

Optimalisasi Potensi Lokal melalui Pemberdayaan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Desa Sumberdalem

Yolanda Prety Nazhifa Hanun¹, Ardhitya Apriliansyah Putra², Nabila Rahma Safitri³,
Yahya Nur Ifriza^{4*}

¹Program Studi Pend. Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Semarang

²Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Semarang

³Program Studi Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Semarang

⁴Program Studi Sistem Informasi, Universitas Negeri Semarang

*e-mail: yahyanurifriza@mail.unnes.ac.id

Abstrak

Desa Sumberdalem memiliki berbagai potensi yang dapat dimanfaatkan untuk membantu meningkatkan perekonomian masyarakat, terutama melalui kegiatan UMKM. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala, seperti kurangnya pengembangan pada produk dan kemasan, branding yang belum maksimal, legalitas usaha, serta penggunaan media digital untuk pemasaran. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu pelaku UMKM mengenali potensi usaha yang dimiliki dan mengembangkannya agar lebih dikenal oleh masyarakat. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Kegiatan yang dilakukan meliputi pendataan dan pemetaan UMKM, melihat permasalahan yang dihadapi, serta pendampingan dalam branding, legalitas, digitalisasi, dan pemasaran produk. Dari kegiatan yang dilakukan, ditemukan beberapa UMKM yang dapat dikembangkan, seperti usaha basreng, warung jajanan, toko sayur, usaha tahu, dan toko roti. Pendampingan juga dilakukan melalui pembuatan identitas produk, perbaikan kemasan, pengenalan NIB dan sertifikasi halal, serta pemanfaatan Google Maps, QRIS, dan media sosial. Kegiatan ini membantu pelaku UMKM memperoleh pengetahuan mengenai pengembangan dan pemasaran usaha sesuai dengan kondisi dan potensi yang dimiliki.

Kata kunci: UMKM; potensi lokal; ekonomi kreatif; branding; pemasaran digital

Abstract

Sumberdalem Village has various potentials that can be used to support the local community's economy, especially through MSME activities. However, several problems were still found, including limited product and packaging development, weak branding, business legality, and the use of digital media for marketing. This community service activity was carried out to help MSME owners identify their business potential and develop their products so they can be better known by consumers. The method used was descriptive qualitative through observation, interviews, documentation, and direct assistance to MSME owners. The activities included collecting and mapping MSMEs, identifying the problems faced by business owners, and providing assistance in branding, business legality, digitalization, and product marketing. The results showed that several MSMEs in Sumberdalem Village have the potential to be developed, including basreng businesses, snack stalls, vegetable shops, tofu businesses, and bakeries. Assistance was also provided through product identity development, packaging improvement, introduction to NIB and halal certification, and the use of Google Maps, QRIS, and social media. This activity helped MSME owners gain a better understanding of business development and marketing based on their existing conditions and potential.

Keywords: UMKM; local potential; creative economy; branding; digital marketing

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi masyarakat pada era yang semakin kompetitif menuntut kemampuan dalam memanfaatkan berbagai potensi yang tersedia di lingkungan sekitar. Perubahan kebutuhan dan pola konsumsi masyarakat turut mendorong berkembangnya berbagai kegiatan ekonomi yang mengandalkan kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan sumber daya lokal. Potensi tersebut dapat menjadi modal penting dalam menciptakan kegiatan usaha yang memiliki nilai tambah apabila dikelola secara tepat dan berkelanjutan. Dalam studi ekonomi dikenal ada empat faktor produksi yakni sumber daya alam, sumber daya manusia, dan orientasi atau manajemen [1].

Desa memiliki beragam potensi yang bersumber dari sumber daya alam, sumber daya manusia, serta kearifan lokal yang memiliki nilai strategis bagi pengembangan masyarakat. Namun, berbagai potensi tersebut pada kenyataannya belum sepenuhnya dimanfaatkan dan dikelola secara optimal. Akibatnya, kontribusi potensi lokal terhadap peningkatan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat masih belum maksimal. Salah satu sektor yang dapat dikembangkan untuk mengoptimalkan potensi tersebut adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan gagasan sebagai sumber utama dalam menghasilkan nilai tambah [2]. Keberadaan sektor ini berpotensi menciptakan peluang usaha, memperluas kesempatan kerja, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Dalam konteks pedesaan, pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui optimalisasi berbagai potensi lokal, seperti hasil pertanian, kerajinan, kuliner khas daerah, seni dan budaya, serta pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pemasaran dan pengembangan usaha [3].

Salah satu wilayah yang memiliki potensi untuk dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif adalah Desa Sumberdalem, Kecamatan Kertek, Kabupaten Wonosobo. Desa Sumberdalem memiliki potensi yang dapat dikembangkan dari aspek sumber daya alam, sosial, ekonomi, dan sumber daya manusia. Potensi tersebut meliputi hasil pertanian dan perkebunan, keberadaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), keterampilan masyarakat, serta berbagai produk lokal yang memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah. Keberadaan berbagai potensi tersebut menjadi modal penting dalam mendorong penguatan perekonomian masyarakat apabila didukung oleh peningkatan kapasitas dalam pengelolaan usaha, inovasi produk, pengemasan, serta strategi pemasaran yang selaras dengan perkembangan teknologi [4].

Berdasarkan hasil observasi awal dan identifikasi kondisi masyarakat di Desa Sumberdalem, pemanfaatan potensi lokal sebagai bagian dari pengembangan ekonomi kreatif masih menghadapi sejumlah kendala. Permasalahan tersebut berkaitan dengan keterbatasan inovasi dan pengembangan produk, pengemasan dan branding produk yang belum optimal, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran yang masih perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi lokal belum sepenuhnya mampu menghasilkan nilai tambah dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya berorientasi pada pemanfaatan potensi yang telah tersedia, tetapi juga memberikan pendampingan dan penguatan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan potensi tersebut menjadi kegiatan ekonomi yang berkelanjutan [5].

Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat Desa Sumberdalem, khususnya pelaku UMKM serta masyarakat yang memiliki potensi atau minat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Keterlibatan masyarakat sebagai khalayak sasaran menjadi penting karena keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan sumber daya, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola, mengembangkan, dan memasarkan produk. Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian ini diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengoptimalkan potensi lokal melalui pendekatan ekonomi kreatif [6]. Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pemberdayaan potensi lokal melalui pengembangan ekonomi kreatif dan UMKM dapat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan perekonomian

masyarakat. Ekonomi kreatif memiliki kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah melalui kreativitas dan inovasi. Temuan tersebut diperkuat oleh (Rismayanti L. P. & Yanti N. N. S. A., 2025) yang menunjukkan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif dalam menciptakan peluang usaha serta meningkatkan daya saing produk lokal [7].

Pemberdayaan UMKM pada era digital juga memerlukan strategi pemasaran yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Pemanfaatan media digital dapat membantu pelaku usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas, membangun identitas produk, serta meningkatkan akses terhadap calon konsumen. Pemanfaatan potensi lokal yang disertai dengan inovasi dan dukungan teknologi digital dapat menjadi bagian penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di wilayah pedesaan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat perlu diarahkan tidak hanya pada peningkatan produksi, tetapi juga pada penguatan aspek inovasi, branding, pengemasan, dan digitalisasi pemasaran agar produk lokal memiliki daya saing yang lebih baik [8].

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal Desa Sumberdalem sebagai produk ekonomi kreatif serta masih perlunya peningkatan kapasitas masyarakat dalam pengembangan dan pemasaran produk secara inovatif dan berbasis digital. Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam menentukan bentuk kegiatan pengabdian yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan potensi wilayah. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk hilirisasi pengetahuan dan hasil kajian mengenai pengembangan potensi lokal, UMKM, ekonomi kreatif, serta pemanfaatan teknologi digital yang diterapkan secara langsung kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat Desa Sumberdalem dalam mengidentifikasi serta mengembangkan potensi lokal menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan inovasi dan pengemasan produk serta memperkuat pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Partisipasi mahasiswa dalam pengembangan ekonomi kreatif masyarakat desa memiliki peran penting dalam menerapkan pengetahuan dan teknologi secara praktis sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, masyarakat diharapkan mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki secara mandiri dan berkelanjutan sehingga dapat mendukung peningkatan daya saing produk lokal serta penguatan perekonomian masyarakat desa. Pengembangan ekonomi kreatif di Desa Sumberdalem tidak hanya dipandang sebagai upaya untuk menciptakan produk baru, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi sumber daya lokal, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menciptakan ekosistem ekonomi lokal yang lebih produktif, kreatif, adaptif, dan berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap, dimulai dari identifikasi potensi dan permasalahan UMKM, perencanaan program, sosialisasi dan pendampingan, pengembangan produk, perbaikan kemasan dan branding, pengenalan pemasaran berbasis digital, serta evaluasi kegiatan. Tahapan tersebut disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat Desa Sumberdalem agar program yang dilaksanakan dapat memberikan manfaat secara langsung bagi pelaku UMKM.

Identifikasi Potensi dan Permasalahan UMKM

Identifikasi potensi dan permasalahan dilakukan melalui observasi dan wawancara secara langsung di Desa Sumberdalem. Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi potensi sumber daya lokal, kondisi UMKM, karakteristik produk, serta permasalahan yang dihadapi pelaku usaha. Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM dan pemerintah desa untuk memperoleh informasi

mengenai kondisi usaha, kendala pengembangan, serta kebutuhan yang dapat mendukung peningkatan usaha. Hasil identifikasi selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam menentukan bentuk kegiatan pemberdayaan yang sesuai dengan kondisi masyarakat.

Perencanaan Program Pemberdayaan

Perencanaan program dilakukan berdasarkan hasil identifikasi potensi dan permasalahan yang ditemukan di lapangan. Pada tahap ini dilakukan koordinasi antara mahasiswa KKN, pemerintah desa, dan pelaku UMKM untuk menentukan bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Perencanaan meliputi penentuan sasaran kegiatan, materi pendampingan, bentuk pengembangan produk, pengemasan dan branding, serta strategi pemasaran berbasis digital. Tahap perencanaan dilakukan agar kegiatan pemberdayaan dapat dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM.

Pendampingan Pengembangan Produk

Pendampingan pengembangan produk dilakukan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan potensi lokal. Kegiatan diarahkan pada pengembangan produk agar memiliki nilai tambah dan daya saing yang lebih baik. Pendampingan dilakukan secara langsung melalui pemberian pengetahuan dan arahan yang disesuaikan dengan karakteristik produk serta kondisi masing-masing pelaku UMKM. Melalui kegiatan tersebut, pelaku UMKM diharapkan mampu menerapkan inovasi secara mandiri dalam pengembangan produknya.

Pendampingan Kemasan dan Branding Produk

Pemasar Pendampingan kemasan dan branding dilakukan sebagai upaya meningkatkan daya tarik serta identitas produk UMKM. Kegiatan meliputi pemberian pemahaman mengenai pentingnya kemasan, identitas produk, dan informasi produk dalam mendukung pemasaran. Pelaku UMKM diberikan pendampingan dalam memperbaiki tampilan kemasan dan memperkuat identitas produk sehingga produk lokal memiliki karakteristik yang lebih mudah dikenali oleh konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk UMKM.

Pemasaran Produk Berbasis Digital

Pemasaran berbasis digital dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM. Kegiatan dilaksanakan melalui pengenalan dan pendampingan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi produk. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Pendampingan juga diarahkan pada penyusunan informasi produk yang menarik dan informatif sehingga produk lokal Desa Sumberdalem dapat memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas.

Evaluasi Kegiatan

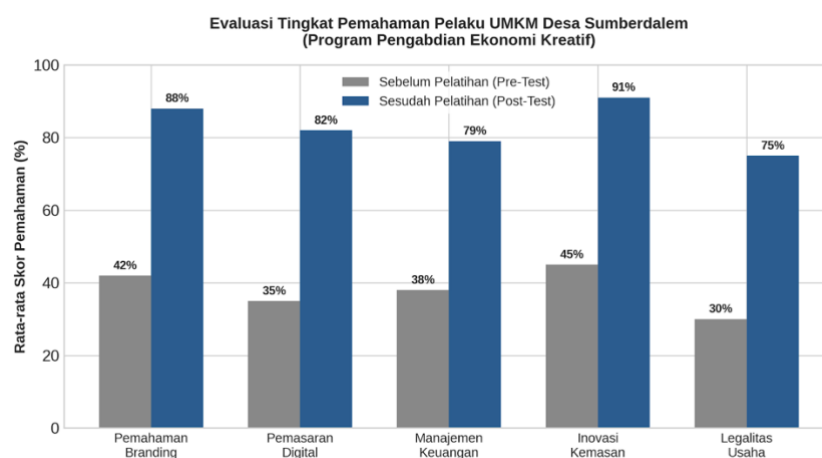
Evaluasi dilakukan untuk mengetahui ketercapaian pelaksanaan program pemberdayaan UMKM. Evaluasi dilakukan dengan mengamati perubahan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM setelah mengikuti kegiatan pendampingan. Indikator evaluasi meliputi kemampuan dalam mengembangkan produk, peningkatan kualitas kemasan dan branding, serta kemampuan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan serta peluang keberlanjutan program pemberdayaan UMKM di Desa Sumberdalem.

Data kegiatan diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk memperoleh data mengenai kondisi UMKM dan potensi lokal secara langsung. Wawancara dilakukan kepada pelaku UMKM dan pemerintah desa untuk memperoleh informasi mengenai potensi, permasalahan, serta kebutuhan pengembangan usaha. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa dokumentasi kegiatan, produk UMKM, proses pendampingan, dan hasil pengembangan produk. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dengan metode tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai

proses dan kontribusi pemberdayaan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam mengoptimalkan potensi lokal Desa Sumberdalem.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan bentuk penerapan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat untuk memberikan nilai tambah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi. Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN UNNES di Desa Sumberdalem diarahkan pada optimalisasi potensi lokal melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif. Pelaksanaan kegiatan didasarkan pada hasil identifikasi kondisi UMKM yang menunjukkan adanya potensi produk lokal dan sumber daya masyarakat yang dapat dikembangkan, tetapi masih menghadapi beberapa kendala pada aspek pengembangan produk, branding, legalitas usaha, pemanfaatan teknologi digital, dan pemasaran, hasil pengabdian dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Hasil Pengabdian

Grafik evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman pelaku UMKM Desa Sumberdalem setelah mengikuti program pengabdian berbasis ekonomi kreatif, dengan kenaikan rata-rata di atas 40% pada seluruh indikator. Peningkatan tertinggi tercatat pada aspek inovasi kemasan yang melonjak dari 45% menjadi 91% dan pemahaman branding dari 42% menjadi 88%, disusul oleh peningkatan pemasaran digital menjadi 82%, manajemen keuangan menjadi 79%, serta legalitas usaha menjadi 75%. Capaian skor post-test yang secara konsisten berada di atas 75% ini membuktikan bahwa strategi pendampingan efektif dalam memperkuat kapasitas usaha dan mengoptimalkan potensi lokal masyarakat Desa Sumberdalem.

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa bentuk pendampingan yang meliputi branding UMKM, pendampingan legalitas UMKM, digitalisasi UMKM, dan digital marketing. Keempat kegiatan tersebut dilaksanakan secara bertahap dan disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan pelaku UMKM. Pelaksanaan kegiatan tidak hanya berorientasi pada pemberian informasi, tetapi juga diarahkan pada penerapan secara langsung agar pengetahuan yang diperoleh dapat digunakan dalam kegiatan usaha.

Pemetaan Potensi Lokal

Pemetaan potensi lokal dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai jenis usaha masyarakat yang memiliki potensi untuk dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi lapangan, terdapat beberapa jenis UMKM yang menjadi potensi ekonomi masyarakat Desa Sumberdalem, yaitu usaha basreng, warung jajanan, toko sayur, usaha tahu, dan toko roti. Jenis UMKM yang ada di Desa Sumberdalem dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jenis UMKM di Desa Sumberdalem

Jenis UMKM	Produk Utama	Potensi Pengembangan	Permasalahan/Peluang
Basreng	Basreng berbagai rasa	Inovasi kemasan dan logo branding, dan sertifikat halal	Produk memiliki peluang pasar yang luas, tetapi branding dan pemasaran dapat ditingkatkan
Warung Jajanan	Aneka makanan ringan dan jajanan	Identitas usaha, Penjualan melalui marketplace dan promosi melalui media sosial	Konsumen cukup dekat dengan lingkungan sekitar, tetapi jangkauan pasar masih terbatas
Toko Sayur	Sayuran dan kebutuhan pangan sehari-hari	Digitalisasi informasi produk, pelayanan berbasis pesan antar, promosi digital	Memiliki konsumen rutin, tetapi pemasaran masih bersifat konvensional
Usaha Tahu	Tahu sebagai produk pangan	Pengembangan branding pemasaran	Produk merupakan kebutuhan pangan sehari-hari dan berpotensi dikembangkan menjadi produk olahan
Toko Roti	Berbagai jenis roti	Pengembangan pembuatan google maps dan QRIS	

1) Produk Unggulan Desa

Produk unggulan desa merupakan salah satu indikator penting dalam mengidentifikasi potensi ekonomi lokal yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing masyarakat. Berdasarkan hasil pemetaan potensi UMKM di Desa Sumberdalem, terdapat beberapa produk masyarakat yang memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai produk unggulan desa, yaitu basreng, aneka jajanan, sayuran, tahu, roti, selada air. Keberadaan produk tersebut menunjukkan adanya aktivitas ekonomi masyarakat yang beragam serta potensi pengembangan usaha berbasis kreativitas dan sumber daya lokal.

2) Bahan Baku yang Digunakan

Bahan baku yang digunakan oleh UMKM di Desa Sumberdalem berasal dari sumber lokal maupun pemasok di wilayah sekitar desa. Pada usaha basreng dan warung jajanan, bahan yang digunakan meliputi bakso, tepung, minyak, telur, gula, dan berbagai bumbu. Usaha tahu menggunakan kedelai sebagai bahan utama, sedangkan toko sayur menyediakan berbagai komoditas sayuran dan kebutuhan pangan. Sementara itu, toko roti menggunakan bahan seperti tepung, telur, gula, margarin, susu, dan ragi.

Pemanfaatan bahan baku tersebut menunjukkan adanya potensi rantai ekonomi lokal melalui kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran. Optimalisasi dapat dilakukan dengan memperkuat penggunaan bahan baku dari wilayah sekitar serta mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah dan ciri khas lokal.

3) Potensi Produk untuk Dikembangkan Menjadi Produk Ekonomi Kreatif

Berdasarkan hasil pemetaan potensi UMKM di Desa Sumberdalem, terdapat beberapa produk lokal yang memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk berbasis ekonomi kreatif, yaitu basreng, aneka jajanan, sayuran, tahu, dan roti. Potensi tersebut dapat dikembangkan melalui penerapan kreativitas dan inovasi pada aspek

produk, kemasan, branding, serta strategi pemasaran. Pada produk basreng, pengembangan dapat dilakukan melalui inovasi varian rasa, ukuran, desain kemasan, dan identitas merek sehingga produk memiliki karakteristik yang lebih kuat dan daya tarik yang lebih tinggi bagi konsumen. Sementara itu, aneka jajanan memiliki peluang untuk dikembangkan melalui variasi produk, peningkatan tampilan, penataan, dan pengemasan yang lebih menarik sehingga mampu meningkatkan nilai jual produk.

Pada produk sayuran, pengembangan ekonomi kreatif dapat diarahkan pada inovasi pelayanan dan pemasaran, seperti penyusunan paket sayuran, pengemasan yang lebih praktis, serta pemanfaatan media digital untuk memberikan informasi mengenai ketersediaan produk dan menerima pesanan. Produk tahu juga memiliki peluang untuk dikembangkan melalui diversifikasi menjadi produk olahan, peningkatan kualitas kemasan, serta penguatan identitas produk. Adapun produk roti memiliki potensi yang relatif luas untuk dikembangkan karena memungkinkan adanya kreativitas dalam variasi rasa, bentuk, ukuran, tampilan, dan kemasan. Pengembangan tersebut dapat didukung dengan pembuatan katalog digital, fotografi produk, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

Dengan demikian, potensi produk UMKM di Desa Sumberdalem tidak hanya terletak pada keberadaan produk yang telah dihasilkan, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi dan meningkatkan nilai tambah produk. Pemberdayaan yang dilakukan melalui pendampingan branding, pengembangan kemasan, digitalisasi, dan pemasaran digital menjadi strategi yang relevan untuk mengoptimalkan potensi tersebut. Melalui pendekatan ekonomi kreatif, produk yang sebelumnya dipasarkan secara sederhana dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki identitas, nilai tambah, daya tarik, dan daya saing yang lebih baik, sehingga berpotensi memperluas jangkauan pasar serta mendukung penguatan ekonomi masyarakat Desa Sumberdalem.

Identifikasi Permasalahan UMKM

Identifikasi permasalahan UMKM dilakukan untuk mengetahui berbagai kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing produknya. Berdasarkan hasil observasi dan interaksi dengan pelaku UMKM di Desa Sumberdalem, permasalahan yang ditemukan tidak hanya berkaitan dengan proses produksi, tetapi juga mencakup aspek branding, legalitas, digitalisasi, dan pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM telah memiliki produk dan aktivitas usaha yang berjalan, tetapi masih memerlukan penguatan dalam aspek pengelolaan dan pengembangan usaha.

Salah satu permasalahan yang ditemukan adalah branding yang belum optimal. Beberapa produk UMKM belum memiliki identitas usaha yang kuat, seperti logo, nama merek, maupun karakter visual yang konsisten. Kondisi tersebut menyebabkan produk relatif sulit dibedakan dengan produk sejenis dan belum memiliki identitas yang dapat membangun daya ingat konsumen. Padahal, branding menjadi salah satu aspek penting dalam membangun citra dan meningkatkan daya tarik suatu produk, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Permasalahan Mitra

Aspek Permasalahan	Kondisi UMKM	Dampak	Bentuk Pemberdayaan
Branding	Sebagian UMKM belum memiliki identitas merek, logo, dan karakter visual yang kuat.	Produk kurang mudah dikenali dan dibedakan dari produk sejenis.	Pendampingan pembuatan logo, nama merek, dan identitas visual.
Legalitas	Pemahaman pelaku usaha mengenai legalitas UMKM masih terbatas.	Pengembangan usaha dan perluasan pasar dapat terhambat.	Pendampingan pembuatan NIB dan sertifikasi halal
Digitalisasi	Pemanfaatan media digital dalam pengelolaan dan pengenalan usaha masih terbatas.	Informasi produk dan jangkauan konsumen masih terbatas.	Pendampingan digitalisasi UMKM dan pemanfaatan platform digital. Seperti pembuatan Google maps dan QRIS
Digital Marketing	Pemasaran masih didominasi metode konvensional dan belum dilakukan secara konsisten melalui media digital.	Jangkauan pemasaran dan peluang memperoleh konsumen baru belum optimal.	Pelatihan media sosial, katalog digital, foto produk, dan strategi promosi digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di Desa Sumberdalem menunjukkan bahwa desa memiliki beberapa usaha yang cukup berpotensi untuk dikembangkan, seperti basreng, warung jajanan, toko sayur, usaha tahu, dan toko roti. Dari hasil kegiatan, masih ditemukan beberapa kendala yang dihadapi pelaku UMKM, terutama dalam hal branding, legalitas usaha, penggunaan media digital, dan pemasaran. Pendampingan yang dilakukan membantu pelaku UMKM mengenal beberapa cara untuk mengembangkan usahanya, seperti memperbaiki identitas dan kemasan produk, mengurus NIB dan sertifikasi halal, serta menggunakan Google Maps, QRIS, dan media sosial untuk mengenalkan produk. Kelebihan dari kegiatan ini adalah pendampingan dilakukan dengan melihat kondisi dan kebutuhan masing-masing UMKM, sehingga arahan yang diberikan dapat disesuaikan dengan usaha yang dijalankan. Namun, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan karena waktu pendampingan yang terbatas dan belum semua hasil pendampingan dapat dilihat dalam jangka panjang. Untuk ke depannya, pendampingan masih perlu dilanjutkan agar pelaku UMKM dapat menerapkan pengetahuan yang sudah diperoleh, terutama dalam pengelolaan produk, branding, dan pemasaran melalui media digital. Dengan adanya pendampingan lanjutan, produk-produk yang sudah dimiliki masyarakat Desa Sumberdalem dapat lebih dikenal dan memiliki kesempatan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Negeri Semarang (UNNES), pemerintah Desa Sumberdalem, para pelaku UMKM, dan masyarakat Desa Sumberdalem yang telah membantu dan mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada semua pihak yang telah ikut berpartisipasi selama kegiatan berlangsung, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Malahayatie, & Irmayani. (2022). Optimalisasi Peran Dekranasda Dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada Kelompok Kerajinan Perempuan Kabupaten Aceh Timur. *Saree: Research In Gender Studies*, 4.
- [2] Rismayanti L. P., & Yanti N. N. S. A. (2025). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF LOKAL UMKM MELALUI INOVASI KERAJINAN STRAPPING BAND DI DESA DUMAN. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 11(2).
- [3] Wardianti, F. I., Sampurno, M. P., Syaifullah, N. R., Rahma, N. A., Arsilia, R., Ayu, R., & Suprayitno, M. (2024). Optimalisasi Kolaborasi Mahasiswa KKN 26 dan Masyarakat Desa Munggugianti untuk Menciptakan Program Kerja Lingkungan dan Pendukungnya sehingga Tercapai Tujuan yang Saling Menguntungkan. *Jurnal Cakrawala Maritim*, 7. <http://jcm.ppns.ac.id>
- [4] Aulia, R., & Rahmadani, S. (2024). Optimalisasi Potensi Desa Melalui Pemberdayaan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 10(1), 45–53.
- [5] Wibowo, A., Nugroho, H., & Lestari, P. (2024). Pendampingan Inovasi Kemasan dan Branding Produk UMKM Lokal dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 112–120.
- [6] Setiawan, B., & Fitriani, D. (2025). Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan UMKM. *Jurnal Riset Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 28–36.
- [7] Pratama, M. R., & Hidayat, T. (2025). Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro Berbasis Potensi Lokal Menuju Kemandirian Ekonomi Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 5(3), 301–310.
- [8] Suryani, N., Santoso, E., & Wijaya, K. (2026). Strategi Pendampingan Legalitas Usaha dan Pengembangan Brand Identity Bagi UMKM Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Desa*, 7(1), 15–24.