

PENINGKATAN KOMPETENSI UMKM MELALUI PELATIHAN DESAIN PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN BRANDING SECARA DIGITAL PADA KELURAHAN PENELEH

**Izzah Al Aini Renada¹⁾, Muhammad Guntur Mahardhika²⁾, Viona Adelia Safitri³⁾,
Reiza Finda Amelia⁴⁾, Raden Roro Aurora Evvatuun Nabilah⁵⁾,
Fitri Fadhilah Sumarsa⁶⁾**

^{1,2,3,4)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur, Indonesia,

^{5,6)} Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur, Indonesia,
22011010129@student.upnjatim.ac.id.

Abstract

This community service addresses the low level of digital literacy among MSMEs in promoting their products. Through the DIGINERACA program held in Peneleh Urban Village, Surabaya, MSMEs actors received training on product photography techniques, visual design using Canva, and digital marketing strategies through social media. The activity applied a hands-on approach with intensive assistance from the Penova 85 Team of UPN "Veteran" East Java. The results showed a significant improvement in participants' digital skills, product visual quality, and their ability to utilize digital platforms for promotion. In addition, the program received positive responses from local residents who felt supported by the initiative. This program directly contributed to increasing the visibility and competitiveness of MSMEs in the increasingly competitive digital market.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Community Service.

Abstrak

Pengabdian ini menangani rendahnya literasi digital UMKM dalam mempromosikan produk. Melalui program DIGINERACA yang dilaksanakan di Kelurahan Peneleh, Surabaya, pelaku UMKM mendapatkan pelatihan mengenai teknik fotografi produk, desain visual menggunakan Canva, dan strategi digital marketing melalui media sosial. Kegiatan ini menggunakan pendekatan praktik langsung dan pendampingan intensif oleh Tim Penova 85 UPN “Veteran” Jawa Timur. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan digital peserta, kualitas visual produk, serta kemampuan mereka dalam memanfaatkan platform digital untuk promosi. Selain itu, program ini mendapat respons positif dari warga setempat yang merasa terbantu dan berkontribusi langsung terhadap peningkatan visibilitas dan daya saing UMKM di pasar digital yang semakin kompetitif.

Keywords: UMKM, Pemasaran Digital, Pengabdian Masyarakat.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut data Kementerian

Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 90% tenaga kerja (Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia Dan

Kebudayaan Republik Indonesia, n.d.). Namun, meskipun kontribusinya besar, banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengakses strategi pemasaran modern dan teknologi digital untuk mendukung usahanya (Supri et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan daya saing UMKM dalam pasar digital masih tertinggal, terutama dalam aspek branding dan desain produk yang menarik konsumen (Dhea Amelia Putri Kamila et al., 2023).

Kondisi ini juga tercermin di Kelurahan Peneleh, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sekretaris Camat Genteng, diketahui bahwa mayoritas pelaku UMKM di wilayah ini masih mengalami kendala dalam digitalisasi pemasaran. Saat observasi lapangan dilakukan, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki pemahaman terkait pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, serta belum mampu menghasilkan desain produk yang menarik. Penyebaran informasi produk masih bergantung pada jaringan dari mulut ke mulut. Padahal, branding visual seperti kemasan, logo, dan foto produk merupakan aspek krusial dalam membentuk persepsi konsumen dan memperluas jangkauan pasar (Anugrah et al., 2022).

Isu utama yang diidentifikasi dalam pengabdian ini adalah rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola tampilan visual produk dan strategi branding berbasis digital. Hal ini menjadi tantangan penting mengingat konsumen masa kini semakin responsif terhadap tampilan produk di media digital. Desain produk yang kurang menarik serta tidak adanya identitas merek (*brand image*) membuat produk-produk UMKM sulit bersaing di pasar daring. Oleh karena itu, penguatan kapasitas di bidang desain produk dan

branding digital perlu segera dilakukan untuk mendorong pertumbuhan UMKM berbasis teknologi (Mubarok & Ikaningtyas, 2023).

Pemilihan Kelurahan Peneleh sebagai lokasi pengabdian didasarkan pada kebutuhan aktual yang nyata di lapangan dan keinginan kuat dari pelaku UMKM lokal untuk berkembang. Para pelaku usaha di kawasan ini menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti pelatihan namun masih membutuhkan pendampingan intensif yang praktis dan aplikatif. Dengan karakteristik warga yang adaptif dan potensial, wilayah ini dinilai tepat sebagai mitra pengabdian masyarakat berbasis penguatan kompetensi digital.

Meskipun beragam platform dan alat pemasaran digital kini mudah diakses oleh para pelaku UMKM, banyak di antara mereka yang masih menghadapi tantangan dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran online yang terarah dan efektif. Ketidaksiapan atau keterbatasan wawasan dalam memilih dan mengelola strategi yang sesuai sering membuat upaya pemasaran kurang optimal, sehingga visibilitas bisnis di ranah digital menjadi rendah dan daya saing produk menurun di tengah persaingan pasar yang kini semakin terhubung secara digital. Kondisi ini menegaskan pentingnya pemahaman serta penerapan strategi pemasaran online yang komprehensif agar UMKM mampu memanfaatkan potensi dunia digital secara maksimal dan meningkatkan posisi mereka di pasar yang kompetitif.

Di Kelurahan Peneleh, masih banyak produk UMKM yang belum dikenal luas oleh masyarakat. Mayoritas pelaku UMKM di wilayah ini mengakui bahwa pemasaran produk mereka masih terbatas pada lingkungan sekitar saja. Salah satu faktor utama adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman

mengenai pentingnya memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran yang efektif. Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah sebagian besar pelaku UMKM di kecamatan ini adalah ibu rumah tangga dengan tingkat literasi teknologi yang masih terbatas, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk mengoptimalkan teknologi digital dalam mengembangkan usaha. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya peningkatan pemahaman dan keterampilan digital untuk mendukung perluasan pasar serta daya saing UMKM secara lebih luas.

Melihat permasalahan tersebut, program pelatihan bertajuk *DIGINERACA* (Digitalisasi Branding dan Desain Produk Usaha) diinisiasi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Fokus utama kegiatan ini adalah memberikan pelatihan praktis mengenai teknik desain produk, mulai dari pemotretan produk yang menarik menggunakan alat sederhana, hingga strategi branding digital yang dapat diimplementasikan melalui media sosial (Kurnia, 2021). Literasi visual menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk, karena tampilan yang menarik dapat meningkatkan kepercayaan sekaligus memperkuat citra produk (Husna et al., n.d.).

Perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan pengabdian ini dengan terbentuknya pelaku UMKM yang mampu mengelola desain produk dan strategi branding digital secara mandiri, memiliki identitas visual yang kuat, serta mampu memasarkan produknya secara luas melalui platform digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa pelatihan digital marketing dan branding produk dapat meningkatkan daya saing dan omzet

penjualan UMKM (Mubarok & Ikaningtyas, 2023). Dengan pendekatan berbasis kebutuhan komunitas, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata dalam memperkuat ekosistem UMKM di Kelurahan Peneleh serta berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal berbasis digital dan kreatif.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Kelurahan Peneleh, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya dengan melibatkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai subyek dampingan. Pelaku UMKM di wilayah ini mayoritas bergerak di bidang makanan, minuman, dan kerajinan tangan, namun masih menghadapi kendala dalam memasarkan produk secara digital. Berdasarkan hasil wawancara bersama Sekretaris Camat Genteng dan observasi langsung ke lapangan, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memahami pentingnya desain produk yang menarik dan strategi branding melalui media sosial. Tema pelatihan dirancang sepenuhnya oleh tim pelaksana KKN Penova 85 UPNVJT berdasarkan analisis kebutuhan di lapangan, tanpa melibatkan UMKM secara langsung dalam perencanaan awal, namun dengan tetap mempertimbangkan kondisi, potensi, dan keterbatasan yang mereka hadapi

Strategi kegiatan mengacu pada pendekatan edukatif yang bersifat praktis dan aplikatif, dengan mengutamakan proses belajar langsung melalui simulasi dan praktik mandiri. Program pelatihan diberi nama *DIGINERACA* (Digitalisasi Branding dan Desain Produk Usaha), yang

berfokus pada penguatan kompetensi UMKM dalam mendesain produk, memotret produk dengan perangkat sederhana, serta membuat konten promosi melalui media sosial. Rangkaian kegiatan terdiri dari lima tahapan, yaitu: (1) identifikasi kebutuhan dan masalah UMKM melalui wawancara dan observasi, (2) perencanaan program oleh tim berdasarkan hasil lapangan, (3) pelaksanaan pelatihan desain produk dan branding digital, (4) pendampingan praktik promosi produk secara digital, dan (5) evaluasi serta publikasi konten yang telah dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan kepada masyarakat melalui program *DIGINERACA* (Digitalisasi Branding dan Desain Produk Usaha), telah dilaksanakan di Kelurahan Peneleh, Kecamatan Genteng, Kota Surabaya, dengan melibatkan para pelaku UMKM setempat. Kegiatan ini mencakup materi praktis mengenai teknik pengambilan foto produk yang baik dan menarik, serta pemanfaatan platform digital seperti *Canva* untuk mengedit hasil foto agar tampilan produk menjadi lebih menarik. Selain itu, peserta juga diberikan pembekalan mengenai pengelolaan keuangan usaha yang efektif dan tepat, berdasarkan praktik nyata yang relevan dengan kegiatan usaha mereka sehari-hari. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam aspek promosi dan manajemen usaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Rahmawati & Sugito, 2024), yang menyatakan bahwa pelatihan branding positioning efektif dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku UMKM tentang branding, yang pada

akhirnya mampu memperkuat ekuitas merek dan daya saing UMKM di era digital.

Pelatihan Teknik Pengambilan Foto Produk

Kegiatan diawali dengan pelatihan teknik dasar pengambilan foto produk menggunakan kamera ponsel berbasis android. Para peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya pencahayaan alami, sudut pengambilan gambar, serta pemilihan latar yang sederhana namun tetap menarik. Pelatihan ini dilaksanakan dengan melakukan praktik langsung di aula Kelurahan Peneleh dengan memanfaatkan alat sederhana yang mudah ditemukan. Tujuan dari kegiatan ini adalah agar para pelaku UMKM mampu menghasilkan foto produk yang menarik, profesional, dan layak dipasarkan secara digital.



Gambar 1: Proses Foto Produk oleh UMKM Kelurahan Peneleh

Sumber: Tim KKN Penova 85

Gambar 1 menunjukkan proses pelatihan pengambilan foto produk oleh peserta UMKM secara langsung. Peserta tampak antusias mengikuti arahan dari pemateri pertama saat mempraktikkan teknik pengambilan gambar dengan pencahayaan alami, sudut pengambilan yang tepat, serta penataan produk dengan latar sederhana namun tetap menarik. Dalam kegiatan

ini, peserta juga diberi kesempatan untuk menggunakan perangkat mereka sendiri, seperti kamera ponsel, sehingga teknik yang diajarkan dapat langsung diterapkan sesuai dengan alat yang dimiliki. Tujuan dari kegiatan ini bukan hanya untuk memberikan pemahaman teori, tetapi juga agar peserta merasakan langsung tantangan teknis di lapangan dan mampu menemukan solusi praktis saat mengambil gambar produk.

Penggunaan Aplikasi Canva untuk Desain Visual

Setelah peserta mampu menghasilkan foto produk secara mandiri, kegiatan pelatihan dilanjutkan dengan cara penggunaan aplikasi desain grafis Canva. Aplikasi ini dipilih karena ramah pengguna, memiliki banyak template siap pakai, dan memungkinkan siapapun termasuk pelaku UMKM untuk membuat visual produk lebih menarik.



Gambar 2: Praktik Mengedit Foto Produk di Aplikasi Canva

Sumber: Tim KKN Penova 85

Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan secara langsung cara mengedit foto produk melalui aplikasi Canva menggunakan perangkat mereka masing-masing. Proses pelatihan dimulai dari mengunggah foto hasil jepretan sendiri, melakukan pemotongan gambar, mengatur pencahayaan dan kontras, hingga menambahkan elemen grafis seperti ikon, bingkai, dan latar polos agar tampilan produk terlihat lebih bersih dan menarik. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada fitur seperti *background remover* dan efek bayangan (*shadow*) untuk menciptakan kesan visual yang lebih profesional. Pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM dalam menghasilkan foto produk secara mandiri dan menunjang promosi digital usaha mereka. Sebagaimana disampaikan oleh (Zahroh et al., 2025), pelatihan teknis yang aplikatif mampu meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran kreatif dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial serta platform e-commerce.



Gambar 3: Hasil Desain Logo dan Daftar Menu oleh Peserta

Sumber: Tim KKN Penova 85

Gambar 3 menunjukkan hasil desain dari peserta, yang dimana sebagian besar peserta berhasil membuat logo usaha dan menu produk secara mandiri, yang kemudian mereka unggah ke media sosial masing-masing. Pelatihan berbasis praktik ini mampu meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM, khususnya dalam menciptakan identitas visual dan materi promosi yang menarik. Hasil tersebut tidak terlepas dari keterlibatan aktif Tim Penova 85 UPNVJT dalam mendampingi setiap peserta secara langsung, mulai dari proses pembuatan desain, pemberian contoh visual, hingga bimbingan teknis penggunaan aplikasi Canva. Tim Penova 85 juga membantu mengevaluasi desain yang telah dibuat oleh peserta dan memberikan saran perbaikan agar tampilan visual lebih konsisten dan sesuai dengan karakter produk. Keterlibatan ini tidak hanya mempercepat proses adaptasi peserta terhadap teknologi digital, tetapi juga memperkuat kolaborasi antara dunia pendidikan dan masyarakat dalam mendukung pengembangan UMKM lokal.

Pemanfaatan Media Digital dalam Strategi Promosi Produk

Setelah praktik menggunakan aplikasi canva untuk desain visual, kegiatan selanjutnya yaitu pemaparan materi seputar Digital Marketing, khususnya bagaimana memanfaatkan media digital untuk mempromosikan produk secara optimal. UMKM biasanya memanfaatkan platform seperti Instagram dan WhatsApp.



Gambar 4: Pemaparan Pemanfaatan Media Digital Marketing

Sumber: Tim KKN Penova 85

Gambar 4 menunjukkan pemaparan materi mengenai visualisasi strategi digital marketing untuk UMKM. Dimulai dengan pembuatan konten kreatif, yang mencakup *storytelling*, katalog digital, dan testimoni pelanggan. Selanjutnya, konten ini didistribusikan melalui platform media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Hal ini merupakan proses yang kompleks yang membantu meningkatkan penjualan dan branding produk secara bersamaan. Penggunaan *storytelling* dan *visual* yang kreatif, seperti diskon, testimoni, dan katalog audiovisual, dapat membangun narasi merek yang kuat dan meningkatkan interaksi dengan audiens oleh Hidayatullah, (2025). Konten promosi yang ditulis dengan baik dan dirancang secara visual meningkatkan efisiensi pemasaran produk UMKM (Herlina & Simabur, 2025).

Digital marketing memungkinkan UMKM untuk masuk ke pasar global, meningkatkan kesadaran merek di era Industri 4.0. Terbukti bahwa pelatihan dirancang khusus untuk pelaku UMKM mengenai pengelolaan media sosial (pembuatan konten, manajemen akun bisnis, dan analisis performa) meningkatkan pemahaman mereka dan kemampuan untuk mempromosikan digital (Herlina & Simabur, 2025)

SIMPULAN

Program KKN Tematik SDGs yang dilaksanakan oleh Kelompok 85 KKN UPN "Veteran" Jawa Timur di Kelurahan Peneleh melalui inisiatif "DIGINERACA" (Digitalisasi Branding dan Desain Produk Usaha) telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui peningkatan branding digital UMKM. Program ini berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya branding digital, identitas visual, serta pemasaran online sebagai modal utama pengembangan bisnis di era digital.

Pelatihan dan pendampingan yang terstruktur memberikan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM, mulai dari desain logo, pemilihan warna yang tepat, fotografi produk yang menarik, sampai pengelolaan media sosial dan pemanfaatan platform e-commerce. Pendekatan bertahap ini berhasil memperkuat daya saing produk lokal Kelurahan Peneleh dengan menjadikan produk-produk UMKM lebih menarik dan kompetitif di pasar yang lebih luas. Diharapkan pelatihan ini akan memberikan dampak nyata dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan secara menyeluruh. Dengan demikian, program "DIGINERACA" tidak hanya meningkatkan kapasitas UMKM dalam aspek teknis digital marketing, tetapi juga memberikan efek positif yang berkelanjutan bagi pembangunan ekonomi lokal di Kelurahan Peneleh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada UPN "Veteran" Jawa Timur, Pemerintah Kecamatan

Genteng, Pemerintah Kelurahan Peneleh, serta seluruh pelaku UMKM di Kelurahan Peneleh yang telah berpartisipasi aktif dalam pelaksanaan program ini. Untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program, diperlukan penelitian lanjutan yang dapat mengukur dampak jangka panjang terhadap perekonomian masyarakat Kelurahan Peneleh. Penelitian tersebut sebaiknya mencakup berbagai aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh. Dengan adanya evaluasi yang komprehensif, program KKN Tematik SDGs di Kelurahan Peneleh tidak hanya dapat memberikan manfaat jangka pendek bagi pelaku UMKM, tetapi juga berkontribusi signifikan dalam pembangunan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Diharapkan, keberhasilan dan pengalaman dari program ini dapat menjadi inspirasi sekaligus model bagi pelaksanaan KKN dan program pemberdayaan masyarakat lainnya di berbagai daerah di Indonesia, guna meningkatkan daya saing UMKM dan memperkuat ekonomi lokal secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

Anugrah, R., Why Perwirianto, H., Zulfania, M., Ratih, D., Nadya Aprilienda, E., Hanif Haryawan, S., Apriadi Rachmawan Putra, M., Surya Wardana, B., Andini Cahya, R., Thyto Ramadhan, R., & Puspa Arum, D. (2022). PENERAPAN BRANDING PRODUK DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM. *Community*

- Development Journal, 3(2), 740–746.
- Dhea Amelia Putri Kamila, Roziana Febrianita, & Vannia Angelita Yuniar Putri. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Branding Dan Digital Marketing Dalam Peningkatan Pemasaran Produk Di RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 91–105. <https://doi.org/10.56910/sewagat.i.v2i3.799>
- Herlina, R., & Simabur, L. S. (2025). Strategi Digital Marketing untuk UMKM: Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif. *BARAKATI: Journal of Community Service*, 3(2), 49–57.
- Husna, F. M., Bintang, R., Permadi, B., Anggraini, Y., & Hasanah, A. (n.d.). *Pengembangan Ukm Melalui Inovasi Produk Dan Digital Marketing Di Desa Aras Kec. Air Putih Kab. Batubara*.
- Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia. (n.d.). www.kemenkopmk.go.id
- Kurnia, A. (2021). *Modul Pelatihan Startegi Pemasaran Digital bagi UMKM*.
- Mubarok, A. R. N., & Ikaningtyas, M. (2023). *Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Branding Produk Dalam Pengembangan UMKM Bintang Lestari Pada Kelurahan Karangtengah* (Vol. 1, Issue 3). <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jphm-widyakarya.v1i3.984>
- Rahmawati, S., & Sugito. (2024). Efektivitas Pelatihan Positioning Branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Bagi Pelaku UMKM Kelurahan Tenggilis Mejoyo Kota Surabaya. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 24–31. <https://doi.org/10.61722/japm.v2i2.1085>
- Supri, Z., Sahrir, S., Hamid, R. S., Sultan, S., & Riyanti, R. (2023). PENINGKATAN SISTEM PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM CHALODO SIBALI RESOE. *Jurnal Abdi Insani*, 10(4), 2204–2211. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i4.1148>
- Zahroh, N. A., Rolianah, W. S., Istifadahhoh, N., Arifiansyah, F., & Albar, K. (2025). Strategi Digitalisasi Dalam Pemberdayaan UMKM Desa Ketapanglor Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal. *Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 1189–1199. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4990>