



DIKTISAINTEK  
BERDAMPAK



# MODUL

PENDAMPINGAN VISUAL  
BRANDING UNTUK UMKM  
WONOREJO MENGGUNAKAN  
SOFTWARE CANVA

Disusun Oleh: KKNT Kelompok  
80 Wonorejo

**MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
PENDAMPINGAN VISUAL BRANDING UNTUK  
UMKM WONOREJO MENGGUNAKAN  
SOFTWARE CANVA**



**Oleh:  
KELOMPOK 80 KKNT SDGS**

**Dosen Pembimbing Lapangan:  
Roziana Febrianita, S.Sos., M.A  
NPT. 17219820211048**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
"VETERAN" JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Modul : Pendampingan Visual Branding untuk UMKM Wonorejo Berbasis Software Canva
2. Pemanfaatan IPTEK : Digitalisasi Visual Branding
3. Nama Dosen Pembimbing Lapangan  
Nama Lengkap : Roziana Febrianita, S.Sos., M.A  
NIP : 17219820211048  
Jabatan Fungsional : Dosen Pembimbing Lapang  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Nomor Telepon : 082139597434  
Alamat e-mail : [roziana.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:roziana.ilkom@upnjatim.ac.id)  
Perguruan Tinggi : UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Lokasi Kegiatan : Kelurahan Wonorejo
5. Anggota
  1. Nama Lengkap : Nanda Wahyu Saputra  
NPM : 22013010025  
Prodi : Akuntansi
  2. Nama Lengkap : Fahryan Putra Ramadi  
NPM : 22082010189  
Prodi : Sistem Informasi
  3. Nama Lengkap : Lilis Sugiharti  
NPM : 22051010009  
Prodi : Arsitektur
  4. Nama Lengkap : Audrey Septya Rosanti  
NPM : 22082010197  
Prodi : Sistem Informasi
  5. Nama Lengkap : Hanif Ziva Zavira  
NPM : 22083010078

- Prodi : Sains Data
6. Nama Lengkap : Safilla Aira Safitri  
NPM : 22044010010  
Prodi : Hubungan Internasional
7. Nama Lengkap : Adinda Prasyantia  
NPM : 22071010034  
Prodi : Hukum
8. Nama Lengkap : Indri Oktafianti  
NPM : 22012010232  
Prodi : Manajemen
9. Nama Lengkap : Mohammad Zaini  
NPM : 22032010179  
Prodi : Teknik Industri
10. Nama Lengkap : Karisa Maslaka  
NPM : 22012010193  
Prodi : Manajemen
11. Nama Lengkap : Yesi Nabela Mia Arifan  
NPM : 22042010179  
Prodi : Administrasi Bisnis
12. Nama Lengkap : Novelni Mimi Matius  
NPM : 22045011095  
Prodi : Pariwisata
13. Nama Lengkap : Umi Sholihatu Marfuatin  
NPM : 22041010079  
Prodi : Administrasi Publik
14. Nama Lengkap : Riko Julian Wardana  
NPM : 22042010056  
Prodi : Administrasi Bisnis
15. Nama Lengkap : Dewinta Cahya Noviyanti  
NPM : 22045010086

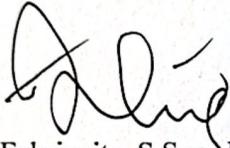
- |     |              |                                 |
|-----|--------------|---------------------------------|
|     | Prodi        | : Pariwisata                    |
| 16. | Nama Lengkap | : Ramadhani Elsyia Narventina S |
|     | NPM          | : 22032010016                   |
|     | Prodi        | : Teknik Industri               |
| 17. | Nama Lengkap | : Dwi Fibianto                  |
|     | NPM          | : 22081010231                   |
|     | Prodi        | : Informatika                   |
| 18. | Nama Lengkap | : Anisa Zahra Marchanda Putri   |
|     | NPM          | : 22011010204                   |
|     | Prodi        | : Ekonomi Pembangunan           |
| 19. | Nama Lengkap | : Syakirah Tsaltsa Fitriah      |
|     | NPM          | : 22052010005                   |
|     | Prodi        | : Desain Komunikasi Visual      |
| 20. | Nama Lengkap | : Daffa Ammar Mahendra          |
|     | NPM          | : 22081010189                   |
|     | Prodi        | : Informatika                   |
| 21. | Nama Lengkap | : Amanda Widya Indah Sujatmoko  |
|     | NPM          | : 22081010263                   |
|     | Prodi        | : Informatika                   |
| 22. | Nama Lengkap | : Beryl Dani Athallah Zhahran   |
|     | NPM          | : 22042010277                   |
|     | Prodi        | : Administrasi Bisnis           |
| 23. | Nama Lengkap | : Shalina Ananta Fauziah        |
|     | NPM          | : 22011010060                   |
|     | Prodi        | : Ekonomi Pembangunan           |
| 24. | Nama Lengkap | : Putri Aniisah                 |
|     | NPM          | : 22043010022                   |
|     | Prodi        | : Ilmu Komunikasi               |
| 25. | Nama Lengkap | : Mula Rangga Budi Samodra      |
|     | NPM          | : 22034010041                   |

- Prodi : Teknik Lingkungan  
26. Nama Lengkap : Fikri Raihan Pratama  
NPM : 22081010106  
Prodi : Informatika  
27. Nama Lengkap : Maya Sari Cahya Aisyah  
NPM : 22071010326  
Prodi : Hukum  
28. Nama Lengkap : Akbar Aulia Muhammad S  
NPM : 22071010267  
Prodi : Hukum  
29. Nama Lengkap : Muhammad Fikri Haashim  
NPM : 22082010011  
Prodi : Sistem Informasi  
30. Nama Lengkap : Dimas Nugroho Putra Kuncoro  
NPM : 22025010171  
Prodi : Agroteknologi

Surabaya, 29 Juli 2025

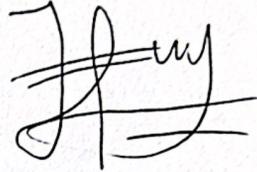
Menyetujui DPL

Ketua Kelompok



Roziana Febrianita, S.Sos., M.A

NPT. 17219820211048



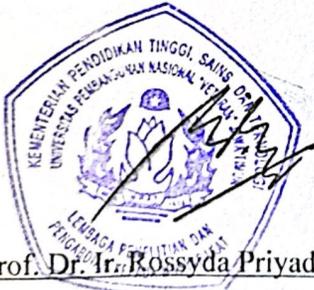
Muhammad Fikri Haashim

NPM. 22082010011

Mengetahui,

Kepala LPMM

Kepala Pusdimas KKN LPPM



Prof. Dr. Ir. Rossyda Priyadarshini, M.P.

NIP. 196703191991032001



Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Si., M.Ed.

NPT. 373059901701

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan kemudahannya sehingga modul pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “PENDAMPINGAN VISUAL BRANDING UNTUK UMKM WONOREJO MENGGUNAKAN SOFTWARE CANVA” ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Modul ini disusun dalam rangka pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Bela Negara Tahun 2025 oleh Kelompok 80 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang ditempatkan di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Modul ini hadir sebagai upaya untuk memberikan wawasan serta panduan praktis kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut dalam membangun identitas visual yang kuat dan menarik, guna meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pemasaran. Tersusunnya modul ini tidak lepas dari peran dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Abidin Achmad, M.Si, M.Ed. selaku Kepala Pusat Pengabdian kepada Masyarakat dan KKN,
2. Ibu Roziana Febrianita, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Lapangan,

3. Ibu Ari Hardini, ST, M.M. selaku Lurah Wonorejo beserta jajaran staf kelurahan yang telah menerima dan mendampingi kegiatan kami,
4. Ibu Acik selaku Koor UMKM dan para pelaku UMKM di Kelurahan Wonorejo yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan program ini,
5. Bapak Ainal Yakin selaku pemilik UMKM Berkah Mandiri di Kelurahan Wonorejo yang telah bersedia menjadi sasaran program pendampingan visual branding.
6. Serta seluruh anggota kelompok 80 yang turut berkontribusi dalam kelancaran kegiatan dan penyusunan modul ini.

Kami menyadari bahwa modul ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, segala bentuk masukan, saran, dan kritik yang membangun sangat kami harapkan demi penyempurnaan dan kebermanfaatan modul ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga modul ini dapat memberikan nilai tambah bagi pengembangan UMKM di Kelurahan Wonorejo dan menjadi bagian dari kontribusi nyata mahasiswa dalam membangun bangsa melalui pemberdayaan masyarakat terutama di Kota Surabaya.

Surabaya, 29 Juli 2025

Tim Penyusun

KKN Kelompok 80

## DAFTAR ISI

PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan .....	3
1.3 Manfaat .....	4
1.4 Nama dan Bentuk Kegiatan .....	4
1.5 Sasaran dan Lokasi Kegiatan .....	5
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	6
2.1 Konsep Pendampingan.....	6
2.2 Visual Branding .....	6
2.3 Logo .....	7
2.4 Kemasan Produk .....	7
2.5 Konten Promosi .....	8
2.6 Canva .....	8
2.7 Keunggulan Canva.....	9
2.8 Proses Pendampingan Visual Branding untuk UMKM Wonorejo menggunakan Software Canva.....	10
2.9 Peralatan dan Bahan.....	14
2.10 Tahap Pendampingan UMKM .....	14
PENUTUP .....	24
3.1 Kesimpulan .....	24
3.2 Saran .....	24

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Perencanaan Kegiatan Pelatihan Visual Branding Untuk UMKM Wonorejo .....	11
Gambar 2. 2 Penyuluhan Kegiatan Pelatihan Visual Branding Untuk UMKM Wonorejo .....	12
Gambar 2. 3 Kegiatan Pelatihan Visual Branding Untuk UMKM Wonorejo .....	13
Gambar 2. 4 Kegiatan Pendampingan UMKM Berkah Mandiri Wonorejo .....	14
Gambar 2. 5 Survey UMKM Berkah Mandiri .....	15
Gambar 2. 6 Design Logo UMKM Berkah Mandiri Yang Sudah Diperbaiki .....	16
Gambar 2. 7 Proses Foto Produk UMKM Berkah Mandiri ..	18
Gambar 2. 8 Proses Pembuatan Konten Promosi .....	21
Gambar 2. 9 Kegiatan Pembuatan Toko Online.....	22
Gambar 2. 10 Toko Online Shopee UMKM Berkah Mandiri	22

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Perbandingan Design Kemasan.....	16
Tabel 2. 2 Foto Produk UMKM Berkah Mandiri.....	18

# **PENDAMPINGAN VISUAL BRANDING UNTUK UMKM WONOREJO MENGGUNAKAN SOFTWARE CANVA**

Roziana Febrianita, S.Sos. M.A<sup>1</sup>, Mula Rangga Budi  
Samodra<sup>2</sup>, Lilis Sugiharti<sup>3</sup>, Umi Sholihatu Marfuatin<sup>4</sup>,  
Dimas Nugroho Putra<sup>5</sup>, Novelni Mimi Matius<sup>5</sup>  
e-mail : roziana.ilkom@upnjatim.ac.id

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pengabdian Masyarakat merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membantu memberi solusi terhadap permasalahan nyata yang terjadi di Masyarakat. Seperti halnya kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wonorejo bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan pelaku UMKM agar mereka dapat bersaing lebih efektif di pasar yang semakin berkembang dan kompetitif. Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kata yang sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat Indonesia. Namun masih banyak sekali masyarakat Indonesia yang belum benar-benar memahami apa itu UMKM, yang diketahui masyarakat umum Ketika mendengar kata UMKM hanya sebatas unit usaha kecil. Secara sederhana pengertian UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh orang-perorangan atau berbentuk badan usaha yang

kegiatan usahanya pada lingkup kecil (Ariyanto et al., 2021).

UMKM di Desa Wonorejo menjadi salah satu penopang ekonomi masyarakat, dengan jenis usaha seperti kuliner, kerajinan, dan jasa. Meski potensial, banyak pelaku UMKM masih kesulitan mengembangkan usaha, terutama dalam hal pemasaran dan branding. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pemahaman tentang visual branding. Padahal, elemen seperti logo, warna, tipografi, desain kemasan, dan konten promosi penting untuk menciptakan citra usaha yang profesional dan mudah dikenali. Tanpa identitas visual yang kuat, produk UMKM sulit bersaing meskipun berkualitas.

Menanggapi permasalahan tersebut, kegiatan pendampingan kepada pelaku UMKM yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN dirancang untuk membantu pelaku usaha dalam memperkuat branding dan meningkatkan daya saing produk lokal. Pendampingan ini mencakup pelatihan dan praktik langsung dalam pembuatan desain logo usaha, kemasan produk yang menarik dan fungsional, serta pembuatan konten promosi digital yang efektif di media social.

Pendampingan ini tidak hanya difokuskan pada keterampilan teknis dalam menggunakan Canva, tetapi juga pada pemahaman dasar mengenai

pentingnya visual branding, prinsip desain sederhana, serta bagaimana strategi visual dapat memengaruhi daya tarik dan kredibilitas suatu usaha. Modul ini disusun sebagai luaran dari kegiatan pendampingan dan menjadi panduan praktis yang dapat dipelajari dan digunakan kembali oleh peserta pelatihan maupun pelaku UMKM lainnya secara mandiri.

Diharapkan, melalui pendampingan ini, UMKM di Wonorejo mampu meningkatkan kualitas branding usaha mereka, menciptakan tampilan visual yang lebih profesional, dan pada akhirnya memperluas jangkauan pasar mereka baik secara offline maupun online. Selain itu, pendampingan ini juga bertujuan untuk menumbuhkan semangat kemandirian, kreativitas, dan adaptasi teknologi digital dalam pengembangan usaha kecil di tingkat desa.

Dengan tersusunnya modul ini, besar harapan kami bahwa ilmu dan keterampilan yang telah diberikan dapat terus diterapkan secara berkelanjutan oleh para pelaku UMKM Wonorejo, sehingga mampu membawa dampak nyata dalam perkembangan usaha mereka.

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- Memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya visual branding dalam pengembangan usaha.

- Membantu pelaku UMKM menciptakan identitas visual usaha yang profesional melalui pembuatan logo, desain kemasan, dan konten promosi.
- Meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk memperluas jangkauan pasar melalui branding yang konsisten.
- Mendorong kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola citra usahanya secara kreatif dan berkelanjutan.

### **1.3 Manfaat**

Manfaat dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- UMKM dapat meningkatkan daya saing melalui tampilan visual usaha yang lebih menarik dan profesional.
- Meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun digital.
- Menumbuhkan kemandirian dan efisiensi biaya dalam proses branding usaha.
- Meningkatkan pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM di lingkungan desa.
- Terbentuknya identitas usaha yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

### **1.4 Nama dan Bentuk Kegiatan**

- Nama Kegiatan :

Pendampingan visual branding untuk UMKM Wonorejo menggunakan software canva.

- Bentuk Kegiatan :
  1. Diskusi mengenai kekurangan dan hambatan bersama pemilik UMKM Berkah Mandiri.
  2. Diskusi mengenai konsep visual branding.
- Tema Kegiatan :

Pemberdayaan UMKM Wonorejo melalui Literasi Visual dan Branding Digital dalam Rangkaian Kegiatan Edukatif dan Aplikatif.

### **1.5 Sasaran dan Lokasi Kegiatan**

Sasaran kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di wilayah Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Peserta kegiatan terdiri dari pemilik atau perwakilan UMKM yang ingin mengembangkan identitas visual branding usaha mereka. Lokasi kegiatan dilaksanakan di Kantor Kelurahan Wonorejo.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **2.1 Konsep Pendampingan**

Pendampingan UMKM merupakan proses fasilitasi yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku usaha kecil melalui berbagi pengetahuan, keterampilan, serta dukungan teknis. Pendampingan yang tepat mampu membantu UMKM mengatasi hambatan dalam pemasaran, branding, hingga adaptasi teknologi. Di Desa Wonorejo, pendampingan difokuskan pada penguatan visual branding dan pemanfaatan platform digital sebagai strategi pemasaran modern.

### **2.2 Visual Branding**

Visual branding adalah proses membangun identitas visual dari suatu usaha agar mudah dikenali dan memiliki kesan yang konsisten di mata konsumen. Dalam konteks UMKM, visual branding sangat penting karena menjadi wajah pertama yang dilihat calon pelanggan sebelum mencoba produk (Maheni DK dkk., 2023). Melalui elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, desain kemasan, hingga materi promosi, sebuah usaha dapat menyampaikan nilai dan karakter produknya secara efektif. Dalam pelatihan ini, peserta diajak untuk memahami bahwa visual branding bukan hanya tentang estetika, tetapi juga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap citra

dan kepercayaan pelanggan terhadap usaha mereka. Identitas visual yang kuat dan konsisten akan membantu usaha tampil lebih profesional dan memiliki daya saing yang lebih tinggi.

### **2.3 Logo**

Logo adalah simbol grafis yang mewakili identitas sebuah entitas, baik itu perusahaan, produk, atau organisasi. Logo berperan penting sebagai sarana komunikasi visual untuk membedakan suatu merek dari pesaingnya. Menurut Nugroho (2017), logo merupakan lambang atau tanda yang digunakan sebagai identitas visual perusahaan dan bertujuan untuk membangun citra di benak masyarakat. Logo yang baik harus sederhana, mudah dikenali, dan merepresentasikan nilai dari produk atau perusahaan tersebut.

### **2.4 Kemasan Produk**

Kemasan produk adalah wadah atau pembungkus dari suatu produk yang berfungsi melindungi, menyimpan, dan sekaligus mempromosikan produk tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016), “kemasan adalah elemen produk yang pertama kali dilihat konsumen dan memiliki peran penting dalam membentuk persepsi awal terhadap produk.” Fungsi kemasan tidak hanya sekadar proteksi, tetapi juga sebagai alat komunikasi dan promosi. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat

beli dan menjadi pembeda dari produk sejenis. Kemasan juga mengandung informasi penting seperti merek, logo, komposisi, cara penggunaan, serta tanggal kedaluwarsa (Wibowo, 2018).

## **2.5 Konten Promosi**

Konten promosi adalah segala bentuk materi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan kesadaran, ketertarikan, dan tindakan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut Wijaya (2019), “konten promosi merupakan strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk membujuk target pasar agar melakukan tindakan pembelian atau mengenali merek”. Konten promosi bisa berbentuk teks, gambar, video, audio, maupun kombinasi dari semuanya, dan dapat disebarluaskan melalui berbagai media seperti media sosial, brosur, iklan digital, maupun media cetak. Saat ini, strategi digital marketing berbasis konten menjadi salah satu pendekatan paling efektif dalam menjangkau audiens (Kurniawan, 2020).

## **2.6 Canva**

Canva merupakan platform desain grafis berbasis online yang sangat ramah bagi pemula, termasuk pelaku UMKM yang belum memiliki pengalaman dalam bidang desain. Dalam pelatihan ini, Canva digunakan sebagai alat utama untuk membuat

berbagai elemen visual branding. Dengan fitur antarmuka yang intuitif, Canva memungkinkan pengguna untuk mendesain logo, banner, kemasan, dan berbagai materi promosi lainnya hanya dengan metode drag-and-drop. Peserta diajarkan cara membuat akun, memilih template, menyesuaikan elemen seperti teks, warna, ikon, hingga menyimpan dan mengunduh desain. Canva dipilih karena memiliki banyak fitur gratis yang cukup untuk kebutuhan dasar UMKM, serta dapat diakses baik melalui laptop maupun smartphone. Penggunaan Canva menjadi solusi praktis dan efisien bagi pelaku usaha untuk mengembangkan tampilan usaha mereka tanpa perlu menyewa jasa desainer profesional. Aplikasi Canva sangat sesuai dan direkomendasikan untuk pelaku usaha kecil dan pemula, karena Canva mudah digunakan dan memiliki berbagai fitur menarik, termasuk ribuan template gratis yang dapat diakses dengan mudah (Sunarto & Setiadi, 2023).

## **2.7 Keunggulan Canva**

- Gratis dan mudah digunakan oleh pemula.
- Menyediakan ribuan template desain yang bisa disesuaikan.
- Dapat diakses melalui komputer atau smartphone.
- Memiliki fitur drag-and-drop yang memudahkan proses desain.

- Tersedia berbagai elemen grafis seperti ikon, gambar, font, dan ilustrasi.
- Mendukung penyimpanan cloud dan kolaborasi desain dalam satu tim.
- Hasil desain dapat diunduh dalam berbagai format (PNG, JPG, PDF).

## **2.8 Proses Pendampingan Visual Branding untuk UMKM Wonorejo menggunakan Software Canva**

Proses pendampingan visual branding untuk UMKM Wonorejo lewat Canva diawali dengan perencanaan kegiatan, lalu dilanjutkan dengan penyuluhan dan pelaksanaan pelatihan. Kegiatan pendampingan dilakukan setelah Pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 12 Juli 2025 di Balai Kelurahan Wonorejo. Kegiatan ini dihadiri oleh pelaku UMKM di Wonorejo dan seluruh mahasiswa KKN. Berikut penjabaran dari proses pendampingan visual branding untuk UMKM Wonorejo menggunakan software Canva:

### **1. Perencanaan**

Dari hasil survei yang sudah dilakukan, kelompok KKN mengambil keputusan bahwa akan melaksanakan kegiatan pelatihan visual branding untuk UMKM Wonorejo menggunakan software Canva di Balai Kelurahan Wonorejo. Kelompok KKN membuat perencanaan kegiatan, mulai dari waktu pelaksanaan, materi

yang akan disampaikan saat kegiatan berlangsung, pemateri yang akan diundang untuk menyampaikan materi, hingga perlengkapan-perengkapan yang akan digunakan.



*Gambar 2. 1 Perencanaan Kegiatan Pelatihan Visual Branding Untuk UMKM Wonorejo*

## 2. Penyuluhan

Pelaksanaan penyuluhan dilaksanakan pada hari Jumat, 12 Juli 2025 di Balai Kelurahan Wonorejo. Kegiatan penyuluhan ini dilakukan oleh seluruh anggota kelompok KKN dengan jobdesc nya masing-masing. Dalam penyuluhan ini, disampaikan materi mengenai visual branding, yang disampaikan oleh Faliha Nayza Syafhan Siregar.



*Gambar 2. 2 Penyuluhan Kegiatan Pelatihan Visual Branding Untuk UMKM Wonorejo*

### 3. Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan. Pelatihan dilaksanakan juga pada hari Jumat, 12 Juli 2025 di Balai Kelurahan Wonorejo setelah penyuluhan selesai. Dalam kegiatan pelatihan, pelaku UMKM Wonorejo yang menghadiri kegiatan ini dipandu oleh kelompok KKN dalam membuat beberapa media visual branding, seperti logo, banner, dan packaging dengan menggunakan aplikasi Canva.



*Gambar 2. 3 Kegiatan Pelatihan Visual Branding Untuk UMKM Wonorejo*

#### 4. Pendampingan

Pelaksanaan pendampingan dilakukan Secara berkala .Dalam kegiatan pendampingan ini, pelaku UMKM Wonorejo yang menghadiri pelatihan akan dipilih dan dibantu secara berkala dengan memberi pemahaman dan penerapan dalam membuat design logo, design kemasan, pembuatan konten, serta pembuatan toko online. Kegiatan ini dipandu oleh kelompok KKN dalam membuat beberapa media visual branding tersebut.



*Gambar 2. 4 Kegiatan Pendampingan UMKM Berkah Mandiri Wonorejo*

## **2.9 Peralatan dan Bahan**

- Laptop atau smartpone.
- Kamera professional.
- Koneksi internet.
- Canva dan aplikasi editing.
- Produk milik UMKM.

## **2.10 Tahap Pendampingan UMKM**

### **1. Survey**

Survey ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM dan produk yang mereka jual. Dalam survey yang dilakukan oleh Mahasiswa KKN kelompok 80 Wonorejo didapat permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM yakni design logo dan kemasan kurang menarik, serta tidak ada konten promosi dan toko online.



*Gambar 2. 5 Survey UMKM Berkah Mandiri*

## 2. Penentuan design

Dalam penentuan design ini ada beberapa design yang perlu diperbaiki yaitu design logo dan kemasan produk rengginang, kerupuk , jamu kunyit, dan jahe merah. Untuk memperbaiki design menggunakan software canva. Berikut adalah design logo dan kemasan yang sesudah diperbaiki.



*Gambar 2. 6 Design Logo UMKM Berkah Mandiri Yang Sudah Diperbaiki*

*Tabel 2. 1 Perbandingan Design Kemasan*

Sebelum	Sesudah
	



### 3. Foto produk

Foto produk dilakukan karena memiliki peran penting dalam bisnis makanan hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk, membangun kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya

mendorong penjualan. Foto yang menarik dan berkualitas tinggi dapat membuat produk terlihat lebih menggugah selera dan berpotensi meningkatkan nilai jual. Berikut adalah Kegiatan dan Hasil foto produk dari UMKM Berkah Mandiri:



*Gambar 2. 7 Proses Foto Produk UMKM Berkah Mandiri*

*Tabel 2. 2 Foto Produk UMKM Berkah Mandiri*

Nama Produk	Foto Produk
-------------	-------------

<p>Rengginang</p>	
<p>Kerupuk Udang</p>	
<p>Jamu Kunyit</p>	
<p>Jamu Jahe Merah</p>	

#### 4. Pembuatan konten

Pembuatan konten promosi perlu dilakukan dalam bisnis makanan karena memiliki beberapa fungsi penting, termasuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), menarik pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Konten promosi yang efektif juga dapat digunakan untuk menyampaikan informasi produk, membangun citra positif bisnis, dan menjaga loyalitas pelanggan. Dalam pembuatan konten promosi kali ini dibantu oleh mahasiswa kkn kelompok 80 yang berperan sebagai talent yang berkonsep tentang penjual jamu modern yang sudah tidak memakai botol untuk berjualan namun beralih yang lebih praktis yaitu dengan memperkenalkan produk kemasan langsung seduh.



*Gambar 2. 8 Proses Pembuatan Konten Promosi*

#### 5. Pembuatan toko online

Pada kegiatan akhir pendampingan yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN kelompok 80 membuat toko online di aplikasi shopee. Fungsi utama pembuatan toko online bagi UMKM adalah untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Toko online memungkinkan UMKM menjangkau konsumen di seluruh dunia, mengatasi batasan geografis, dan bersaing dengan usaha yang lebih besar. Selain itu, toko online juga dapat meningkatkan kredibilitas bisnis dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan.



*Gambar 2. 9 Kegiatan Pembuatan Toko Online*



*Gambar 2. 10 Toko Online Shopee UMKM Berkah Mandiri*



## **PENUTUP**

### **3.1 Kesimpulan**

Kegiatan pendampingan visual branding untuk UMKM di Kelurahan Wonorejo oleh mahasiswa KKN Tematik Kelompok 80 UPN “Veteran” Jatim berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas branding pelaku UMKM lokal. Melalui pelatihan penggunaan software Canva, para pelaku usaha tidak hanya memperoleh pemahaman mendasar tentang pentingnya identitas visual, tetapi juga mampu mempraktikkan langsung pembuatan logo dan desain kemasan. Pendampingan dilanjutkan kepada salah satu pelaku UMKM yaitu UMKM Berkah Mandiri dengan memperbaiki beberapa aspek seperti design logo, design kemasan, pembuatan foto produk dan pendaftaran toko online. Hal ini terbukti efektif dalam mendorong profesionalisme tampilan usaha serta memperluas jangkauan pemasaran, baik secara offline maupun digital. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan yang sederhana namun tepat sasaran mampu memberikan dampak signifikan bagi pengembangan UMKM di tingkat desa.

### **3.2 Saran**

Untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Diperlukan pelatihan lanjutan yang mencakup strategi pemasaran digital yang lebih mendalam, seperti pengelolaan media sosial, optimasi toko online, dan penggunaan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas.
2. Diharapkan kegiatan ini dapat menjadi agenda berkelanjutan untuk memperkuat ekosistem branding UMKM lokal terutama di Kelurahan Wonorejo.
3. Disarankan agar kegiatan pendampingan seperti ini dapat dilanjutkan secara berkala pemerintah setempat, untuk menjaga kesinambungan hasil yang telah dicapai serta menjangkau lebih banyak pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chen, T., Wu, Z., Long, H., & Jia, Q. (2023). The Visual Naturalness Effect: Impact of Natural Logos on Brand Personality Perception. *International Journal of Consumer Studies*. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12912>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, D. (2020). Strategi Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Engagement Konsumen. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 7(2), 123–130.
- Maheni DK, M. T., Fajrina, N., Susilawati, S., Pramesti, R. D., & Andriyanto. (2023). Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand Untuk Mendukung Daya Saing Produk Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i01.a7344>.
- Sant'Anna, A. (2022). The Influence of Packaging Colour on Consumer Expectations of Coffee Using Free Word Association. *Packaging Technology and Science*.