



MODUL PENGABDIAN MASYARAKAT

PENERAPAN DESAIN VISUAL
PADA PROMOSI UMKM
UNTUK MENINGKATKAN DAYA
SAING DI KELURAHAN MOJO

KULIAH KERJA NYATA 2025



KKN SDGs UPN VETERAN JATIM
KELOMPOK 58 KELURAHAN MOJO

MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PENERAPAN DESAIN VISUAL PADA PROMOSI UMKM
UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI KELURAHAN
MOJO



Disusun Oleh:

INTANIA WIDYANTARI KIRANA, S.T., M.SC.

NIP 199705302024062002

- | | |
|------------------------------------|----------------------|
| 1. Virna Agustin Ningrum | (22025010107) |
| 2. Defrangga Tedra Arintoko | (22045010046) |
| 3. Sindy Amelia Saputri | (22031010157) |
| 4. Hilda Desfianty Arifin | (22081010206) |
| 5. Gabriel Angelina | (22041010185) |
| 6. Fariz Zhahirah Bisarre | (22014010045) |
| 7. Arif Fatur Rohman | (22071010050) |

Kelurahan Mojo, Kecamatan Gubeng, Surabaya

KELOMPOK 58 KKNT BELA NEGARA SDGS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
SURABAYA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Modul : Penerapan Desain Visual Pada Promosi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing di Kelurahan Mojo.
2. Pemanfaatan Iptek : Pembuatan desain visual menggunakan aplikasi seperti Canva untuk keperluan promosi UMKM, seperti logo, kemasan, dan media sosial.
3. Nama Dosen Pembimbing Lapangan
 - a. Nama Lengkap : Intania Widyantari Kirana, S.T., M.Sc.
 - b. NIDN : 199705302024062002
 - c. Jabatan Fungsional : Dosen
 - d. Program Studi : Teknik Industri
 - e. Nomor HP : 081249442925
 - f. Alamat Email : intania.widyantari.ft@upnjati.m.ac.id
 - g. Perguruan Tinggi : UPN “Veteran” Jawa Timur

4. Lokasi Kegiatan : Kelurahan Mojo, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya.

5. Anggota

1. Nama Lengkap : Virna Agustin Ningrum

NPM : 22025010107

Program Studi : Agroteknologi

2. Nama Lengkap : Defrangga Tedra Arintoko

NPM : 22045010046

Program Studi : Pariwisata

3. Nama Lengkap : Sindy Amelia Saputri

NPM : 22031010157

Program Studi : Teknik Kimia

4. Nama Lengkap : Hilda Desfianty Arifin

NPM : 22081010206

Program Studi : Informatika

5. Nama Lengkap : Gabriel Angelina

NPM : 22041010185

Program Studi : Administrasi Publik

6. Nama Lengkap : Fariz Zhahirah Bisarre
NPM : 22014010045
Program Studi : Kewirausahaan
7. Nama Lengkap : Arif Fatur Rohman
NPM : 22071010050
Program Studi : Hukum

Surabaya, 28 Juli 2025

Menyetujui DPL

Ketua Kelompok



Intania Widyantari Kirana, S.T., M.Sc.

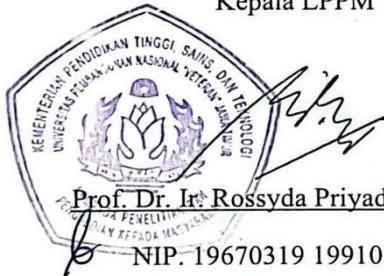
NIP 199705302024062002



Arif Fatur Rohman

NPM 22071010050

Mengetahui,
Kepala LPPM



Prof. Dr. Ir. Rosyda Priyadharsini, MP
NIP. 19670319 199103 2001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang kami laksanakan di Kelurahan Mojo, Kecamatan Gubeng, Surabaya, dapat berjalan dengan lancar serta memberikan hasil yang positif dan bermanfaat. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas rangkaian kegiatan yang telah kami laksanakan, khususnya dalam bidang pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan fokus pada penguatan desain visual dan identitas branding usaha.

Kegiatan ini menjadi wadah pembelajaran yang sangat berarti bagi kami sebagai mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu dan kompetensi yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di masyarakat. Melalui interaksi langsung dengan pelaku UMKM dan masyarakat setempat, kami tidak hanya belajar secara teoritis, tetapi juga memperoleh pemahaman kontekstual yang memperkaya wawasan sosial dan profesional.

Keberhasilan pelaksanaan program ini tidak lepas dari dukungan dan kerja sama berbagai pihak, seperti pihak kelurahan, para pemilik UMKM, dosen pembimbing lapangan, serta masyarakat Kelurahan Mojo yang sangat terbuka dan kooperatif dalam menerima keberadaan kami. Atas bantuan dan kontribusi tersebut, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Kami berharap laporan ini dapat menjadi dokumentasi yang informatif serta inspiratif bagi pihak-pihak yang ingin

melakukan kegiatan serupa di masa mendatang. Selain itu, kami juga menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, segala bentuk saran dan masukan yang membangun sangat kami harapkan demi perbaikan dan peningkatan kualitas kegiatan di masa yang akan datang.

Surabaya, 28 Juli 2025
Ketua Kelompok 58 KKNT SDGs 2025

Arif Fatur Rohman

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan.....	3
1.3 Manfaat.....	3
1.4 Sasaran	3
1.5 Landasan Teori	5
2. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	8
2.1 Gambaran Umum Kegiatan.....	8
2.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	9
2.3 Proses Perancangan dan Implementasi Desain Visual ...	9
2.4 Hasil Desain Visual Branding Masing-Masing UMKM	32
3. PENUTUP.....	38
3.1 Kesimpulan.....	38
3.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	40

LAMPIRAN.....	42
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Lokasi Area Kelurahan Mojo.....	9
Gambar 2. Pendampingan UMKM Sendok Kayu.....	10
Gambar 3. Pendampingan UMKM Pawon Wahyu	11
Gambar 4. Pendampingan UMKM Mawar Aksesoris.....	12
Gambar 5. Pendampingan UMKM Yoichishaku.....	13
Gambar 6. Pendampingan UMKM Tiga Setya	14
Gambar 7. Pendampingan UMKM Kenzie Aquarium	15
Gambar 8. Pendampingan UMKM Lumintu.....	17
Gambar 9. Pendampingan UMKM Lezat.....	18
Gambar 10. Pendampingan UMKM Warung Nusantara Bu Ning	19
Gambar 11. Pendampingan UMKM Ranti Craft.....	21
Gambar 12. Pendampingan UMKM Cakes and Cookies.....	23
Gambar 13. Pendampingan UMKM Waroeng DJ.....	24
Gambar 14. Pendampingan UMKM Tunas Mojo	25
Gambar 15. Pendampingan UMKM Dapur Sabrina	26
Gambar 16. Pendampingan UMKM Er'en Kitchen.....	27
Gambar 17. Pendampingan UMKM Hanabe Woodcraft Jati	28
Gambar 18. Pendampingan UMKM Dapur Fafa	29
Gambar 19. Pendampingan UMKM Dapur Ngeboel.....	30
Gambar 20. Pendampingan UMKM Bronito	31
Gambar 21. Kumpulan Hasil Desain Logo UMKM Kec. Mojo ..	33
Gambar 22. Kumpulan Hasil Desain Banner UMKM Kec. Mojo.....	34
Gambar 23. Kumpulan Hasil Desain Pamflet UMKM Kec. Mojo.....	35
Gambar 24. Kumpulan Hasil Desain Kemasan UMKM Kec. Mojo.....	36

Gambar 25. Kumpulan Hasil Desain Kartu Nama
UMKM Kec. Mojo..... 37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Ketersediaan Bekerjasama...42

PENERAPAN DESAIN VISUAL PADA PROMOSI UMKM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI KELURAHAN MOJO

Intania Widyantari Kirana¹, Virna Agustin Ningrum², Defrangga Tedra Arintoko³, Sindy Amelia Saputri⁴, Hilda Desfianty Arifin⁵, Gabriel Angelina⁶, Fariz Zhahirah Bisarre⁷.

e-mail: intania.widyantari.ft@upnjatim.ac.id

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mendongkrak perekonomian Indonesia tidak terlepas dari peran aktif pelaku usaha kecil, termasuk di wilayah urban seperti Kelurahan Mojo, Surabaya. UMKM berperan sebagai penggerak utama roda ekonomi masyarakat, penyedia lapangan kerja lokal, serta wadah inovasi bisnis berbasis potensi dan kearifan lokal. Namun, di tengah perkembangan zaman dan pesatnya transformasi digital, tantangan bagi UMKM dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing usaha semakin kompleks (Astri Rumondang Banjarnahor & Endang Hariningsih, 2025).

Salah satu tantangan utama yang kerap dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan dalam membangun identitas visual usaha yang kuat dan professional (Mrr Tiyas Maheni Dk et al., 2023). Dalam dunia bisnis yang serba visual dan cepat, konsumen kini cenderung menaruh kepercayaan pada produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga tampil menarik dan meyakinkan dari sisi tampilan. Visual branding menjadi aspek penting dalam

menciptakan kesan pertama yang kuat dan membedakan usaha dari kompetitor (Dewi et al., 2023).

Di Kelurahan Mojo, banyak pelaku UMKM yang telah aktif menjalankan usahanya namun belum memiliki dukungan visual branding yang memadai. Beberapa belum memiliki logo usaha, sebagian masih menggunakan desain kemasan yang sederhana atau seadanya, bahkan ada yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal. Selain itu, keterbatasan pemahaman teknis dan akses terhadap sumber daya desain membuat pengembangan citra usaha menjadi terhambat.

Sayangnya, pelaku UMKM di Kelurahan Mojo Surabaya sebagian besar masih menghadapi keterbatasan dalam pemahaman dan penerapan strategi visual branding yang optimal. Banyak di antara mereka yang belum menyadari pentingnya elemen visual dalam meningkatkan daya saing sekaligus memperluas pasar. Akibatnya, potensi bisnis yang seharusnya dapat dikembangkan secara maksimal menjadi kurang tergarap optimal. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis berupa peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam hal desain logo dan banner agar mampu bersaing di pasar lokal maupun nasional.

Melalui kajian berjudul "Penerapan Desain Visual Pada Promosi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing di Kelurahan Mojo Surabaya", diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh pendampingan yang komprehensif dalam hal perancangan visual usaha. Upaya ini bertujuan tidak hanya untuk mempercantik tampilan produk, tetapi juga untuk membangun kepercayaan pasar, memperluas jangkauan konsumen, dan menciptakan keberlanjutan usaha yang lebih kuat.

1.2 Tujuan

1. Menganalisis tingkat pemahaman pelaku UMKM tentang strategi visual branding di Kelurahan Mojo Surabaya.
2. Menjelaskan tahapan praktis dalam merancang desain logo dan banner yang sesuai untuk UMKM.
3. Mengidentifikasi hambatan yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan visual branding.
4. Merumuskan strategi optimalisasi penggunaan desain logo dan banner untuk memperkuat citra UMKM.
5. Mengevaluasi dampak optimalisasi visual branding terhadap daya saing dan pertumbuhan usaha UMKM.

1.3 Manfaat

1. Untuk mengetahui analisis tingkat pemahaman pelaku UMKM tentang strategi visual branding di Kelurahan Mojo Surabaya.
2. Untuk mengetahui tahapan praktis dalam merancang desain logo dan banner yang sesuai untuk UMKM.
3. Untuk mengetahui identifikasi hambatan yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan visual branding.
4. Untuk mengetahui rumusan strategi optimalisasi penggunaan desain logo dan banner untuk memperkuat citra UMKM.
5. Untuk mengetahui evaluasi dampak optimalisasi visual branding terhadap daya saing dan pertumbuhan usaha UMKM.

1.4 Sasaran

Sasaran dari kegiatan ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di wilayah Kelurahan

Mojo, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya. Berdasarkan hasil observasi dan pendataan yang dilakukan selama pelaksanaan program, UMKM yang menjadi fokus utama pendampingan adalah mereka yang telah aktif menjalankan usaha namun masih memiliki keterbatasan dalam aspek visual branding dan strategi promosi digital.

Pendampingan ini dirancang secara khusus untuk kegiatan desain visual branding UMKM di Kelurahan Mojo mencakup:

- Pelaku UMKM lokal yang berfokus pada pemilik usaha kecil dan menengah di wilayah Kelurahan Mojo yang belum memiliki identitas visual usaha yang kuat, seperti logo, stiker kemasan, pamflet harga, maupun katalog produk.
- Memberikan pelatihan dan pendampingan tentang cara merancang logo, banner, kemasan produk, serta konten visual untuk media sosial dengan alat yang mudah digunakan seperti Canva. Ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat mandiri dalam membuat materi visual yang menarik dan konsisten.
- Membantu UMKM mengenali pentingnya konsistensi warna, tipografi, dan elemen desain lain yang dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan konsumen.
- Memberikan pemahaman dan keterampilan bagaimana memanfaatkan desain visual untuk memperluas jangkauan pemasaran lewat platform digital seperti media sosial dan marketplace.

Dengan menyoasar kelompok UMKM yang memenuhi kriteria tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas branding, memperkuat citra produk, serta membuka peluang pasar yang lebih luas melalui media digital. Pada akhirnya, upaya ini bertujuan untuk mendorong peningkatan daya saing UMKM lokal agar mampu bertahan dan berkembang dalam ekosistem bisnis yang semakin kompetitif.

1.5 Landasan Teori

1. UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah bentuk kegiatan ekonomi yang memiliki kemampuan untuk menciptakan peluang kerja, menyediakan layanan ekonomi secara menyeluruh bagi masyarakat, membantu pemerataan dan peningkatan pendapatan, mendorong lahirnya inovasi yang dapat dikembangkan, memperkuat pertumbuhan ekonomi, serta berkontribusi dalam menjaga stabilitas nasional (Pudjowati, 2023). Meskipun UMKM beroperasi dalam skala yang relatif kecil, perannya dalam perekonomian tidak dapat diabaikan. Jumlahnya yang besar dan tersebar di berbagai wilayah menjadikannya kekuatan penting dalam struktur ekonomi nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan peluang usaha baru bagi mereka yang ingin mandiri secara ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan dan dukungan terhadap UMKM menjadi langkah strategis agar usaha ini dapat tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan

dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat serta negara (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

2. Identitas Visual

Identitas visual berfungsi sebagai representasi utama dari suatu merek yang memudahkan audiens untuk mengenalinya. Elemen ini mengandung makna yang mencerminkan karakter suatu produk atau perusahaan, sehingga membantu membangun kesan yang mudah diingat dan dikenali oleh public (de Riandra & Islam, 2021). Identitas visual berfungsi sebagai elemen strategis dalam membangun pengenalan dan daya tarik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Keberadaan identitas visual memungkinkan konsumen untuk lebih mudah mengidentifikasi serta mengingat suatu merek. Selain itu, identitas visual turut berkontribusi dalam membentuk citra perusahaan yang positif di mata publik. Dalam perancangannya, perlu diperhatikan konsistensi dan keselarasan antar elemen visual seperti logo, tipografi, warna, dan kemasan agar mampu menciptakan kesan profesional serta meningkatkan daya saing perusahaan di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat (Ramadhanti & Naufalina, 2023).

3. Branding

Branding merupakan elemen penting dalam dunia bisnis yang berperan dalam membentuk serta mengelola persepsi konsumen terhadap suatu produk atau Perusahaan (Kartini et al., 2024). Melalui proses branding yang tepat, sebuah entitas bisnis dapat menciptakan identitas yang kuat, membedakan dirinya dari pesaing, serta membangun hubungan emosional

dengan konsumen. Branding tidak hanya mencakup elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi, tetapi juga mencerminkan nilai, visi, serta pengalaman yang ditawarkan oleh produk atau layanan tersebut. Dengan demikian, branding menjadi strategi penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan.

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Gambaran Umum Kegiatan

Gambaran umum kegiatan UMKM untuk desain visual branding di Kelurahan Mojo mengacu pada upaya pemberdayaan pelaku UMKM lokal agar memiliki identitas visual yang kuat dan profesional guna meningkatkan daya saing produk mereka di pasar. Kegiatan ini biasanya menargetkan pelaku UMKM yang sudah memiliki produk namun masih kurang memahami pentingnya branding dan elemen visual seperti logo, kemasan, dan materi promosi.

Contoh nyata dari kegiatan ini adalah program yang dijalankan oleh KKN SDGs mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur Kelompok 58 di Kelurahan Mojo Surabaya yang menggunakan aplikasi desain grafis Canva untuk membantu UMKM menciptakan brand visual yang jelas dan menarik. Pendekatan yang dipakai adalah pelatihan penggunaan Canva, pendataan UMKM, pembuatan desain banner, hingga pendampingan langsung di lokasi usaha.

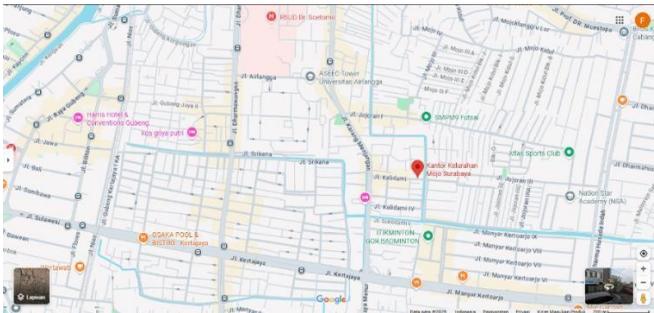
Secara umum, sasaran kegiatan desain visual branding UMKM di Kelurahan Mojo bertujuan membekali pelaku UMKM dengan kemampuan desain yang meningkatkan daya saing produk mereka, membangun identitas merek yang profesional, serta memfasilitasi akses pemasaran digital yang lebih luas. Hal ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di tingkat lokal serta mendukung perekonomian daerah melalui peningkatan omset dan pengenalan produk yang lebih luas di pasar.

2.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan Desain Visual pembuatan Branding dan Logo Kemasan UMKM Kelurahan Mojo dilaksanakan terhitung pada tanggal 7 – 25 Juli 2025. Pelaksanaan dilakukan secara offline, dan pada akhir masa kegiatan akan dipasangkan sesuai dengan lokasi masing-masing UMKM.

Terdapat pembagian kelompok secara merata oleh peserta kkn terbagi menjadi 6 kelompok yang dimana tersebar di RW 04, RW 05, RW 08, RW 06, RW 10, dan RW 12.

Untuk lokasi UMKM secara keseluruhan terletak di Kelurahan Mojo, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur.



Gambar 1. Peta Lokasi Area Kelurahan Mojo

2.3 Proses Perancangan dan Implementasi Desain Visual

Proses Perancangan dan Implementasi Desain Visual UMKM Sendok Kayu merupakan kegiatan yang dilakukan oleh kelompok 58 KKN SDGs UPN Veteran Jawa Timur dengan tujuan membantu para pelaku UMKM dalam memperbaiki permasalahan branding dan logo kemasan yang mereka hadapi. Beberapa tim

kelompok kecil yang disebar ke beberapa RW untuk melakukan pendampingan dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut.

1. UMKM Sendok Kayu



Gambar 2. Pendampingan UMKM Sendok Kayu

UMKM Sendok Kayu berlokasi Jl. Mojoklanggru lor No. 56C, Mojo, Surabaya, yang dimiliki oleh Ibu Dwi Bayu Anggraini, atau yang akrab dipanggil Ibu Anggi, merupakan sebuah usaha mikro kecil menengah yang fokus pada pengembangan produk kuliner sehat dengan dua lini usaha utama yaitu es krim dan makanan ringan sehat yang dikenal dengan nama Kremuzz. Usaha ini mengusung konsep makanan sehat dengan cita rasa yang tetap nikmat sehingga bisa diterima oleh masyarakat luas yang peduli pada kesehatan tanpa harus kehilangan kenikmatan dalam menikmati camilan.

Pada kesempatan ini, kelompok 1 melakukan pendampingan memberikan saran untuk menambahkan katalog dan diposting disosial media Instagram Sendok Kayu

dan Kremuzz agar adanya ketertarikan konsumen untuk membeli produk UMKM tersebut.

2. UMKM Pawon Wahyu



Gambar 3. Pendampingan UMKM Pawon Wahyu

UMKM Pawon Wahyu berlokasi Jl. Mojo III, Gg. Bethik, No. 14D, Mojo, Surabaya, yang dimiliki oleh Ibu Wahyu Tri Lestari, atau yang akrab dipanggil Ibu Wahyu, merupakan contoh usaha mikro di bidang kuliner yang mampu menggabungkan produk jajanan tradisional dan minuman jus segar dalam sebuah usaha yang berkembang dengan pendampingan branding yang baik. Dengan produk berkualitas, proses yang higienis, dan strategi pemasaran yang diperkuat melalui kelompok 1 melakukan pendampingan memberikan katalog menu serta banner promosi yang menarik, usaha ini memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan memberikan manfaat ekonomi sosial bagi pemilik maupun masyarakat sekitar.

3. UMKM Mawar Aksesoris



Gambar 4. Pendampingan UMKM Mawar Aksesoris

UMKM Mawar Aksesoris berlokasi Jl. Mojo;anggru Lor, No. 18A, Mojo, Surabaya, dan menetap berjualan didepan SDN Mojo 1 yang dimiliki oleh Ibu Sumianti merupakan usaha kecil menengah yang berfokus pada produksi dan penjualan berbagai aksesoris seperti gelang, kalung, dan produk serupa yang dibuat secara handmade. Berjualan di depan sekolah SD memberikan keunggulan lokasi strategis karena menjadi titik kumpul yang aktif dengan banyaknya siswa, guru, dan orang tua yang melintas pada jam masuk dan pulang sekolah.

Untuk mengoptimalkan potensi usaha, Ibu Sumianti kelompok 1 melakukan pendampingan branding katalog menu serta banner yang difokuskan pada pembangunan citra usaha yang profesional dan mudah dikenali oleh masyarakat luas, khususnya di sekitar lingkungan sekolah.

4. UMKM Yoichishaku



Gambar 5. Pendampingan UMKM Yoichishaku

UMKM Yoichishaku berlokasi Jl. Mojo III Gg. Bethik No.14D, Mojo, Kec. Gubeng, Surabaya yang dimiliki oleh Ibu Lia merupakan produk makanan yang ditawarkan sangat diminati, UMKM Ibu Lia mengalami beberapa kendala signifikan dalam aspek pemasaran, khususnya pada pendampingan branding, pembuatan banner promosi, dan desain logo usaha. Kendala ini berdampak pada rendahnya daya tarik visual usaha sehingga memengaruhi percepatan pertumbuhan dan eksposur pasar.

Menyadari pentingnya branding yang kuat dan promosi visual menarik, Ibu Lia menerima pendampingan dari kelompok 2 untuk membuat beberapa konsep logo yang mengangkat ciri khusus usaha pentol bakar dan kuah, lalu membuat desain banner yang ringkas, menonjolkan produk utama dengan gambar ilustrasi yang jelas, informasi kontak, serta ajakan pembelian yang menggugah.

Pendampingan yang sudah diterima menjadi fondasi penting untuk perbaikan citra usaha, membuka peluang penjualan yang lebih luas, serta meningkatkan daya tarik produk. Dengan dukungan yang tepat dari berbagai pihak, UMKM Ibu Lia memiliki potensi besar untuk berkembang lebih profesional dan berdaya saing, serta meningkatkan penghasilan dan kontribusi sosial bagi keluarga dan komunitas.

5. UMKM Tiga Setya



Gambar 6. Pendampingan UMKM Tiga Setya

UMKM Tiga Setya berlokasi Jl. Jagalan, No. 68, Mojo, Surabaya, yang dimiliki oleh Mbak Yuke menyadari pentingnya branding visual. Ia memutuskan untuk membuat desain logo yang merepresentasikan karakter ceria, modern, dan mudah diingat. Logo ini sudah diaplikasikan pada seluruh kemasan produk, banner, dan akun media sosial. Kendala dari UMKM tersebut promosi selama ini hanya mengandalkan konsumen loyal dan promosi mulut ke mulut.

Melihat hambatan tersebut, kelompok 2 hadir untuk mendampingi UMKM Tiga Setya dalam aspek promosi digital khususnya melalui pembuatan video promosi dan optimalisasi media sosial, oleh karena itu akan menumbuhkan kepercayaan konsumen dan memperluas daya tarik usaha, terutama di kalangan anak muda dan keluarga muda.

UMKM Tiga Setya merupakan contoh bagaimana kreativitas, branding visual yang menarik, dan kolaborasi dengan kelompok 2 mampu mengatasi tantangan promosi, membawa usaha kecil naik level melalui media digital. Dengan produk unggulan, logo yang kuat, serta strategi promosi kontemporer, Mbak Yuke menunjukkan bahwa UMKM rumahan memiliki peluang besar untuk tumbuh dan sukses di era komunikasi visual dan media sosial.

6. UMKM Kenzie Aquarium



Gambar 7. Pendampingan UMKM Kenzie Aquarium

UMKM Kenzie Aquarium yang dimiliki oleh Ibu Kenzie berlokasi Jl. Kalidami, No. 7, Mojo, Surabaya, ini menghadapi kendala utama yaitu belum memiliki logo resmi. Ketiadaan logo menyebabkan tantangan dalam hal branding dan pemasaran yang efektif, sehingga daya tarik visual usaha menjadi kurang optimal dan menghambat pengenalan merek di masyarakat luas.

Pendampingan Branding, Pembuatan Logo, dan Banner oleh kelompok 2 menyadari pentingnya identitas visual dalam memenangkan persaingan serta menjangkau lebih banyak konsumen, kelompok 2 melakukan pendampingan intensif untuk membangun citra usaha yang kuat, meningkatkan daya saing, serta memperluas akses pasar. Dengan identitas visual yang konsisten dan strategi promosi yang lebih terarah, usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang lebih baik dan memberikan manfaat ekonomi yang berarti bagi pemilik dan komunitas sekitar.

Kepada UMKM Kenzie Aquarium dan usaha pakan kucing. Tujuan utama pendampingan ini adalah membantu usaha dalam membuat logo yang representatif dan banner promosi yang komunikatif serta menarik.

7. UMKM Lumintu



Gambar 8. Pendampingan UMKM Lumintu

UMKM Lumintu yang dimiliki oleh Ibu Kartini berlokasi Jl. Jojoran Perintis 2 Dalam, Mojo, Surabaya, memiliki kendala logo yang dipakai belum mampu mengkomunikasikan karakter dan keunikan produk secara efektif. Logo lama terkesan sederhana dan kurang mencerminkan keaslian serta keramahan minuman tradisional dan jajanan pasar yang dijual. Kemasan produk masih sederhana dan belum memperhatikan aspek visual branding yang mampu menarik minat beli konsumen. Tampilan kemasan kalah bersaing di pasar yang mulai banyak bermunculan produk serupa dengan kemasan lebih modern dan menarik perhatian konsumen.

Pendampingan oleh kelompok 3 menyadari pentingnya aspek desain visual branding dalam menunjang pengembangan usaha, kelompok 3 hadir memberikan pendampingan kepada Ibu Kartini dan UMKM Lumintu yang

difokuskan pada perbaikan logo, kemasan produk, dan strategi branding secara keseluruhan.

Solusi efektif melalui pembuatan logo baru yang merepresentasikan produk dan budaya, desain kemasan yang menarik serta strategi pemasaran visual yang terarah. Hasilnya berdampak positif Ibu Kartini merasa senang setelah dibuatkan logo. Dengan langkah strategis dan inovasi terus-menerus, UMKM Lumintu berpeluang menjadi usaha yang lebih dikenal, diminati, dan berkelanjutan di tengah persaingan kuliner tradisional modern.

8. UMKM Lezat



Gambar 9. Pendampingan UMKM Lezat

UMKM Lezat yang dimiliki oleh Ibu Yani berlokasi Jl. Jojoran III, No. 2, Mojo, Surabaya. Meskipun produk dan pelayanan sudah mendapat respon positif dari pelanggan, UMKM Lezat menghadapi kendala serius dalam aspek branding dan visual marketing. Logo usaha dan banner promosi yang digunakan selama ini dinilai kurang mampu

mencerminkan kualitas dan karakter usaha, serta kurang memiliki daya tarik untuk menarik pelanggan baru.

Untuk membantu mengatasi kendala tersebut, kelompok 3 melakukan pendampingan desain visual branding secara intensif dengan beberapa fokus utama desain logo menggabungkan ilustrasi bebek dan ayam goreng yang khas, dengan gaya desain modern namun tetap menonjolkan nuansa tradisional dan hangat sebagai ciri khas usaha. Desain banner tercantum nama usaha, alamat atau lokasi lapak, dan kontak yang dapat dihubungi.

Pendampingan branding yang dilakukan oleh kelompok 3 menjadi titik balik penting, dengan pengembangan logo dan banner yang lebih profesional, serta edukasi tentang pengelolaan branding dan promosi. Langkah tersebut memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan penjualan, memperluas pasar, serta membangun citra usaha yang kuat di mata pelanggan.

9. UMKM Warung Nusantara Bu Ning



Gambar 10. Pendampingan UMKM Warung Nusantara Bu Ning

UMKM Warung Nusantara Bu Ning yang dimiliki oleh Ibu Suyadi berlokasi Jl. Kalidami, No. 7, Mojo, Surabaya. Warung Nusantara Bu Ning dengan menu nasi pecel, nasi campur, dan lauk pendukung adalah contoh usaha kuliner tradisional yang memiliki potensi besar. Namun, kendala branding berupa logo dan banner kurang menarik menunjukkan pentingnya investasi pada identitas visual untuk memperkuat daya saing yang cukup berarti dalam aspek pemasaran visual.

Logo serta banner promosi yang digunakan masih kurang menarik dan tidak mencerminkan identitas usaha secara efektif. Untuk mengatasi kendala tersebut kelompok 3 melakukan pendampingan intensif dalam bidang branding visual yang mencakup pembuatan logo baru, desain ulang banner promosi, serta edukasi penggunaan branding yang konsisten di Warung Nusantara Bu Ning.

Proses pembuatan logo baru penggunaan simbol yang khas mewakili kuliner Warung Nusantara Bu Ning, seperti gambar nasi pecel dengan sambal kacang, mangkuk nasi, atau elemen tradisional seperti daun pisang sebagai lambang kemasan tradisional. Font yang digunakan dipilih yang sederhana namun punya karakter kuat sehingga mudah dikenali dan bisa diterapkan di berbagai variasi media. Selanjutnya desain banner yang menarik agar lebih eye-catching dan komunikatif dengan mempertimbangkan faktor lokasi dan target pasar, banner menampilkan gambar nasi pecel dan nasi campur yang menggugah selera dengan warna natural yang tajam dan realistis.

Dengan terus mengembangkan kualitas produk dan pemasaran visual, Warung Nusantara Bu Ning dapat tumbuh menjadi usaha kuliner yang lebih dikenal dan dicintai masyarakat luas, menjaga warisan kuliner sekaligus mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

10. UMKM Ranti Craft



Gambar 11. Pendampingan UMKM Ranti Craft

UMKM Ranti Craft yang dimiliki oleh Ibu Ranti berlokasi Jl. Setro VI, No. 40, Mojo, Surabaya. Ibu Ranti memanfaatkan bahan lokal yang mudah didapatkan dan proses produksi yang berbasis home industry, menciptakan peluang usaha sekaligus pengembangan seni dan kerajinan tangan di komunitas sekitar. Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM Ranti Craft adalah belum memiliki logo resmi yang menjadi identitas usaha. Kendala ini menghambat pengembangan pemasaran dan pengenalan merek secara luas, karena ketiadaan Identitas Visual yang Konsisten Tanpa adanya logo resmi, produk dan materi promosi sulit tampil

konsisten dan profesional, sehingga potensi untuk membangun brand awareness rendah.

Melihat potensi usaha yang besar serta kendala yang dialami, kelompok 3 melakukan pendampingan branding kepada UMKM Ranti Craft untuk membantu usaha dalam merancang identitas visual berupa logo serta strategi branding yang dapat meningkatkan citra dan pemasaran produk secara signifikan. Melakukan dialog dengan Ibu Ranti untuk menangkap filosofi usaha, keunikan bahan dan teknik rajut, keunggulan produk, serta target pasar yang diinginkan. Pemahaman mendalam ini menjadi dasar pembuatan logo dan strategi branding yang tepat. Selanjutnya logo dirancang menampilkan elemen visual yang menggambarkan kerajinan tangan, misalnya motif rajut yang abstrak atau gambar tali kur yang dirangkai membentuk pola unik.

Pendampingan branding oleh kelompok 3 yang meliputi pembuatan logo, desain materi promosi, dan edukasi pengelolaan media sosial sangat membantu UMKM ini untuk membangun identitas visual yang kuat, meningkatkan daya tarik produk, serta memperluas pasar baik offline maupun online. Dengan strategi branding yang berkelanjutan dan inovasi produk yang konsisten, Ranti Craft memiliki potensi besar untuk tumbuh menjadi usaha kreatif yang lebih dikenal dan disukai pasar, sekaligus memberikan manfaat ekonomi sosial bagi Ibu Ranti dan komunitasnya.

11. UMKM Tati Cakes and Cookies



Gambar 12. Pendampingan UMKM Cakes and Cookies

UMKM milik Bu Tati yang berlokasi di Jl. Kedung Pengkol I No. 28, Mojo, Surabaya, awalnya tidak mengalami kendala berarti dalam visual branding. Namun, karena sedang berencana mengganti kemasan mika menjadi kotak kardus, kami menawarkan bantuan berupa desain kemasan baru dan pamflet daftar menu.

Pamflet tersebut juga dilengkapi dengan contoh caption promosi yang dapat digunakan untuk membagikan informasi melalui grup WhatsApp atau status. Upaya ini sangat diapresiasi oleh Bu Tati karena mempermudah pelanggan mengetahui produk yang tersedia.

12. UMKM Waroeng DJ



Gambar 13. Pendampingan UMKM Waroeng DJ

UMKM Waroeng DJ milik Bu Henny terletak di Jl. Kedung Tarukan Baru IV No. 4, Mojo, Surabaya. UMKM ini sebelumnya tidak memiliki desain visual seperti logo maupun banner yang dapat digunakan untuk identitas usaha secara visual.

Kelompok 4 membuat desain logo, banner, dan pamflet daftar menu. Stiker logo dirancang agar dapat ditempelkan pada setiap makanan pesanan catering, sehingga menambah profesionalitas dan branding usaha. Banner baru juga dirancang karena banner sebelumnya telah rusak, sehingga kini usaha Bu Henny lebih mudah dikenali oleh pelanggan.

Bu Henny menyampaikan rasa senang atas desain yang diberikan dan mengaku terbantu dengan adanya identitas visual baru yang mendukung promosi usaha.

13. UMKM Tunas Mojo



Gambar 14. Pendampingan UMKM Tunas Mojo

UMKM Tunas Mojo yang dikelola oleh Bu Manu berlokasi di Jl. Kedung Tarukan Baru 3B No.10A, Mojo, Surabaya. Meskipun tidak memiliki kendala terkait visual branding, kami melihat adanya peluang untuk menambahkan elemen promosi yang dapat menunjang penyebaran informasi usaha.

Oleh karena itu, kelompok 4 merancang Thank You Card yang berisi informasi kontak, akun Instagram, dan Shopee toko, sebagai pelengkap kemasan produk. Inisiatif ini diambil karena UMKM ini menggunakan kemasan plastik bening, sehingga keberadaan kartu ucapan dapat membantu memperluas jangkauan informasi usaha.

Bu Manu merasa senang dengan adanya pendampingan, terutama karena mendapatkan insight baru dari mahasiswa KKN yang bermanfaat untuk pengembangan promosi UMKM.

14. UMKM Dapur Sabrina



Gambar 15. Pendampingan UMKM Dapur Sabrina

UMKM Dapur Sabrina, yang dikelola oleh Ibu Sabrina dan berlokasi di Jl. Jojoran IIIA Blk.5 No.7, Mojo, Surabaya, membutuhkan dukungan desain visual berupa banner menu sebagai sarana promosi.

Kelompok 5 membantu merancang banner menu yang menampilkan daftar produk secara jelas dan menarik secara visual, sehingga dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Desain ini mempertimbangkan elemen warna, tipografi, dan komposisi yang sesuai dengan karakter UMKM.

Ibu Sabrina mengaku sangat senang atas bantuan dari mahasiswa KKN, terutama karena banner yang telah didesain menjadi media promosi yang mendukung penjualan produk secara langsung.

15. UMKM Er'en Kitchen



Gambar 16. Pendampingan UMKM Er'en Kitchen

UMKM Er'en Kitchen milik Ibu Titik yang berlokasi di Jl. Kalidami 8/ 25A, Mojo, Surabaya, mengembangkan produk baru berupa sambal instan dan membutuhkan identitas visual yang menarik. Permasalahan utama terletak pada kebutuhan desain untuk berbagai kemasan, mulai dari stiker pada wadah aluminium foil, kardus kemasan sambal, box nasi, box snack, hingga label botol untuk produk jus.

Kelompok 5 melakukan desain visual branding logo dan membuat serangkaian desain kemasan untuk mendukung citra produk secara menyeluruh. Proses ini dilaksanakan dalam tiga pertemuan, termasuk diskusi dan pemilihan desain akhir yang disesuaikan dengan karakter produk.

Ibu Titik mengungkapkan rasa puas dan senang atas hasil desain yang diberikan, khususnya karena desain produk baru seperti sambal instan kini memiliki tampilan visual yang lebih menarik dan siap untuk dipasarkan secara luas.

16. UMKM Hanabe Woodcraft Jati



Gambar 17. Pendampingan UMKM Hanabe Woodcraft Jati

UMKM Hanabe Woodcraft Jati merupakan UMKM pengrajin kayu jati yang dikelola oleh Ibu Dini dan berlokasi di Kalidami VIII No.7, Mojo, Surabaya. Berdasarkan hasil diskusi awal, UMKM ini belum memiliki logo dan menginginkan desain ulang untuk kartu nama agar tampil lebih profesional.

Kelompok 5 merancang logo yang mencerminkan identitas usaha berbasis kerajinan kayu dengan sentuhan modern, serta kartu nama yang informatif dan elegan. Proses desain dilakukan melalui dua pertemuan yang melibatkan diskusi dan revisi hingga desain sesuai dengan keinginan pelaku UMKM.

Ibu Dini menyampaikan bahwa dirinya merasa sangat terbantu dengan adanya kelompok 5, terutama karena desain logo yang dihasilkan telah sesuai dengan harapan dan mampu memperkuat citra merek usahanya.

17. UMKM Dapur Fafa



Gambar 18. Pendampingan UMKM Dapur Fafa

UMKM Dapur Fafa yang berlokasi di Jl. Jojoran Baru III Dlm No.34, Mojo, Surabaya, dikelola oleh Ibu Yani. Berdasarkan hasil observasi awal, kami menemukan bahwa UMKM ini menghadapi kendala pada aspek visual branding, khususnya desain logo dan stiker kemasan yang kurang menarik, serta belum tersedianya pamflet harga produk.

Proses pendampingan oleh kelompok 6 dilakukan dalam dua kali pertemuan. Pada pertemuan pertama, kami melakukan observasi terhadap kebutuhan visual branding dan langsung mulai merancang desain sesuai dengan karakter produk. Selanjutnya, pertemuan kedua difokuskan pada diskusi terhadap perkembangan desain yang telah dirancang, diikuti revisi hingga penyelesaian akhir. Desain yang dihasilkan berupa stiker kemasan lengkap dengan logo baru serta pamflet harga produk yang ditata secara informatif dan menarik secara visual.

Pemilik UMKM menyampaikan merasa senang dan terbantu dengan hasil desain yang diberikan. Kami berharap

visual branding ini dapat memperkuat identitas produk dan meningkatkan daya tarik konsumen.

18. UMKM Dapur Ngeboel



Gambar 19. Pendampingan UMKM Dapur Ngeboel

UMKM Dapur Ngeboel milik Bapak Wahyudi berlokasi di Jl. Kalidami VA No.20, Mojo, Surabaya. Permasalahan utama yang kami temukan adalah kualitas logo yang kurang jernih dan belum tersedianya pamflet produk. Selain itu, terdapat permintaan untuk sedikit penyempurnaan elemen visual pada logo yang sudah ada.

Pendampingan dari kelompok 6 dilakukan dalam dua sesi. Sesi pertama dimulai dengan observasi serta identifikasi kebutuhan visual, dilanjutkan dengan perancangan ulang logo beresolusi tinggi dan penyusunan konsep pamflet. Pada pertemuan kedua, kami menyampaikan hasil editing serta menerima masukan untuk revisi desain. Proses ini berakhir dengan penyelesaian logo yang lebih bersih dan pamflet yang

menampilkan informasi produk dengan tata visual yang lebih profesional.

Dengan adanya desain baru, UMKM merasa sangat terbantu dan berharap tampilan visual yang lebih baik ini dapat menunjang proses pemasaran secara lebih efektif.

19. UMKM Bronito



Gambar 20. Pendampingan UMKM Bronito

UMKM Bronito merupakan makanan dan minuman yang dikelola oleh Ibu Yani dan beralamat di Jl. Jojoran Baru III Dlm No.34, Mojo, Surabaya. UMKM ini menghadapi tantangan pada desain visual kemasan, seperti pouch, box, dan snack box yang kurang menarik. Selain itu, stiker kemasan minuman dan pamflet produk juga belum tersedia.

Kelompok 6 melaksanakan pendampingan dalam dua pertemuan. Pertemuan pertama difokuskan pada identifikasi kebutuhan desain serta proses awal perancangan desain kemasan dan pamflet. Pada pertemuan kedua, kami mendiskusikan hasil rancangan awal dan melakukan penyempurnaan berdasarkan masukan pemilik usaha. Desain akhir mencakup visual kemasan baru untuk berbagai produk,

stiker kemasan minuman, serta pamflet yang memuat informasi produk secara ringkas dan komunikatif.

Ibu Yani menyampaikan rasa puas atas bantuan yang diberikan. Beliau merasa desain baru memberikan citra yang lebih menarik dan profesional terhadap produk Bronito, serta diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen.

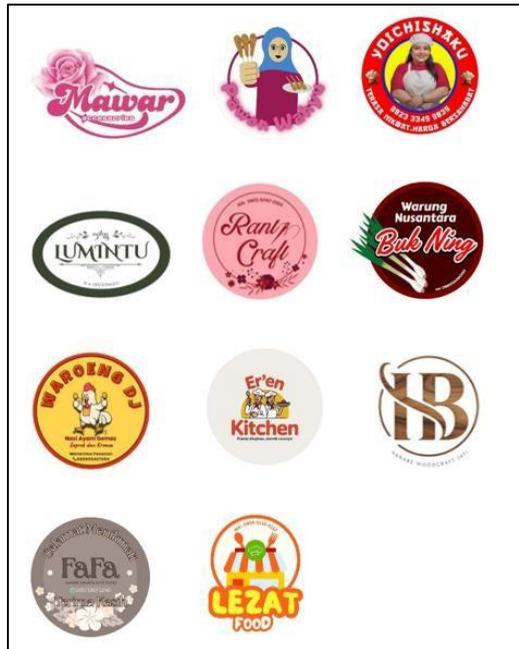
2.4 Hasil Desain Visual Branding Masing-Masing UMKM

Sebagai bentuk pendampingan terhadap UMKM di Kelurahan Mojo, kami merancang sejumlah media visual branding untuk mendukung peningkatan daya saing mereka. Media yang dirancang meliputi logo, banner, pamflet, kemasan produk, dan kartu nama. Semua desain dibuat berdasarkan hasil observasi serta diskusi langsung dengan pelaku UMKM, agar desain yang dihasilkan sesuai dengan karakter, kebutuhan, dan target pasar masing-masing usaha.

1. Logo

Logo merupakan elemen utama dalam sistem identitas visual suatu merek. Proses perancangan logo dilakukan melalui tahapan identifikasi karakteristik usaha, preferensi pemilik, serta segmentasi pasar yang dituju. Logo didesain dengan mempertimbangkan prinsip kesederhanaan, keterbacaan, dan keunikan, sehingga dapat mudah dikenali oleh konsumen. Beberapa logo dirancang dalam bentuk ilustratif untuk menggambarkan produk atau filosofi usaha, sementara lainnya lebih menekankan pada pendekatan tipografi modern yang bersih dan minimalis. Pemilihan warna dan bentuk juga disesuaikan agar mencerminkan citra merek secara konsisten.

Adapun berikut merupakan kumpulan hasil desain logo UMKM di Kecamatan Mojo yang telah kami buat selama pendampingan:



Gambar 21. Kumpulan Hasil Desain Logo UMKM Kec. Mojo

2. Banner

Desain banner difokuskan pada fungsi informatif dan promosi visual di ruang publik. Setiap banner dirancang untuk menampilkan elemen-elemen penting, seperti nama usaha, daftar produk yang dijual, kontak pemesanan, serta visual pendukung yang menarik. Tata letak dirancang secara hierarkis agar informasi mudah dibaca dan dipahami oleh

khalayak luas. Pemilihan warna dan tipografi disesuaikan dengan identitas visual yang telah ditetapkan melalui logo, guna menciptakan keterpaduan dalam strategi branding. Adapun berikut merupakan kumpulan hasil desain banner UMKM di Kecamatan Mojo yang telah kami buat selama pendampingan:



Gambar 22. Kumpulan Hasil Desain Banner UMKM Kec. Mojo

3. Pamflet atau Katalog Harga

Pamflet berperan sebagai media promosi cetak yang bersifat portabel dan dapat disebarluaskan secara langsung kepada calon konsumen. Desain pamflet memuat daftar produk, harga, serta kontak yang dapat dihubungi. Dalam perancangannya, digunakan prinsip desain editorial sederhana namun efektif, sehingga informasi dapat disampaikan secara jelas dan menarik. Elemen visual seperti

ikonografi, warna, dan ilustrasi juga ditambahkan guna meningkatkan daya tarik pamflet tanpa mengurangi keterbacaannya.

Adapun berikut merupakan kumpulan hasil desain Pamflet UMKM di Kecamatan Mojo yang telah kami buat selama pendampingan:



Gambar 23. Kumpulan Hasil Desain Pamflet UMKM Kec. Mojo

4. Kemasan

Kemasan produk memiliki peranan strategis dalam membangun persepsi kualitas dan profesionalitas suatu produk. Desain kemasan disesuaikan dengan karakter produk dan bentuk fisik kemasan yang digunakan oleh UMKM.

Informasi penting seperti nama produk, komposisi, logo, serta elemen dekoratif dirancang agar terlihat harmonis dan mudah dikenali. Pendekatan desain difokuskan pada kesesuaian estetika dan fungsi, sehingga tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mendukung kelayakan produk dalam proses distribusi dan penjualan.

Adapun berikut merupakan kumpulan hasil desain kemasan UMKM di Kecamatan Mojo yang telah kami buat selama pendampingan:



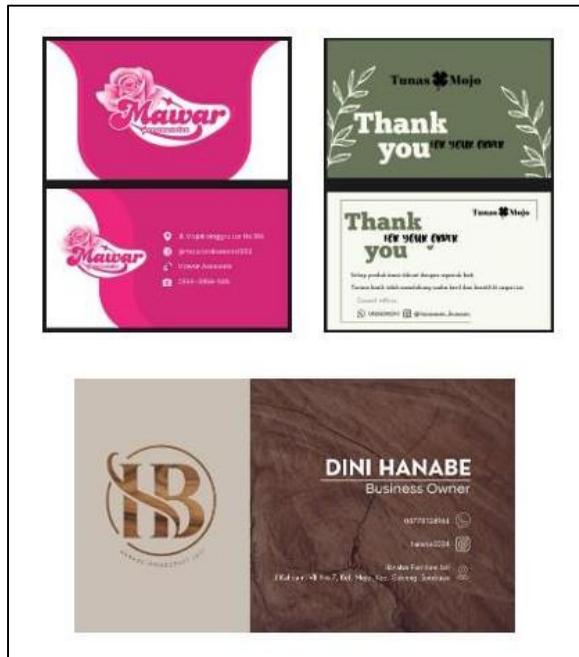
Gambar 24. Kumpulan Hasil Desain Kemasan UMKM Kec. Mojo

5. Kartu Nama

Sebagai media komunikasi profesional, kartu nama menjadi elemen penting dalam membangun jaringan usaha dan relasi bisnis. Setiap desain kartu nama memuat informasi identitas usaha secara ringkas, termasuk logo, nama pemilik atau

brand, kontak (telepon/WhatsApp), serta media sosial atau alamat usaha. Perancangan kartu nama mengikuti prinsip identitas visual yang telah dibangun sebelumnya, sehingga tetap konsisten dalam penyampaian citra merek. Pemilihan layout yang bersih dan profesional diharapkan mampu memberikan kesan positif pada mitra atau pelanggan potensial.

Adapun berikut merupakan kumpulan hasil desain kartu nama UMKM di Kecamatan Mojo yang telah kami buat selama pendampingan:



Gambar 25. Kumpulan Hasil Desain Kartu Nama UMKM Kec. Mojo

3. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang kami laksanakan di Kelurahan Mojo, Kecamatan Gubeng, Surabaya, secara umum berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif, terutama dalam memperkuat identitas visual UMKM melalui desain grafis yang fungsional dan sesuai kebutuhan. Pendampingan ini bertujuan membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing produk melalui visual branding yang terstruktur dan sesuai karakteristik usaha.

Dari hasil kegiatan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar UMKM masih mengalami kendala dalam aspek desain visual, seperti ketiadaan logo, media promosi, desain kemasan, hingga ketidakkonsistenan identitas merek. Di sinilah peran desain visual terbukti penting dan tidak hanya memperindah tampilan, tetapi juga membentuk persepsi profesionalisme dan kualitas produk.

Selama pendampingan, kami membantu UMKM membuat atau memperbarui elemen visual seperti logo, banner, pamflet, kemasan, dan kartu ucapan. Semua desain dibuat berdasarkan observasi, wawancara, dan diskusi agar hasilnya sesuai citra dan tujuan usaha. Respon dari pemilik UMKM sangat positif. Mereka merasa terbantu dan mendapatkan wawasan baru tentang pentingnya branding visual dalam promosi, baik offline maupun digital. Bahkan, beberapa UMKM menyatakan desain yang kami buat sangat membantu memperjelas identitas usahanya di mata konsumen.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM dapat memberikan manfaat nyata—

baik dalam pemberdayaan ekonomi lokal maupun sebagai pengalaman pembelajaran langsung bagi mahasiswa.

3.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pendampingan UMKM dalam penguatan identitas visual, terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan saran guna perbaikan dan keberlanjutan program sejenis di masa mendatang. Diharapkan seluruh pihak yang terlibat, baik pelaku UMKM, mahasiswa, institusi pendidikan, maupun pemerintah, dapat terus menjaga kolaborasi yang telah terbangun demi mendukung pertumbuhan usaha kecil secara berkelanjutan.

Para pelaku UMKM disarankan untuk lebih aktif dalam memanfaatkan media visual sebagai sarana promosi dan membangun citra usaha yang profesional. Mahasiswa diharapkan terus mengembangkan kepekaan sosial dan keterampilan praktis selama melakukan pengabdian kepada masyarakat, sehingga mampu memberikan kontribusi nyata yang sesuai dengan kebutuhan lapangan. Di sisi lain, institusi pendidikan dan pihak pemerintah diharapkan dapat memfasilitasi kegiatan serupa secara rutin sebagai bentuk dukungan terhadap pemberdayaan ekonomi lokal.

Dengan sinergi yang baik dan berkesinambungan, kegiatan pendampingan seperti ini dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Astri Rumondang Banjarnahor & Endang Hariningsih. (2025). Transformasi Digital Melalui Peningkatan Keterampilan Branding Dan Pembuatan Konten Visual Bagi Umkm Di Kebun Jeruk Jakarta Barat. *Empowerment Journal*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.30787/Empowerment.V5i1.1698>
- De Riandra, C. N., & Islam, M. A. (2021). *Perancangan Identitas Visual Catering & Bakery Cherry*. 2(2).
- Dewi, D. A. P., Putra, I. P. D., & Wijaya, I. K. A. (2024). *Perancangan Ulang Visual Branding Usaha Akomodasi “Balitrees” Retreats Di Tabanan*. 5(1)
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Era Digital Abad 2*.
- Kartini, T., Andari, T. T., Harini, S., Nurhalisza, D. T., Safitri, S. M., Rivaldi, M. I., & Santika, E. J. (2024). *Product Branding: Strategi Meningkatkan Brand Awareness Dan Nilai Produk Usaha Jamu Bu Nengah*. 6.
- Mrr Tiyas Maheni Dk, Fajrina, N., Susilawati, Rachmadita Dwi Pramesti, & Andriyanto. (2023). Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand Untuk Mendukung Daya Saing Produk Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(01), 148–162. <https://doi.org/10.36456/Abadimas.V7.I01.A7344>
- Pudjowati, J. (2023). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kreatif Asesoris “Cantik” Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Semasa Pandemi Pada Event Jatim Fair*.

Ramadhanti, B. A., & Naufalina, F. E. (2023). *Perancangan Identitas Visual Makan Segala*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Ketersediaan Bekerjasama.



**PEMERINTAH KOTA SURABAYA
KECAMATAN GUBENG
KELURAHAN MOJO**
Jl. Kalidami No. 41 Surabaya 60285
Telp. (031) 5939721

SURAT KETERANGAN KESEDIAAN BEKERJASAMA
Nomor : 400.12/705/436.9.8.5/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widajati S,Sos
Jabatan : Lurah Mojo

Internal Mitra : Kelurahan Mojo, Kecamatan Gubeng, Kota Surabaya
Alamat : Jl. Kalidami No.41, Mojo, Kec. Gubeng, Surabaya

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dalam mendukung pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik Bela Negara Skema SDGs dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dengan Judul Program:

"Penerapan Desain Visual Pada Promosi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing di Kelurahan Mojo Surabaya"

Adapun sebagai ketua kelompok 58 KKN-T Bela Negara adalah:

Nama : Arif Fatur Rohman
NPM : 22071010050
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum

Bersama ini pula, kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara Pimpinan Mitra dan Ketua kelompok 58 KKN-T Bela Negara tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam bentuk apapun juga.

Surabaya, 28 Juli 2025


Kepala Kelurahan Mojo
197010271991032005