JOURNAL OF TRAINING AND COMMUNITY SERVICE
ADPERTISI (JTCSA)
http://jurnal.adpertisi.or.id/index.php/JTCSA
e-ISSN: 2775-9342

Optimalisasi *Branding* melalui Desain Logo dan *Packaging* sebagai Strategi Pemasaran UMKM dalam Program KKN **Berdampak**

Hastri Lestari Putriani Sahab[1], Anisa[2], Nurhayati[3], Elmi Herawati[4], Salsabila Fajra[5], Fahrisal Husain[6*], Hamzah Haris[7]

[1,2,3,4,5]Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Institut Turatea Indonesia, Indonesia

[6,7]Fakultas Ekonomi, Ekonomi Pembangunan, Institut Turatea Indonesia, Indonesia

hastrilestarip@gmail.com1 , 4nisaaaaa123@gmail.com2 , nurhayati@gmail.com3 , elmiherawati8@gmail.com4 , salsabilafajra4@gmail.com5 , fahrisal.husain@gmail.com6 , hamzah1@gmail.com7

Diterima: 21 Juli 2026 **Disetujui: 26 Juli 2026** **Dipublikasi: 31 Juli 2026**

ABSTRAK

Abstrak: Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak Angkatan IV Institut Turatea Indonesia (INTI) Tahun 2026 mengusung tema pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk penguatan ekonomi lokal di Kelurahan Empoang, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan branding pelaku UMKM melalui pendampingan desain logo dan kemasan (packaging) produk sebagai strategi pemasaran yang efektif. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang terdiri dari tahap persiapan dan identifikasi masalah, sosialisasi dan edukasi tentang pentingnya branding, pendampingan teknis pembuatan desain logo dan kemasan produk, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program pendampingan berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang peran branding dalam meningkatkan daya saing produk. Pelaku usaha yang sebelumnya belum memiliki identitas visual kini telah memiliki logo usaha yang mencerminkan karakteristik produknya. Selain itu, perbaikan kemasan produk dari yang sebelumnya sederhana menjadi lebih menarik dan informatif telah berhasil meningkatkan citra produk di mata konsumen. Kegiatan ini membuktikan bahwa optimalisasi branding melalui desain logo dan packaging yang profesional dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM. Program ini direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan pendampingan yang lebih komprehensif, termasuk digitalisasi pemasaran dan penguatan akses pasar bagi produk UMKM binaan.

Kata Kunci: Branding; Desain Logo; Packaging; UMKM; KKN Berdampak; Strategi Pemasaran

Abstract: *The Impactful Community Service Program (KKN Berdampak) Batch IV of Institut Turatea Indonesia (INTI) in 2026 carries the theme of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) empowerment for strengthening the local economy in Empoang Village, Binamu District, Jeneponto Regency. This community service activity aims to optimize branding for UMKM actors through assistance in logo design and product packaging as an effective marketing strategy. The implementation method employs a participatory approach consisting of preparation and problem identification stages, socialization and education on the importance of branding, technical assistance in logo and product packaging design, as well as monitoring and evaluation. The results show that the assistance program successfully increased the awareness and understanding of UMKM actors regarding the role of branding in enhancing product competitiveness. Business actors who previously had no visual identity now have business logos that reflect the characteristics of their products. In addition, the improvement of product packaging from previously simple to more attractive and informative has successfully enhanced the product image in the eyes of consumers. This activity proves that optimizing branding through professional logo design and packaging can be an effective marketing strategy for UMKM. This program is recommended to be continued with more comprehensive assistance, including digital marketing and strengthening market access for fostered UMKM products.*

Keywords: *Branding; Logo Design; Packaging; UMKM; Impactful Community Service Program; Marketing Strategy*

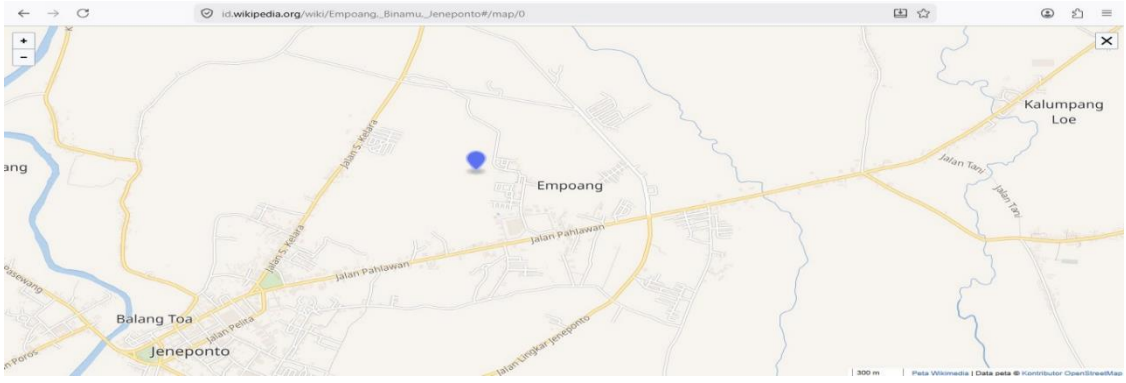
Pendahuluan

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berdampak Angkatan IV Institut Turatea Indonesia (INTI) Tahun 2026 mengusung tema "Pemberdayaan UMKM untuk Penguatan Ekonomi Lokal" sebagai wujud nyata pengabdian mahasiswa dalam mendukung pembangunan daerah berbasis potensi lokal. Kabupaten Jeneponto menjadi lokasi penyebaran 202 mahasiswa KKN di enam kecamatan, termasuk Kecamatan Binamu yang menjadi lokasi Posko Empoang.

Berdasarkan hasil observasi dan survei lapangan yang dilakukan selama minggu pertama pelaksanaan KKN di Kelurahan Empoang, teridentifikasi bahwa wilayah ini memiliki potensi ekonomi yang cukup besar di sektor UMKM, terutama pada usaha kuliner rumahan . Namun demikian, sebagaimana ditemukan dalam seminar program kerja yang digelar di Aula Kelurahan Empoang, sebagian besar pelaku usaha masih berdagang secara konvensional tanpa kemasan produk yang memadai maupun logo usaha sebagai identitas . Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi lokal dengan kapasitas pemasaran yang dimiliki pelaku UMKM.

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, branding merupakan elemen penting bagi keberhasilan UMKM. Branding bukan sekadar aktivitas penjualan produk dan nama, melainkan upaya menciptakan identitas dan ciri khas tertentu yang mempengaruhi keputusan konsumen . Logo merupakan cerminan identitas perusahaan, visi misi, dan segmen pasar sasaran, sementara kemasan produk (packaging) yang menarik dan fungsional tidak hanya melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik produk .

Beberapa studi menunjukkan bahwa desain logo yang menarik dan pengemasan yang modern dapat meningkatkan daya saing produk serta memperluas jangkauan pasar . Branding produk UMKM memberikan pengaruh signifikan dalam menciptakan citra merek yang berdampak pada kuantitas penjualan produk sehingga menjadi cerminan keberhasilan pengembangan UMKM . Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan kesadaran pelaku UMKM di Kelurahan Empoang tentang pentingnya branding sebagai strategi pemasaran; (2) memberikan pendampingan teknis pembuatan desain logo dan kemasan produk; serta (3) memperkuat kapasitas pemasaran UMKM binaan melalui identitas visual yang profesional.



Gambar 1 Peta Wilayah Kelurahan Empoang kecamatan Binamu Kabupaten Jeneponto

Metode

Pelaksanaan program pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan kombinasi metode pendidikan masyarakat dan pendampingan langsung . Kegiatan dilaksanakan di Kelurahan Empoang, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, mulai tanggal 16 April 2026. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM di 12 Wilayah Lingkungan se-Kelurahan Empoang yang mayoritas bergerak di sektor kuliner .

Tahapan Pelaksanaan

Tahap Persiapan dan Identifikasi Masalah

Tim KKN melakukan observasi lapangan dan survei untuk mengidentifikasi potensi serta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM. Kegiatan ini meliputi wawancara dengan pemilik usaha, pendataan jenis usaha, serta dokumentasi kondisi kemasan dan identitas produk yang ada. Berdasarkan hasil identifikasi awal, mayoritas pelaku usaha belum memiliki logo produk dan masih menggunakan kemasan sederhana tanpa label yang informatif.

Tahap Sosialisasi dan Edukasi Branding

Tim KKN menyelenggarakan Seminar Program Kerja dengan tema "Pemberdayaan UMKM untuk Penguatan Ekonomi Lokal" di Aula Kelurahan Empoang . Materi sosialisasi mencakup pengertian branding, pentingnya identitas visual bagi UMKM, fungsi logo dan kemasan sebagai alat komunikasi pemasaran, serta contoh-contoh praktik branding yang berhasil . Seminar ini dihadiri oleh Lurah Empoang, aparatur kelurahan, tokoh masyarakat, serta pelaku UMKM prospek binaan .

Tahap Pendampingan Desain Logo dan Kemasan

Mahasiswa memberikan pendampingan intensif kepada pelaku UMKM dalam proses pembuatan desain logo dan kemasan produk. Pendampingan mencakup :

- Identifikasi karakteristik produk dan nilai unik usaha
- Perancangan desain logo yang mencerminkan identitas usaha
- Pembuatan desain kemasan yang menarik dan informatif
- Penyusunan label produk yang mencantumkan informasi penting
- Pengambilan foto produk berkualitas untuk keperluan promosi



Gambar 2 Mahasiswa KKN Berdampak Tahun 2026 bersama aparat pemerintah setempat

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tim melakukan monitoring terhadap implementasi hasil pendampingan dan evaluasi dampak branding terhadap minat konsumen serta peningkatan penjualan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara dengan pelaku UMKM, dan dokumentasi kegiatan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Identifikasi Awal

Berdasarkan survei lapangan di 12 Wilayah Lingkungan se-Kelurahan Empoang, teridentifikasi bahwa mayoritas pelaku UMKM merupakan usaha sektor kuliner rumahan . Dari keseluruhan pelaku usaha yang menjadi prospek binaan, ditemukan bahwa sebagian besar belum memiliki identitas visual berupa logo usaha. Hal ini sejalan dengan temuan pada program KKN di berbagai daerah, di mana pelaku UMKM menganggap keberadaan logo hanya sebatas penunjang nilai estetika, bukan sebagai bagian dari strategi pemasaran .

Kondisi kemasan produk yang digunakan masih sangat sederhana, umumnya berupa plastik polos tanpa label atau informasi produk yang memadai . Minimnya branding menyebabkan produk-produk UMKM lokal sulit bersaing dengan produk sejenis, terutama dalam hal daya tarik visual dan citra profesional di mata konsumen.



Gambar 3 Salah satu produk binaan branding dan marketing

Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi Branding

Seminar Program Kerja yang dilaksanakan di Aula Kelurahan Empoang mendapat respons positif dari peserta . Dalam sesi ini, tim KKN menyampaikan materi tentang pentingnya branding sebagai strategi pemasaran. Sebagaimana diungkapkan dalam berbagai studi, branding berperan strategis dalam menciptakan citra merek yang kuat dan meningkatkan daya saing UMKM . Logo merupakan elemen yang sangat signifikan bagi UMKM karena memungkinkan produk dikenal oleh masyarakat umum dan menciptakan identitas yang unik .

Peserta seminar menunjukkan antusiasme yang tinggi, terutama ketika dibahas mengenai contoh-contoh desain kemasan yang menarik dan bagaimana branding dapat meningkatkan nilai jual produk. Banyak pelaku usaha mengaku baru memahami bahwa logo dan kemasan bukan sekadar pelengkap, melainkan alat komunikasi pemasaran yang efektif.

Pendampingan Desain Logo dan Kemasan

Tim KKN melakukan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam proses perancangan desain logo dan kemasan. Beberapa kendala yang dihadapi selama pendampingan antara lain:

1. Keterbatasan pemahaman pelaku usaha tentang konsep desain dan identitas merek
2. Minimnya akses terhadap perangkat lunak desain grafis
3. Keterbatasan anggaran untuk pencetakan kemasan dalam jumlah besar

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim KKN melakukan pendekatan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Mahasiswa membantu merancang logo dengan menggunakan aplikasi desain yang mudah diakses, memberikan alternatif desain kemasan yang sederhana namun menarik, serta memberikan edukasi tentang cara mencetak label dengan biaya terjangkau.

Hasil Pendampingan dan Dampak

Program pendampingan branding berhasil mendorong peningkatan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya identitas visual produk. Beberapa pelaku usaha yang sebelumnya tidak memiliki logo kini telah memiliki logo usaha yang mencerminkan identitas produknya. Selain itu, perbaikan kemasan produk juga telah dilakukan, mulai dari penambahan label informasi hingga desain kemasan yang lebih menarik.

Sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai studi kasus, desain logo yang menarik dan pengemasan yang modern dapat meningkatkan daya saing produk, membuatnya lebih dikenal di pasar lokal dan luas . Branding produk UMKM memberikan pengaruh signifikan dalam menciptakan citra merek yang berdampak pada kuantitas penjualan produk sehingga menjadi cerminan keberhasilan pengembangan UMKM. Kegiatan KKN-Berdampak harus mampu memberikan kontribusi nyata dan

berkelanjutan bagi masyarakat, khususnya dalam mendorong kemandirian ekonomi melalui pemberdayaan UMKM. Program branding ini menjadi salah satu upaya konkret dalam mewujudkan visi tersebut.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Program optimalisasi branding melalui pendampingan desain logo dan kemasan bagi UMKM di Kelurahan Empoang, Kecamatan Binamu, Kabupaten Jeneponto, telah berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya identitas visual sebagai strategi pemasaran. Melalui pendekatan pendidikan masyarakat dan pendampingan teknis, program ini mampu mengatasi kendala yang selama ini dihadapi pelaku UMKM, terutama dalam hal pembuatan logo dan kemasan produk yang menarik.

Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa peran mahasiswa KKN sebagai agen perubahan dapat memberikan dampak nyata bagi penguatan ekonomi lokal, khususnya dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui branding yang efektif. Branding yang kuat menjadi fondasi penting bagi pengembangan usaha ke depan.

Saran

1. **Bagi Pemerintah Kelurahan Empoang:** Perlu adanya keberlanjutan program pendampingan branding melalui pelatihan desain dan kemasan secara berkala, serta fasilitasi akses terhadap layanan desain grafis yang terjangkau bagi pelaku UMKM.
2. **Bagi Pelaku UMKM:** Diharapkan dapat memanfaatkan logo dan kemasan yang telah dirancang untuk mengembangkan usaha, baik melalui peningkatan citra produk maupun perluasan jangkauan pemasaran, termasuk pemanfaatan platform digital sebagai media promosi.
3. **Bagi Institut Turatea Indonesia:** Program KKN Berdampak dengan fokus pemberdayaan UMKM melalui branding perlu terus dilanjutkan dan dikembangkan pada periode-periode berikutnya, dengan cakupan pendampingan yang lebih luas mencakup aspek digitalisasi pemasaran dan penguatan kelembagaan usaha.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana pengabdian menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. **Rektor Institut Turatea Indonesia**, Prof. Dr. H. Maksud Hakim, S.Pd., SE., MM., atas dukungan dan arahan dalam pelaksanaan program KKN Berdampak.
2. **Dosen Pembimbing Lapangan**, Dr. Fahrisal Husain, S.E., M.Si., dan Hamzah Haris, S.H., M.Si., yang telah membimbing dan mendampingi selama pelaksanaan program.
3. **Lurah Empoang**, Andika, S.Sos., MM., beserta jajaran aparatur kelurahan atas sambutan dan dukungan terhadap program KKN.
4. **Seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Empoang** yang telah bersedia menjadi mitra dan berpartisipasi aktif dalam program pendampingan branding.
5. **Masyarakat Kelurahan Empoang** atas keramahan dan dukungan selama pelaksanaan KKN.

Daftar Pustaka

Dwi Aulia Putri, dkk. "Optimalisasi Branding Melalui Design Banner, Logo, dan Packaging Produk UMKM Dzakkiyah Donuts: Studi Kasus Pada Program Kerja Nyata (KKN) di Dusun Tanjunglaya Desa Sarimahi." *Fajar: Media Komunikasi dan Informasi Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 24 No. 3, 2024.

Dwi Aulia Putri, dkk. "Optimalisasi Branding Melalui Design Banner, Logo, dan Packaging Produk UMKM Dzakkiyah Donuts." *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2024.

Aprillyanti, Virkanita, Amalia, Gina, Zulfa Ulinnuha, Yana, Qhairi, Bustami,Rizky Fhadillah, Muhammad, Aprilianti, Yeni, Swestyani, Sondra"Pengembangan Desain Logo dan Pengemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Keripik Singkong." *Begawe: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 2 No. 3, Oktober 2024.

Hamzah Akmal & Lusi Amarawati. "Optimalisasi Identitas UMKM Di Desa Wangunharja Melalui Desain Logo: Studi Kasus Pada CV. Barokah." *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, Vol. 5 No. 7, 2024.

Tim dosen Program Studi Hubungan Masyarakat dan mahasiswa KKN-PPM Kelompok 39 "Integrasi Kearifan Lokal dan Branding Digital: Strategi Unpad dalam Pengembangan UMKM Wisata Berbasis Riset." *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 5 No. 3, Agustus 2025.

Sudadi, dkk. "Pemberdayaan UMKM melalui KKN di Desa Tukulrejo: Penerapan Branding sebagai Upaya Pemasaran Kreatif." *Proceeding Pengabdian UNS*, 2024.

Sudadi, dkk. "Pemberdayaan Masyarakat Desa Bumiharjo dengan Optimalisasi Potensi Sektor Ekonomi melalui Pengembangan Branding UMKM." *Proceeding Pengabdian UNS*, 2024.

Muh Syaiful Bakhri, dkk. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penguatan Pemasaran UMKM Kerajinan Tangan Desa Katekan Berbasis Asset-Based Community Development." *ROSEE: Journal of Social Empowerment*, Vol. 2 No. 1, 2026.

"KKN Berdampak INTI 2026 Posko Kelurahan Empoang Resmi Dimulai." *Nusantara Insight*, 18 April 2026.

"Pemberdayaan UMKM sebagai Program Inti, KKNB 2026 Posko Empoang Laksanakan Seminar Program Kerja." *PedomanRakyat.co.id*, 29 April 2026.

"202 Mahasiswa KKN INTI Diterjunkan ke Enam Kecamatan di Jeneponto, Perkuat UMKM Lokal." *Halilintarnews.id*, 17 April 2026.

"Workshop Kewirausahaan KKN-B Dorong Penguatan UMKM Desa Bungung Loe." *Kabar21.com*, 20 Mei 2026.

"Strategi KKN Unhas Perkuat UMKM Desa Pattalassang dengan Legalitas Usaha, Logo, dan Pemasaran Digital." *Unhas TV*, 24 Agustus 2025.

"KKN Unwir Jadikan UMKM Indramayu 'Nyai Sariah' Naik Kelas." *Website Kabupaten Indramayu*, 5 Agustus 2025."Mahasiswa KKN Teluk Sebong 09 Lanjutkan Program Pendampingan UMKM: Fokus Desain Produk dan Digitalisasi." *KKN STAIN Kepri*, 29 Juli 2025.