

## **SCALE UP UMKM IN BATEGEDE VILLAGE THROUGH DIGITAL BRANDING AS AN EFFORTS TO IMPROVE THE ECONOMY IN REALIZING THE VILLAGE SDGS**

### **SCALE UP UMKM DESA BATEGEDE MELALUI DIGITAL BRANDING SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI DALAM MEWUJUDKAN SDGS DESA**

**Indra Kurniawan<sup>1a</sup>, Yasa Maulana<sup>1</sup>, Muhammad Kamali<sup>1</sup>, Muhammad Sulthony<sup>1</sup>,  
Irsyadul Ibad<sup>1</sup>, Alfani Achmad Izza<sup>1</sup>, Via Fitriana<sup>1</sup>, Fina Ristia Nanda<sup>1</sup>, Ayu  
Ardyana Amalya<sup>1</sup>, Dewi Antari<sup>1</sup>, Ulil Absor<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Politeknik Balekambang Jepara, Indonesia

<sup>a</sup> Korespondensi: Indra Kurniawan, E-mail: [Indrakurniawan@polibang.ac.id](mailto:Indrakurniawan@polibang.ac.id)  
(Diterima: 09-11-2022; Ditelaah: 02-12-2023; Disetujui: 31-03-2024)

#### **ABSTRACT**

Bategede Village, which is located in a mountainous area, makes Bategede Village residents less abreast of technological developments. So far, the UMKM in Bategede Village have only relied on offline sales with unstable income. So we raised the title "Scale Up UMKM in Bategede Village through Digital Branding as an Effort to Improve the Economy in Realizing the Village SDGs" with the hope of bringing positive changes to UMKM actors in Bategede Village which will have an impact on improving the economy of the Bategede Village community. This activity takes place from August – November 2022. The activity is divided into 8 stages, namely: participant data collection, logo design for MSMEs, product packaging development for UMKM, digital promotion design, UMKM towards e-commerce, promotion of UMKM videos, digital branding websites, and access to e-commerce. capital & financial management management. The result of this activity is that partners are able to manage their business well, especially in the field of digital branding and marketing, partners are able to create logo designs that suit their respective businesses, partners are able to make packaging designs and labels that have high selling value. , building the ability of partners to create attractive promotional designs through the Canva application. The Digital Branding website will also be managed by the Bategede Village Youth Organization to support the progress of the Bategede Village UMKM in the future. PKK members who have participated in this activity will later become cadres who can teach the knowledge that has been obtained to PKK members or other UMKM.

Keywords: Bategede, Digital Branding, UMKM, Economic Improvement

#### **ABSTRAK**

Desa Bategede yang berada di daerah Pegunungan membuat warga Desa Bategede kurang mengikuti perkembangan teknologi. Selama ini pelaku UMKM Desa Bategede hanya mengandalkan penjualan offline dengan pendapatan yang masih belum stabil. Sehingga kami mengangkat judul "Scale Up UMKM Desa Bategede Melalui Digital Branding Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Dalam Mewujudkan SDGs Desa" dengan harapan dapat membawa perubahan positif terhadap pelaku UMKM di Desa Bategede yang nantinya akan berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat Desa Bategede. Kegiatan ini berlangsung dari bulan Agustus – November 2022. Kegiatan dibagi menjadi 8 tahap yaitu: pendataan peserta, perancangan logo umkm, pengembangan packaging produk umkm, desain promosi digital, umkm menuju e-commerce, pembuatan video promosi umkm, website digital branding, dan akses permodalan & manajemen kelola tata keuangan. Hasil dari kegiatan ini adalah para mitra

sudah mampu melakukan pengelolaan usahanya dengan baik, khususnya dalam bidang digital branding dan marketing, para mitra mampu membuat desain logo yang sesuai dengan usaha mereka masing-masing, para mitra mampu membuat desain packaging beserta label yang bernilai jual tinggi, terbentuknya kemampuan mitra dalam pembuatan desain promosi yang menarik melalui aplikasi Canva. Website Digital Branding nantinya akan juga dikelola oleh Karang Taruna Desa Bategede untuk menunjang kemajuan UMKM Desa Bategede kedepannya. Anggota PKK yang telah mengikuti kegiatan ini nantinya akan menjadi kader yang bisa mengajarkan ilmu yang telah didapatkan kepada anggota PKK atau UMKM lainnya.

Kata Kunci: Bategede, Digital Branding, UMKM, Peningkatan Ekonomi.

---

Kurniawan, I., Maulana, Y., Kamali, M., Sulthony, M., Ibad, I., Izza, A.A., Fitriana, F., Nanda, F.R., Amalya, A.A., Antari, D., Absor, U. (2024). Scale Up Umkm Desa Bategede Melalui Digital Branding Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Dalam Mewujudkan SDGs Desa. Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat. *Jurnal Qardhul Hasan: Media Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(1) 26-31.

---

## PENDAHULUAN

Berdasarkan informasi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada bulan Maret 2021 lalu, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau Rp8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,42% dari total investasi di Indonesia. Peran UMKM dalam perekonomian di Indonesia sangat penting dapat dilihat dari kemajuannya saat ini.

Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang mandiri dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Sedangkan bagi wilayah pedesaan UMKM bermanfaat bagi perekonomian daerah, meningkatkan pendapatan, memberdayakan masyarakat khususnya perempuan, mendapatkan pengalaman berwirausaha, memperkecil angka pengangguran didesa.

Salah satu daerah yang memiliki potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan UMKM adalah desa Bategede, Kecamatan Nalumsari, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Yang mayoritas mata pencaharian warga Desa Bategede adalah petani dan pengusaha

menengah kecil micro untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Berdasarkan wawancara dari tokoh masyarakat Desa Bategede banyak masyarakat yang memiliki usaha menengah kecil mikro. Produk yang mereka hasilkan bervariasi, akan tetapi dari segi penyajian belum menarik pihak pelanggan serta pemasaran kurang maksimal, terlebih lagi dari segi pemanfaatan teknologi yang ada, bahkan tak sedikit yang masih awam dengan sosial media dan belum mengetahui potensi yang bisa dimanfaatkan dari media sosial. Hal ini mengakibatkan UMKM di desa Bategede belum mampu bersaing di era digital seperti ini.

Berdasarkan identifikasi masalah potensi dan masalah di atas, pada Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD), Kami Organisasi Polibang Creative Studio Politeknik Balekambang Jepara Mengusulkan "Scale Up UMKM Desa Bategede Melalui Digital Branding Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Dalam Mewujudkan SDGs Desa". Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan potensi SDA dan mengatasi masalah UMKM yang ada di Desa Bategede, sehingga peningkatan kualitas sektor perekonomian dan UMKM di desa Bategede dapat bersaing di era digital.

## MATERI DAN METODE

### Lokasi dan Waktu Kegiatan

Lokasi pelaksanaan kegiatan P2MD berada di desa Bategede, Kecamatan Nalumsari, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Dengan waktu pelaksanaan kegiatan dari bulan Agustus sampai bulan November tahun 2022.

TIM P2MD melaksanakan program dengan Metode Timeline kegiatan sebagai berikut:



Gambar 1. Timeline Pelaksanaan Program

Berdasarkan Gambar diatas maka Timeline Pelaksanaan Scale Up UMKM Desa Bategede Melalui Digital Branding Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Dalam Mewujudkan SDGs Desa dibagi menjadi 8 tahap. Setiap tahap memiliki proses dan tujuan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pendataan Peserta

Mekanisme pendataannya sendiri kami menggunakan 2 cara, yaitu melakukan survey dengan melakukan kunjungan langsung dan Open Recruitment kepada para pelaku UMKM secara umum di Desa Bategede melalui bantuan Kepala Desa beserta Karang Taruna Desa Bategede.

#### 2. Perancangan Logo UMKM

Perancangan Logo UMKM merupakan tahapan awal yang akan diperbaiki, kami mengawali dengan membagikan form pendataan pembuatan logo usaha meliputi nama pemilik, nama usaha, alamat, produk, serta konsep logo yang diinginkan. Tahapan ini tidak hanya diperuntukan bagi mitra yang belum memiliki logo, melainkan juga bagi mitra yang sudah memiliki logo namun menginginkan rebranding pada logo sebelumnya. Tahapan ini bertujuan untuk memberikan pengarahan terkait betapa pentingnya logo dalam sebuah usaha, serta

bagaimana tahapan pembuatan logo yang baik.

#### 3. Pengembangan Packaging Produk UMKM

Dalam tahapan ini kami juga melakukan pendataan pembuatan packaging, meliputi nama pemilik, nama usaha, alamat, kontak yang bisa dihubungi, produk dan konsep packaging yang diinginkan. Tahapan ini bertujuan untuk membuat produk mitra bisa terlihat lebih menarik dan berdaya jual lebih tinggi dari pada sebelumnya.

#### 4. Desain Promosi Digital

Desain promosi digital merupakan salah satu faktor penting dalam lingkup pemasaran. Dalam hal ini kami memberikan pelatihan kepada para mitra terkait bagaimana langkah-langkah membuat desain promosi digital melalui aplikasi Canva. Melalui desain promosi digital ini juga para mitra bisa mulai membangun personal branding agar lebih dikenal customer melalui desain-desain digital yang menarik.

#### 5. UMKM Menuju E-Commerce

UMKM menuju E-Commerce merupakan tahapan pengenalan terhadap mitra bahwa selain menjualkan produknya di media sosial mereka juga bisa berjualan melalui marketplace, dalam hal ini kami melakukan pendampingan terkait bagaimana membuat toko di marketplace sampai bagaimana mereka bisa berjualan hingga mendapatkan orderan dari produk yang telah mereka posting.

#### 6. Pembuatan Video Promosi UMKM

Pembuatan video promosi UMKM merupakan keberlanjutan dari tahapan desain promosi digital yang dimana hal itu sama-sama digunakan sebagai salah satu faktor penting dalam sebuah promosi. Mengingat saat ini bukan hanya berdasarkan foto saja namun konsep video promosi yang bagus akan mampu menjadikan para customer tertarik dengan produk tersebut. Tahapan ini juga bertujuan untuk membangun personal branding dari masing-masing mitra agar lebih dikenal oleh masyarakat.

#### 7. Website Digital Branding

Website digital branding merupakan website yang dibuat oleh Tim P2MD

bersama Karang Taruna yang ditujukan kepada para mitra. Karena mengingat kemudahan menemukan dan membeli sebuah produk saat ini banyak dicari oleh para customer. Jadi nantinya selain memudahkan para penjual memasarkan produknya kami juga mempunyai tujuan bagi para customer agar lebih mudah menemukan produk-produk dari Desa Bategede ini.

#### 8. Akses Permodalan & Manajemen Kelola Tata Keuangan

Dalam kegiatan ini kami akan menghadirkan pemateri dari Bank terdekat terkait penjelasan mengenai akses permodalan yang bisa diakses oleh para mitra pelaku UMKM. Setelah itu, kami akan melanjutkan dengan mengajarkan para mitra terkait bagaimana tata kelola keuangan yang baik untuk para mitra, terkait pentingnya memisahkan uang usaha dan uang pribadi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang dialami oleh UMKM Desa Bategede mendorong kami untuk melaksanakan kegiatan ini. Tujuan utama kami yakni melakukan pendampingan mitra UMKM agar dapat melakukan pengelolaan bisnis di era digital. Didalamnya kami mengajarkan seputar digital branding serta marketing yang tepat untuk menunjang peningkatan perekonomian mitra UMKM. Hal pertama yang kami lakukan yakni perancangan logo mengingat logo merupakan point penting dalam sebuah usaha. Dalam hal ini setelah kami melakukan pendataan melalui penyebaran angket kami melihat bahwa hanya ada 30% dari total mitra UMKM yang sudah memiliki logo, namun setelah adanya kegiatan pelatihan perancangan logo tersebut 100% mitra UMKM sudah memiliki logo.

Tahap kedua kami melakukan pengembangan packaging yang berdasarkan angket yang kami dapatkan bahwa 50% dari total mitra UMKM membutuhkan pengembangan packaging, kami mengarahkan bagaimana cara memilih packaging yang tepat sampai dengan

merekomendasikan tempat pembeliannya. Dan setelah melakukan pelatihan dan pendampingan tersebut 100% mitra UMKM sudah memiliki packaging yang tepat, hal itu dibuktikan dengan tabel pengembangan packaging produk mitra UMKM menjadi lebih menarik untuk dipasarkan secara digital dan lampiran beberapa foto produk mitra UMKM tersebut. Hal ini sesuai dengan hasil angket yang diberikan kepada mitra umkm, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Perubahan Kemasan Produk

	Setuju	Sangat Setuju
Frekuensi	8	6
Presentase	57,1%	42,9%

Tabel perubahan kemasan diperoleh dari 14 responden menunjukkan responden mengalami perubahan kemasan, hal ini ditunjukkan oleh presentase responden yang menyatakan setuju sebesar 57,1% dan yang menyatakan sangat setuju 42,9%. Setelah diadakan pelatihan pengembangan packaging produk UMKM, produk-produk mitra yang awalnya hanya menggunakan packaging (kemasan) sederhana, sekarang telah beralih menggunakan kemasan baru. Mitra memahami bahwa dengan adanya pengembangan packaging (kemasan) produk ternyata memiliki fungsi untuk melindungi dan mencegah terjadinya kerusakan pada produk dan bisa meningkatkan nilai jual produk mereka.

Tahap ketiga yaitu pembuatan desain promosi digital melalui aplikasi Canva, dimana para mitra yang awalnya hanya melakukan promosi dengan foto produk seadanya dan bahkan kurang menarik kini menjadi lebih tau bagaimana cara membuat desain promosi yang lebih menarik untuk diposting. Hal tersebut juga dibuktikan dengan lampiran hasil karya desain promosi digital oleh mitra UMKM.



Gambar 2. Hasil Pelatihan Desain Promosi Digital

Melalui Aplikasi Canva

Tahap keempat yakni berakitan dengan kenaikan omset yang dialami oleh mitra, dimana para mitra mengalami kenaikan omset rata-rata 29% dari semula belum diadakannya kegiatan ini. Hal ini membawa dampak yang positif terkait perkembangan perekonomian yang dialami langsung oleh para mitra. Hal itu dibuktikan oleh hasil angket yang kami peroleh setelah kegiatan ini berlangsung.

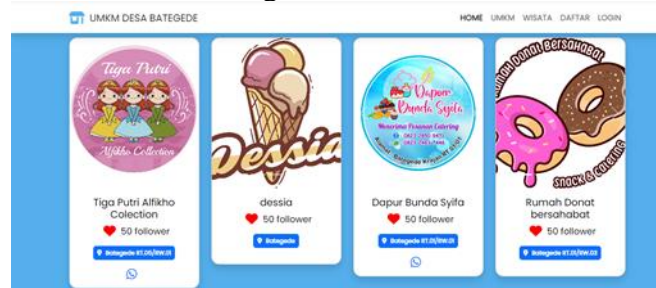
Tabel 2. Peningkatan Penjualan Mitra UMKM

Presentase	10	15	20	30	50	75	85
Frekuensi	2	4	3	2	1	1	1

Berdasarkan tabel peningkatan penjualan dapat dilihat bahwa seluruh Mitra mengalami peningkatan penjualan. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata tingkat penjualan UMKM di desa Bategede mengalami peningkatan sebesar 29% dengan adanya digital branding UMKM lebih dikenal dan terjadi peningkatan melalui penjualan produk UMKM secara langsung dan digital.

Pada beberapa tahap yang kami lakukan selanjutnya seperti melakukan pendampingan terkait bagaimana cara berjualan melalui E-commerce yang awalnya mitra UMKM tidak mengerti bagaimana cara melakukan penjualan online kini mereka sudah mampu memasarkan produknya secara online. Hal ini dibuktikan dengan lampiran beberapa nama toko maupun akun media sosial dari mitra UMKM. Selanjutnya kami melakukan pembuatan website bernama <https://umkmbategede.id/> bersama Karang Taruna Desa Bategede yang nantinya pengelolaannya akan dilakukan oleh Karang Taruna guna membantu publikasi produk UMKM di Desa tersebut yang nantinya akan bertambah disetiap tahunnya. Selain melakukan pelatihan yang telah dijelaskan sebelumnya kami juga melakukan pendampingan mitra satu per satu guna mengontrol perkembangan kemampuan mitra sekaligus memfasilitasi para mitra untuk menanyakan hal-hal yang masih belum mereka fahami dalam dunia digital.

Hal itu kami jadwalkan rutin setelah pelaksanaan pelatihan disetiap minggunya. Selain berfokus pada pengontrolan perkembangan mitra kami juga melakukan pendampingan guna mencitaptakan rasa kekeluargaan antar Tim P2MD dengan para mitra di Desa Bategede tersebut.



Gambar 3. Website Digital Branding UMKM Bategede

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah dilakukan kesimpulan yang diperoleh yaitu:

- Para mitra sudah mampu melakukan pengelolaan usahanya dengan baik, khususnya dalam bidang digital branding dan marketing.
- Para mitra mampu membuat desain logo yang sesuai dengan usaha mereka masing-masing.
- Para mitra mampu membuat desain packaging beserta label yang bernilai jual tinggi.
- Terbentuknya kemampuan mitra dalam pembuatan desain promosi yang menarik melalui aplikasi Canva.
- Para mitra mampu mengaplikasikan E-Commerce dengan baik meliputi pembuatan toko dan pengelolaannya.
- Karang Taruna beserta Tim P2MD mampu membuat Website Digital Branding yang nantinya didalamnya akan berisi produk-produk UMKM sesuai dengan toko mereka masing-masing yang kedepannya akan dikelola oleh Karang Taruna Desa Bategede.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Direktorat Jendral Pendidikan Vokasi atas kepercayaanya

memberikan pendanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat (P2MD).

### DAFTAR PUSTAKA

- Abiyasa, A. P. (2022). Meningkatkan Pemasaran Minyak Kelapa Melalui Digital Marketing. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(April):75–78.
- Fatma, Yulia, Januar Al Amien, and Riski Hakiki. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Pegawai Di Klinik Bunda Medical Center (BMC) Dengan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)* 2(2):1–9.
- Invetasi, Kementrian. n.d. Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia. Retrieved (<https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>).
- Setiawan, Agus, Didin Wahidin, Minarti, and Soecipto. (2022). Program Pemberdayaan Masyarakat Desa Mahasiswa Vokasi.
- Triwidatin, Yuppy. (2022). Digital Marketing As an Effort To Increase Marketing Promotion in the Industrial Era 4.0 for Msme Actors, Prosperous Convection