan ini diharapkan mampu menjembatani kebutuhan masyarakat dengan keilmuan seni dan desain sebagai solusi nyata permasalahan UMKM(Retongga, 2024).

Tujuan dari kegiatan PkM ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam membangun identitas visual produk yang lebih menarik dan kompetitif. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan membantu mitra UMKM dalam menghasilkan foto produk yang representatif, desain logo yang memiliki karakter, serta kemasan dan label yang mampu meningkatkan nilai jual produk. Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM di Desa Mirigambar dapat memperkuat daya saing produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta lebih percaya diri dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi(Susanti & Lexi, 2025).

II. MASALAH

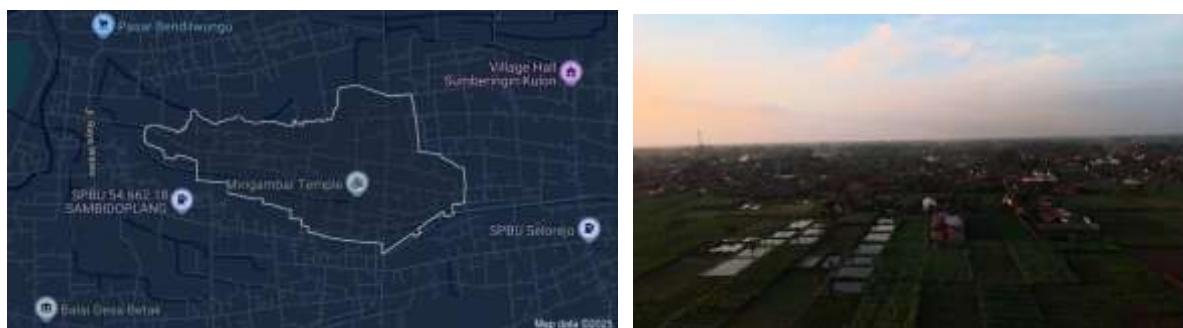
UMKM makanan dan minuman rumahan di Desa Mirigambar memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang, baik dari segi kualitas produk maupun keberlanjutan usaha. Namun, berdasarkan

hasil observasi awal dan diskusi dengan mitra, ditemukan sejumlah permasalahan mendasar yang menghambat pengembangan dan daya saing produk UMKM di wilayah tersebut. Permasalahan tersebut terutama berkaitan dengan aspek visual produk dan pemanfaatan media digital dalam pemasaran(Reihan & Oktafia, 2024).

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah lemahnya identitas visual produk. Sebagian besar UMKM belum memiliki logo yang dirancang secara konsisten dan representatif. Logo yang digunakan cenderung bersifat sederhana, tidak memiliki karakter visual yang kuat, serta belum mampu merepresentasikan nilai dan keunikan produk. Kondisi ini menyebabkan produk sulit dikenali oleh konsumen dan tidak memiliki pembeda yang jelas dengan produk sejenis di pasaran. Selain logo, permasalahan juga terlihat pada desain kemasan dan label produk. Kemasan yang digunakan masih bersifat konvensional, dengan tampilan visual yang kurang menarik dan informasi produk yang belum tertata dengan baik. Beberapa produk masih menggunakan kemasan polos tanpa identitas merek yang jelas, sehingga nilai jual produk menjadi rendah meskipun kualitas isi produk sebenarnya cukup baik. Hal ini berdampak langsung pada keterbatasan jangkauan pemasaran dan minimnya kepercayaan konsumen terhadap produk(Moussadecq et al., 2023).

Permasalahan berikutnya adalah rendahnya kualitas foto produk. Pelaku UMKM umumnya belum memahami teknik dasar fotografi produk, seperti pencahayaan, komposisi, dan sudut pengambilan gambar. Foto produk yang digunakan untuk promosi cenderung diambil secara seadanya menggunakan telepon genggam tanpa pengaturan visual yang memadai. Akibatnya, tampilan produk pada media promosi digital, seperti media sosial dan aplikasi pesan instan, menjadi kurang menarik dan tidak mampu menggugah minat beli konsumen. Di sisi lain, pemanfaatan media digital dan teknologi desain masih sangat terbatas. Meskipun sebagian pelaku UMKM telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, konten yang dihasilkan belum dikelola secara optimal. Kurangnya literasi digital dan keterampilan dalam menggunakan aplikasi desain menjadi kendala utama. Pelaku UMKM belum mengetahui bahwa aplikasi desain seperti Canva dan fitur berbasis kecerdasan buatan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas visual produk secara mandiri dengan biaya yang relatif rendah. Permasalahan lain yang turut memengaruhi adalah keterbatasan akses terhadap pendampingan dan pelatihan desain visual yang berkelanjutan. Selama ini, pelaku UMKM jarang mendapatkan pelatihan yang secara khusus membahas aspek branding dan rebranding produk. Padahal, perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengandalkan visual dan media digital menuntut UMKM untuk beradaptasi agar tetap kompetitif.(Furqan & Putra, 2022)

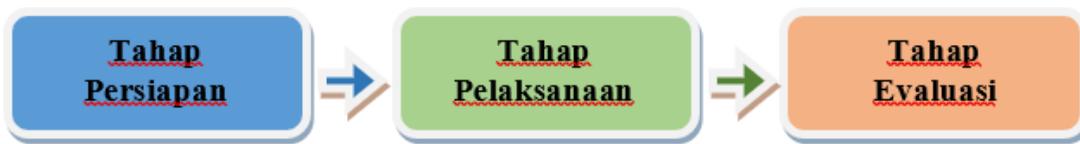
Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM di Desa Mirigambar membutuhkan solusi yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan aplikatif. Diperlukan pendampingan yang mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas visual, sekaligus memberikan keterampilan teknis dalam fotografi produk, desain logo, serta pembuatan kemasan dan label yang menarik. Perlu disadari bahwa proses rebranding bukanlah hal yang mudah dan dapat dilakukan dalam waktu singkat. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini difokuskan pada penanaman kesadaran tentang pentingnya ‘visual menarik’ sebagai langkah awal melakukan proses rebranding(Zakiah & Daiyah, 2024).



Gambar 1 Lokasi pengabdian, Desa Mirigambar.

III. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan metode yang terstruktur, mencakup beberapa tahapan utama, yakni persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adapun rincian alur tahapan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut.



Gambar 2 Alur pelaksanaan kegiatan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan metode partisipatif dengan pendekatan edukatif dan aplikatif. Metode ini dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif mitra UMKM dalam seluruh rangkaian kegiatan, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat langsung diterapkan secara mandiri. Pelaksanaan kegiatan dirancang dalam beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, yaitu observasi dan identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, serta evaluasi. Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi dengan mitra UMKM di Desa Mirigambar. Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal usaha, bentuk kemasan dan identitas visual yang digunakan, serta tingkat pemahaman mitra terhadap branding dan pemasaran digital. Hasil observasi menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan agar sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan mitra(Zakiah & Daiyah, 2024).

Tahap berikutnya adalah penyampaian materi secara klasikal menggunakan metode ceramah interaktif dan diskusi. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar branding dan rebranding produk UMKM, pentingnya identitas visual dalam pemasaran, serta pengenalan elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan kemasan. Penyampaian materi dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan disertai contoh visual agar mudah dipahami oleh peserta. Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan tahap demonstrasi dan praktik langsung. Pada tahap ini, peserta dilatih melakukan fotografi produk makanan dan minuman menggunakan peralatan sederhana. Peserta diperkenalkan pada teknik dasar pencahayaan, komposisi, dan pengambilan sudut foto yang tepat untuk menghasilkan foto produk yang menarik. Selanjutnya, peserta dibimbing dalam proses pengolahan visual dan perancangan desain logo, label, serta kemasan produk menggunakan aplikasi Canva dan fitur berbasis kecerdasan buatan(Maulfani et al., 2023).

Tahap akhir kegiatan adalah evaluasi dan refleksi. Evaluasi dilakukan dengan mengamati hasil karya peserta berupa foto produk, desain logo, dan kemasan yang dihasilkan selama pelatihan. Selain itu, dilakukan diskusi dan umpan balik untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta, kendala yang dihadapi, serta potensi keberlanjutan penerapan hasil pelatihan dalam kegiatan usaha mitra.

Waktu dan Pelaksanaan

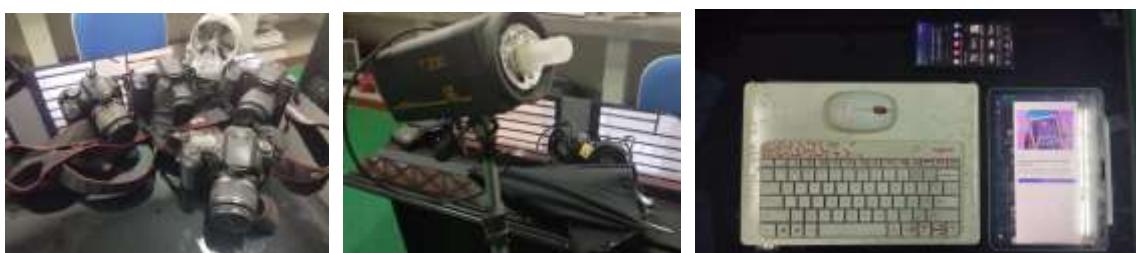
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 14–15 Agustus 2025. Pelaksanaan kegiatan bertempat di Balai Dharma Wanita PKK Desa Mirigambar, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan aksesibilitas, ketersediaan fasilitas pendukung, serta kedekatan lokasi dengan mitra UMKM sehingga memudahkan koordinasi dan partisipasi peserta.

Alat dan Bahan Penunjang

Alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan PkM ini disesuaikan dengan kebutuhan pelatihan rebranding produk UMKM dan bersifat mudah dijangkau oleh peserta. Peralatan yang digunakan meliputi kamera digital, smartphone peserta, tripod, lampu pencahayaan sederhana, serta properti pendukung fotografi produk seperti alas foto dan latar belakang (*backdrop*). Selain itu, digunakan perangkat komputer atau laptop untuk keperluan desain dan pengolahan visual(Fathonah et al., 2023).

Bahan yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain produk makanan dan minuman milik mitra UMKM sebagai objek fotografi, contoh kemasan dan label produk, serta materi pelatihan berupa modul singkat dan contoh desain. Aplikasi yang digunakan dalam pelatihan meliputi ChatGPT dan Canva sebagai perangkat lunak desain grafis berbasis daring dan fitur berbasis kecerdasan buatan untuk

membantu pengolahan visual dan pembuatan konten promosi. Seluruh alat dan bahan tersebut digunakan untuk mendukung tercapainya tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kualitas identitas visual dan daya saing produk UMKM



Gambar 3 Alat dan bahan yang digunakan dalam pelatihan.

Partisipasi Mitra

Pelatihan ini diikuti oleh para pelaku UMKM bidang makanan dan minuman tradisional di Desa Mirigambar. Pelatihan ini diikuti oleh pemilik usaha beserta karyawan, dan diikuti juga oleh para pemuda-pemudi Karang Taruna Desa Mirigambar. Setidaknya sejumlah 15 peserta pada hari pertama dapat hadir dan 20 peserta pada hari kedua. Pihak pemerintahan desa juga berperan positif karena telah memberikan ruang dan kesempatan untuk melakukan kegiatan tersebut. Dengan adanya perjanjian kerjasama dengan pihak pemerintah desa dan para pelaku UMKM maka dapat dipastikan kelancaran kegiatan dan memaksimalkan manfaat bagi para peserta pelatihan(Fathonah et al., 2023).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM bertajuk “Penguatan Identitas Produk Melalui Upaya *Rebranding* Bagi Pelaku UMKM Industri Makanan dan Minuman Rumahan di Desa Mirigambar” adalah bentuk kegiatan inisiatif solutif yang ditawarkan untuk mengisi ruang pengembangan dunia UMKM di Desa Mirigambar.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pelatihan rebranding produk UMKM makanan dan minuman di Desa Mirigambar dilaksanakan selama dua hari, yaitu pada tanggal 14–15 Agustus 2025. Pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan dan mendapat respons positif dari para peserta. Seluruh rangkaian kegiatan dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang aplikatif, sehingga peserta dapat langsung menerapkan materi yang diperoleh pada produk usaha masing-masing(Nurhamidah & Fahlev, 2023).

Pada hari pertama, kegiatan difokuskan pada penguatan pemahaman konsep dasar branding dan rebranding produk UMKM. Peserta diberikan materi mengenai pentingnya identitas visual sebagai alat komunikasi antara produk dan konsumen. Materi disampaikan dengan pendekatan kontekstual melalui contoh-contoh visual produk UMKM sejenis, sehingga peserta lebih mudah memahami relevansi materi dengan kondisi usaha mereka. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan sesi berbagi pengalaman (*sharing session*) dari pelaku UMKM yang telah menerapkan strategi rebranding dalam pengembangan usahanya(Nugrah & Manggalou, 2024).



Gambar 4 Pemaparan materi tentang branding dan sharing session oleh pelatih.

Masih pada hari pertama, peserta mengikuti pelatihan fotografi produk makanan dan minuman. Pada sesi ini, peserta diperkenalkan pada teknik dasar fotografi produk, meliputi pengaturan pencahayaan, komposisi, dan sudut pengambilan gambar. Praktik dilakukan menggunakan peralatan sederhana yang mudah diakses oleh pelaku UMKM, seperti kamera digital dan telepon genggam. Peserta secara langsung memotret produk milik mereka dengan pendampingan dari tim dosen dan mahasiswa, sehingga kendala teknis dapat diatasi secara langsung di lapangan.



Gambar 5 Pelaksanaan pelatihan membuat foto produk dengan peralatan sederhana.

Pada hari kedua, kegiatan difokuskan pada proses rebranding visual mulai dari generating AI foto produk berdasarkan referensi foto yang sudah diambil dari hari sebelumnya hingga ke perancangan logo menggunakan bantuan AI. Peserta dibimbing menggunakan aplikasi ChatGPT dan Canva sebagai perangkat desain berbasis digital yang mudah digunakan. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan untuk membantu pengolahan visual dan pembuatan konten promosi. Melalui pendampingan intensif, peserta mampu menghasilkan desain asset visual, logo sederhana, hingga visual promosi yang sesuai dengan karakter produk masing-masing.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan perubahan visual yang signifikan dibandingkan kondisi awal. Beberapa produk yang sebelumnya tidak memiliki identitas visual yang jelas, setelah pelatihan mampu menampilkan logo, warna, dan luaran promosi yang lebih konsisten dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung efektif dalam meningkatkan keterampilan visual pelaku UMKM.

Hasil Pelatihan rebranding Produk UMKM

Luaran utama dari kegiatan PkM ini berupa hasil rebranding produk UMKM mitra, yang mencakup foto produk, desain logo, serta label dan kemasan. Produk UMKM yang menjadi mitra utama, yaitu UMKM Pari Mas dan Dapur Kurnia, menunjukkan perkembangan visual yang cukup signifikan.

UMKM Pari Mas menampilkan konsep visual yang menonjolkan kesan tradisional dan autentik melalui pemilihan warna mewah serta elemen grafis sederhana yang merepresentasikan produk makanan rumahan. Sementara itu, UMKM Dapur Kurnia mengusung konsep visual yang lebih modern dan bersih dengan dominasi warna pastel, sehingga menciptakan kesan produk yang higienis dan ramah konsumen. Perbedaan pendekatan visual ini menunjukkan bahwa rebranding dilakukan dengan mempertimbangkan karakter dan nilai unik masing-masing produk.

Selain desain kemasan, kualitas foto produk yang dihasilkan juga mengalami peningkatan. Foto produk menjadi lebih terang, fokus, dan memiliki komposisi yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Hasil ini memperkuat peran fotografi produk sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran visual UMKM, khususnya pada media digital.



Gambar 6. Logo PariMas dan Dapur Kurnia hasil generate AI



Gambar 7. Hasil Latihan foto produk oleh peserta pelatihan



Gambar 8. Hasil generate AI asset visual berdasarkan hasil foto produk oleh peserta pelatihan

Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan dan dampaknya terhadap mitra UMKM. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap hasil karya peserta, diskusi reflektif, serta umpan balik lisan dari mitra. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep branding, kemampuan menghasilkan foto produk yang lebih representatif, serta kemampuan merancang desain logo dan kemasan secara mandiri (Susilawati, 2025).

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan visual produk. Peserta menyatakan lebih memahami pentingnya identitas visual dan merasa lebih percaya diri dalam memasarkan produk, baik secara langsung maupun melalui media digital. Meskipun terdapat kendala teknis seperti keterbatasan perangkat dan koneksi internet, kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan intensif selama kegiatan berlangsung.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini dinilai berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pendekatan pelatihan yang aplikatif dan partisipatif terbukti efektif dalam menjawab permasalahan mitra UMKM. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan program pendampingan lanjutan yang berkelanjutan dalam mendukung penguatan UMKM berbasis visual dan industri kreatif lokal (Jhon & Wahyuningsih, 2023).

Kegiatan PkM dengan tajuk “Penguatan Identitas Produk Melalui Upaya Rebranding bagi UMKM Industri Makanan dan Minuman Rumahan di Desa Mirigambar” memiliki beberapa luaran yang diantaranya, yaitu:

Tabel 1 Luaran kegiatan pelatihan.

No	Jenis Luaran	Indikator
1.	Publikasi ilmiah	Ada
2.	Publikasi pada media massa	Ada
3.	Peningkatan omzet pada mitra yang bergerak dalam bidang ekonomi	Tidak ada
4.	Peningkatan kuantitas dan kualitas produk	Tidak ada
5.	Peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat	Ada
6.	Peningkatan ketentraman dan kesehatan masyarakat (mitra masyarakat umum)	Tidak ada
7.	Jasa, model, rekayasa sosial, sistem, produk/barang	Ada

V. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh tim dosen Program Studi S1 Seni Rupa Murni Universitas Negeri Surabaya di Desa Mirigambar telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program pelatihan rebranding produk UMKM makanan dan minuman rumahan ini mampu menjawab permasalahan mitra, khususnya terkait lemahnya identitas visual produk dan keterbatasan keterampilan dalam pengelolaan visual pemasaran. Melalui pendekatan partisipatif dan aplikatif, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding dan rebranding sebagai strategi peningkatan daya saing produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas visual produk, yang ditandai dengan tersedianya foto produk yang lebih representatif, desain logo yang memiliki karakter, serta kemasan dan label produk yang lebih menarik dan konsisten. Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan kepercayaan diri dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi produk.

Kegiatan ini membuktikan bahwa pendampingan berbasis seni dan desain visual, dengan memanfaatkan teknologi digital yang mudah diakses, dapat menjadi solusi efektif dalam mendukung pengembangan UMKM di wilayah pedesaan. Peran dosen dan mahasiswa seni rupa dalam kegiatan PkM ini tidak hanya sebagai fasilitator, tetapi juga sebagai mitra kreatif yang membantu menerjemahkan potensi produk UMKM ke dalam bentuk visual yang komunikatif dan bernilai jual.

Berdasarkan hasil dan pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk pengembangan program selanjutnya. Pertama, diperlukan pendampingan lanjutan dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM agar hasil rebranding yang telah dicapai dapat terus dikembangkan dan disesuaikan dengan dinamika pasar. Pendampingan lanjutan dapat difokuskan pada strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial, dan pengembangan konten promosi secara konsisten.

Kedua, pelaku UMKM diharapkan dapat terus mempraktikkan dan mengembangkan keterampilan desain visual yang telah diperoleh secara mandiri, serta berani melakukan inovasi pada tampilan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ketiga, bagi institusi perguruan tinggi, kegiatan PkM serupa dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak mitra UMKM dan menjangkau wilayah lain yang memiliki permasalahan sejenis, sehingga dampak pengabdian dapat dirasakan secara lebih luas. Dengan adanya sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat, diharapkan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di bidang seni dan desain dapat terus berkontribusi dalam mendukung penguatan UMKM lokal serta pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M., Yamin, M., Budu, B., & Darmawansyah, D. (2023). Edukasi Tentang Stunting Pada Balita Dalam Rangka Peningkatan Pengetahuan Pada Ibu di Desa Tetewatu. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 1(2), 48–52.
- Fathonah, W., Mina, E., Wigati, R., & Indera Kusuma, R. (2023). Peningkatan Kemampuan Baca Tulis Pada Anak Melalui Program “Kampung Literasi” di Desa Banyumekar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 2(1), 28–33.
- Furqan, & Putra, Y. (2022). Pelatihan Sertifikasi Kompetensi SDM Pariwisata Di Hotel Saka Medan Tahun 2022. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 1(1), 6–12.
- Jhon, Y., & Wahyuningsih, W. (2023). Upaya Guru Dalam Mengatasi Rendahnya Minat Baca Siswa Di Perpustakaan Mts Muhammadiyah Al-Fatah Nangahale. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 1(1), 13–18.
- Maulfani, C. P., Rahmad, & Sulistyowati. (2023). Pendampingan Kegiatan Membaca Siswa Kelas III Melalui Pengabdian Mahasiswa IAIN Palangka Raya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 2(1), 15–21.
- Moussadecq, A., Muryasari, D., & Darmawan, A. (2023). Pelatihan Desain Grafis Bagi Siswa-Siswi Sma Negeri 5 Bandar Lampung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Nugrah, H. A., & Manggalou, S. (2024). PROGAM PELAYANAN BANTUAN MUDIK BARENG GRATIS PUSPA AGRO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 2(2), 56–61.
- Nurhamidah, R., & Fahlev, R. (2023). Penerapan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pendapatan Murni Laundry Pasca Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 1(2), 32–37.
- Reihan, M., & Oktafia, R. (2024). Pemanfaat E-Commerce Tokopedia Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran UMKM Kue Kering Di Desa Sumurmati. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 3(1), 1–6.
- Retongga, N. (2024). Rekomendasi Penguatan Lereng Untuk Mengurangi Dampak Bencana Longsor Kepada Masyarakat di Sepanjang Jalan Utama Karanggayam–Karanganyar. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(1), 24–28.
- Susanti, R., & Lexi, S. A. (2025). Gambaran Pengetahuan Ibu Hamil Tentang Hipnosis Lima Jari Untuk Mengatasi Kecemasan Selama Kehamilan. *Jurnal Kesehatan Dan Kebidanan Nusantara*, 3(1), 12–18.
- Susilawati, S. (2025). Perkembangan Terkini dalam Pelayanan Kesehatan Maternal di Wilayah Nusantara: Tinjauan Multidisiplin dan Strategi Intervensi. *Jurnal Kesehatan Dan Kebidanan Nusantara*, 3(1), 7–11.

-
- Tafonao, I. N., & Sianturi, F. A. (2025). Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Kolaborasi Sains Dan Ilmu Terapan*, 3(2), 51–56.
- Wau, D. T. (2024). Kerja Sama Ekonomi Karbon Indonesia-Norwegia Dalam Skema Result Based Payment Dan Designing Article 6 Policy Approaches. *ARembeN Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(2), 52–57.
- Zakiah, & Daiyah, I. (2024). Penguatan Dan Pemberdayaan Masyarakat (Keluarga) Dalam Mengatasi Masalah Stunting Pada Balita. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelita Nusantara*, 2(2), 39–44.