



## Penguatan Ekonomi Lokal Pengembangan Branding Produk Unggulan di Kelurahan Baringin

<sup>1</sup>Sumema, <sup>2</sup>Winda Fitria, <sup>3</sup>Windy Dela Sari, <sup>4</sup>Sukatik, <sup>5</sup>Wirda Nissa

<sup>1</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>3</sup>Jurusan Administrasi Niagra, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>4</sup>Jurusan Teknik Sipil, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

<sup>5</sup>Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Padang, Padang, Indonesia

Email: [sumema@pnp.ac.id](mailto:sumema@pnp.ac.id)1; [winda@pnp.ac.id](mailto:winda@pnp.ac.id)2; [windydellasari@pnp.ac.id](mailto:windydellasari@pnp.ac.id)3; [sukatikwiryosentono@gmail.com](mailto:sukatikwiryosentono@gmail.com)4; [wirdanissa0504@gmail.com](mailto:wirdanissa0504@gmail.com)5

### **Abstract**

*Community service activities were carried out in Baringin sub-district, Lubuk Kilangan sub-district, Padang city with the theme of strengthening the local economy, developing superior product branding. Baringin Subdistrict has great local economic potential, but has not been optimized properly. One factor is the lack of superior product branding. This makes it difficult for local products to compete in the market and their selling value is low. The aim of this service is to improve the local economy through developing superior product branding in Baringin Village. Method: Identify superior products. Develop a branding strategy. Provide training and assistance to business actors. Assist in marketing superior products. Outcome Target: Identification of superior products in Baringin Village. Developing superior product branding strategies. Increased knowledge and skills of business actors in branding. Sales of superior products in a wider market. Another benefit is increasing the income of business actors and creating new jobs. So, through the development of superior product branding in Baringin Village, it is hoped that it can improve the local economy and improve community welfare. The service was attended by 12 local business actors in Baringin sub-district and produced 9 "branding" product logo designs. It is hoped that the logo produced during this mentoring activity can be used to promote products produced by the community of this sub-district.*

*Keywords: branding; design; local; economy*

### **Abstrak**

*Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dilakukan di kelurahan Baringin Kecamatan Lubuk Kilangan kota Padang dengan tema penguatan ekonomi lokal pengembangan branding produk unggulan. Kelurahan Baringin memiliki potensi ekonomi lokal yang besar, namun belum dioptimalkan dengan baik. Salah satu faktornya adalah kurangnya branding produk unggulan. Hal ini menyebabkan produk lokal sulit bersaing di pasaran dan nilai jualnya rendah. Tujuan dari pengabdian ini adalah meningkatkan ekonomi lokal melalui pengembangan branding produk unggulan di Kelurahan Baringin. Metode: Melakukan identifikasi produk unggulan. Mengembangkan strategi branding. Melakukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha. Membantu pemasaran produk unggulan. Target Capaian Luaran: Teridentifikasinya produk unggulan di Kelurahan Baringin. Tersusunnya strategi branding produk unggulan. Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam branding. Penjualan produk unggulan di pasar yang lebih luas. Manfaat lainnya adalah meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan menciptakan lapangan kerja baru. Sehingga melalui pengembangan branding produk unggulan di Kelurahan Baringin diharapkan dapat meningkatkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengabdian diikuti oleh 12 orang pelaku usaha lokal di kelurahan Baringin dan*

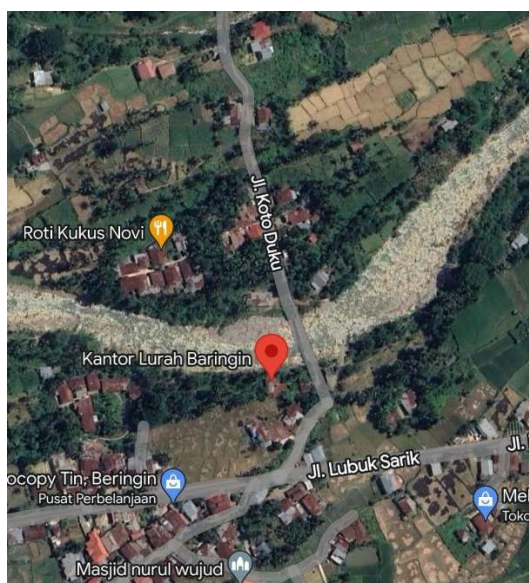
*menghasilkan 9 desain logo produk “branding”. Harapannya logo yang dihasilkan pada kegiatan pendampingan ini dapat digunakan untuk promosi dari produk yang dihasilkan oleh masyarakat kelurahan ini.*

*Kata kunci: branding; desain; lokal; ekonomi*

## PENDAHULUAN

Kelurahan Baringin berada pada Kecamatan Lubuk Kilangan dengan Luas: 1,65 km<sup>2</sup>. Adapun Batas Wilayah: pada bagian Utara: Kelurahan Lubuk Kilangan. Bagian Timur: Kelurahan Koto Baru. Bagian Selatan: Kelurahan Tarantang. Dan bagian Barat: Kelurahan Pisang. Untuk detailnya denah lokasi Kelurahan ini dapat dilihat pada Gambar 1. Potensi Ekonomi dari aspek Pertanian: Padi, jagung, sayuran. Perikanan: Ikan air tawar Peternakan: Sapi, kambing, ayam. Dan pada Industri: Pengolahan hasil pertanian dan pengolahan hasil perikanan. Salah satu produk unggulan Kelurahan Baringin adalah KoPink Café yang memiliki produk unggulan kopi khas Kelurahan Baringin. Saat ini KoPink Café masih belum memiliki standar kualitas produk, penyajian, ketersediaan bahan baku yang tidak stabil, produksi yang tidak efisien, pencatatan keuangan yang belum tertata dan strategi pemasaran yang masih kurang efektif. Hal ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pengetahuan pelaku UMKM tentang manajemen SDM. Inilah yang menjadi alasan utama pemilihan tema penguatan ekonomi lokal pengembangan *branding* produk unggulan lokal di Kelurahan Baringin.

Kelurahan Baringin memiliki potensi ekonomi lokal yang besar, namun belum dioptimalkan dengan baik. Salah satu faktornya adalah kurangnya branding produk unggulan yang ada pada daerah ini. Hal ini menyebabkan produk lokal sulit bersaing di pasaran dan nilai jualnya menjadi rendah. Selain itu ditemukan bahwa kualitas produk yang dihasilkan tidak konsisten, kemasan produk yang tidak menarik, dan minimnya promosi dari produk. Kurangnya branding berdampak pada kesulitan dalam menarik pelanggan sehingga kalah saing dari produk lain. Ini membuat target penjualan tidak tercapai, harga menjadi lebih rendah dan keuntungan menjadi kecil. Penguatan ekonomi melalui branding produk lokal merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan menjadi nilai tambah dari produk tersebut. Branding produk lokal merupakan alat yang kuat untuk meningkatkan ekonomi lokal. Dengan strategi yang tepat, produk lokal tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha tetapi juga memperkuat identitas budaya dan ekonomi suatu daerah. Upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan masyarakat, sangat penting untuk keberhasilan inisiatif ini. [1]



Gambar 1. Denah lokasi pengabdian

Pengembangan produk unggulan UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Peningkatan daya saing produk yang dihasilkan oleh UMKM diharapkan akan membuat adanya peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha dan masyarakat sekitar. Pengembangan produk juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru, meningkatkan pendapatan asli masyarakat serta memperkuat identitas lokal melalui produk yang mencerminkan budaya dan kearifan lokal [2]

Kekurangan pengetahuan dalam manajemen bisnis digital dapat menghambat pelaku usaha desa dalam meningkatkan penjualan produk unggulan mereka. Dengan memperkuat pemahaman tentang manajemen bisnis digital, para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital, yang pada gilirannya dapat mendorong penjualan produk unggulan. Pendekatan sosialisasi dan pelatihan yang diterapkan berpotensi efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha desa. Program ini bisa diperluas dengan menambahkan materi mengenai analisis pasar, strategi pemasaran, serta penerapan teknologi digital dalam bisnis. Selain itu, memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk berbagi pengalaman dan praktik terbaik dalam pemasaran digital juga dapat bermanfaat. Integrasi dengan program lain yang mendukung pemberdayaan ekonomi lokal, seperti pelatihan kewirausahaan dan pendampingan usaha, juga disarankan untuk meningkatkan dampak positif dari inisiatif ini. [3]

Pelatihan *branding* produk unggulan ini diharapkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam desain grafis sederhana. Sehingga dapat meningkatkan kualitas dan daya saing usaha lokal di Kelurahan Baringin.



Gambar 2. Gambaran iptek yang telah dilaksanakan  
Sumber: Penulis, 2024

Saat ini produk unggulan yang ada memiliki kualitas produk yang tidak konsisten, kemasan produk tidak menarik, produksi dalam skala kecil, kurangnya branding dan promosi produk, minimnya pengetahuan tentang manajemen rantai pasokan dan kurangnya akses ke pasar yang lebih luas. Kondisi real yang ada saat ini memberikan dampak negatif pada kemampuan branding sehingga mengalami kesulitan dalam menarik pelanggan. Persaingan yang ketat dengan produk lain. Harga jual produk yang rendah. Keuntungan yang kecil. Kekurangan branding dapat menyebabkan berbagai persoalan dalam segi produksi dan manajemen usaha mitra di Kelurahan Baringin. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan branding yang efektif untuk meningkatkan kualitas produk, memperkuat manajemen,

dan meningkatkan daya saing usaha mitra. Dengan mengadopsi pendekatan yang sistematis dan terukur dalam menguatkan ekonomi lokal dan mengembangkan branding produk unggulan, proyek pengabdian tingkat komunitas di Kelurahan Baringin memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dan memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat setempat.

Pelatihan produk *branding* ini juga pernah dilakukan oleh Heni Indrayani dkk dalam pengabdian masyarakatnya di Kepulauan Karimunjawa. Pelatihan digital *branding* untuk UMKM di Karimunjawa bertujuan untuk meningkatkan promosi produk lokal melalui pemanfaatan media digital, mengingat potensi hasil laut yang besar di kawasan tersebut. Meskipun UMKM di Karimunjawa memiliki peluang yang signifikan, pemanfaatan media sosial untuk promosi produk masih belum optimal, sehingga pelatihan ini menjadi sangat penting. Dalam pelaksanaannya, pelatihan dilakukan dengan menggandeng BumDes Sejahtera Bahari sebagai mitra, yang mencakup observasi potensi produk, perencanaan konten digital, dan produksi video produk. Pelaku UMKM diajarkan untuk memanfaatkan branding digital, seperti video storytelling dan animasi, serta menyebarkan konten melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok. Dengan pengetahuan yang diperoleh, diharapkan pelaku usaha lokal dapat mengoptimalkan media sosial sebagai alat promosi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Inisiatif ini sejalan dengan upaya penguatan ekonomi lokal dan pengembangan branding produk unggulan di Kelurahan Baringin.[4]

Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Youtube memungkinkan pengusaha untuk berinteraksi dengan audiensnya, memasarkan produk atau layanannya, dan mengkomunikasikan nilai mereknya secara efektif. Dengan memanfaatkan media sosial, perusahaan dapat menciptakan kehadiran online yang kuat, berinteraksi dengan pelanggan secara real-time, menjawab pertanyaan dan kekhawatiran dengan cepat, dan menampilkan kepribadian merek mereka melalui konten yang menarik. Melalui penggunaan media sosial yang konsisten dan strategis, perusahaan dapat meningkatkan visibilitas merek, kredibilitas, dan kepercayaan di antara audiens target mereka, sehingga menghasilkan citra merek yang positif [5]

## METODE PELAKSANAAN PENGABDIAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan bagian tak terpisahkan dari Tridharma Perguruan Tinggi yang menjadi tugas pokok seorang Dosen. Rabu, 5 Juni 2024 lalu Politeknik Negeri Padang (PNP) bekerja sama dengan Kelurahan Baringin, Kecamatan Lubuk Kilangan melaksanakan kegiatan PKM. Kegiatan pengabdian yang dilakukan berupa pelatihan dengan tema penguatan ekonomi lokal melalui branding produk unggulan. PKM ini didanai oleh dana DIPA PNP dan dilaksanakan oleh tim Dosen dari PNP.

Saat ini mitra kesulitan dalam menarik pelanggan dikarenakan kurangnya *branding* dan pengetahuan tentang promosi produk. Hal ini membuat target penjualan tidak tercapai sehingga dibutuhkan pendampingan dalam hal promosi dan *branding* produk. Langkah atau tahapan yang dilakukan untuk memberikan solusi kepada masyarakat sebagai mitra, dapat dilihat pada Gambar dibawah ini.



Gambar 3. Gambaran iptek yang akan dilaksanakan  
Sumber: Penulis, 2024

Sebelum kegiatan dilakukan, tahapan pelaksanaan kegiatan sudah disepakati dengan mitra dari Kelurahan Baringin. Pertama sekali, tim melakukan koordinasi dengan mitra terkait waktu pelaksanaan kegiatan, tempat pelatihan dan teknis kegiatan. Pada tahapan ini disepakati untuk pelaksanaan kegiatan anggota tim harus menyiapkan instruktur untuk pemaparan materi, peralatan dan bahan. Sebagai bentuk partisipasi, mitra dari kelurahan Baringin diminta untuk menyediakan tempat pelatihan, menghadirkan masyarakat sebagai peserta kegiatan. Peserta yang diminta hadir pada kegiatan pelatihan merupakan peserta yang memiliki usaha/ wirausahawan yang ada berdomisili di kelurahan Baringin. Partisipasi mitra sangat penting untuk kelancaran dan kegiatan pelatihan desain grafis untuk *branding* produk UMKM .

Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan pembuatan *branding* produk unggulan kepada masyarakat sekitar yang telah dihadirkan oleh mitra. Tahap pelaksanaan diawali dengan pengenalan dengan tim, menyampaikan tujuan dari kegiatan, pemaparan materi tentang pentingnya *branding* produk untuk meningkatkan penjualan dan kemudian dilanjutkan dengan praktek langsung pembuatan *branding* produk yang dihasilkan mitra.

Tahap ketiga evaluasi kegiatan, di tahap ini tim mengevaluasi hasil desain *branding* produk yang dibuat oleh peserta pelatihan dan melakukan evaluasi tingkat pemahaman peserta terhadap tujuan kegiatan, materi yang dipaparkan dan komitmen kedepan tentang penggunaan *branding* yang dihasilkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 5 Juni 2024 di Kelurahan Baringin Kecamatan Lubuk Kilangan. Kegiatan dimulai pada pukul 09.00 WIB dan dibuka langsung oleh Ibu Hj. Yuliar, S.sos selaku kepala Lurah pada daerah tersebut. Dalam sambutannya, ibu Lurah mengucapkan terimakasih kepada tim dan berharap kedepannya kegiatan pengabdian dapat dilakukan secara berkelanjutan di Kelurahan Baringin.



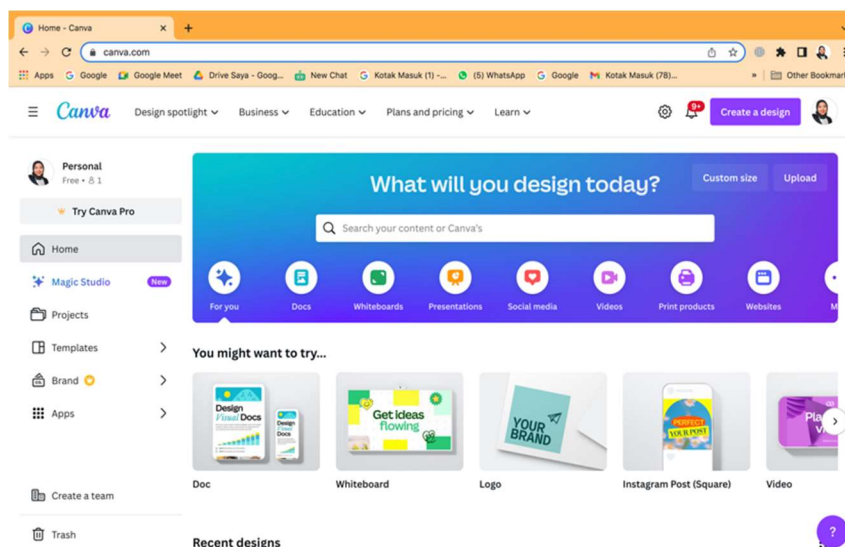


Gambar 4. Pembukaan kegiatan pengabdian oleh Kepala Lurah

Kegiatan pelatihan ini dihadiri oleh 12 orang pelaku usaha lokal yang telah diundang oleh pihak kelurahan sebelumnya. Pelatihan desain grafis *branding* produk unggulan ini dilakukan dengan aplikasi Canva dari pukul 09.00 WIB sampai 12.00 WIB. Aplikasi Canva dapat diakses langsung melalui website dengan tampilan seperti Gambar dibawah ini.

Canva adalah *platform* desain grafis berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis desain dengan mudah dan cepat. Dengan antarmuka yang ramah pengguna, Canva cocok untuk pemula maupun profesional yang ingin meningkatkan kreativitas dan produktivitas mereka. Platform ini menawarkan berbagai template yang dapat disesuaikan untuk berbagai kebutuhan, seperti membuat poster, presentasi, dan konten media sosial. Selain itu, Canva juga menyediakan alat desain yang mudah digunakan, sehingga pengguna dapat menambahkan teks, gambar, dan elemen grafis lainnya dengan *drag-and-drop*. [6]

Dengan menggunakan Canva, pengguna dapat meningkatkan efisiensi waktu dan kreativitas mereka dalam membuat desain grafis. Platform ini juga memungkinkan pengguna untuk bekerja sama dengan tim dan mengakses berbagai gambar dan video gratis maupun berbayar. Canva menawarkan versi gratis dengan banyak fitur, serta paket berbayar yang terjangkau bagi pengguna yang membutuhkan lebih banyak alat dan sumber daya. Secara keseluruhan, Canva merupakan alat yang sangat berguna bagi siapa saja yang ingin membuat desain grafis tanpa perlu keahlian teknis yang mendalam. [7]



Gambar 5. Tampilan Program desain pada website, Canva  
Sumber : <https://www.canva.com/>

Pelatihan *branding* produk lokal ini difokuskan kepada branding dan teknik promosi dari produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang tinggal di Kelurahan Baringin. Pelatihan diawali dengan presentasi materi tentang pentingnya branding sebagai identitas dan citra dari produk yang dibuat oleh masyarakat Baringin. Pada pelatihan ini ditekankan sekali pentingnya branding agar produk yang dibuat terlihat menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Setelah pemaparan materi, peserta pelatihan dipandu langsung untuk membuat logo dan desain kemasan dari produk yang mereka hasilkan. Peserta mempraktekkan materi pelatihan pembuatan logo ini menggunakan website Canva. Antusiasme peserta terlihat selama pendampingan pembuatan logo produk ini berlangsung. Hal ini dibuktikan dari 12 peserta mengikuti pelatihan telah dihasilkan 9 logo produk dari masyarakat di Kelurahan tersebut.

Sebagai contoh, Pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva yang diberikan kepada guru-guru Madrasah Ibtidaiyah (MI) Muhammadiyah Rabak, Purbalingga, berhasil menumbuhkan rasa kreativitas dan inovasi dalam pembuatan media pembelajaran. Melalui metode demonstrasi dan praktik langsung melalui Zoom Meeting, para peserta dapat memahami cara menggunakan Canva untuk membuat materi yang menarik dan informatif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif dalam meningkatkan kemampuan para guru dalam menyampaikan bahan ajar yang menarik dan mudah diterima oleh siswa. Oleh karena itu, disarankan agar pelatihan ini dilanjutkan secara berkelanjutan untuk memaksimalkan ilmu yang telah disampaikan. [8]

strategi branding dan labeling memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk lokal di Purworejo. Dengan menggunakan metode survei dan analisis regresi berganda pada 175 responden, penelitian ini mengungkapkan bahwa peningkatan kualitas merek dan label dapat meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil. Oleh karena itu, penting bagi para pengusaha kecil untuk terus berinovasi dan memperbaiki aspek branding dan labeling produk mereka agar tetap menarik bagi konsumen dan mampu bersaing dengan produk modern di pasar. [9]



Gambar 6. Dokumentasi kegiatan pendampingan *branding* produk dengan Canva

Selama kegiatan pelatihan, antusiasme peserta terlihat jelas. Hal ini dapat dibuktikan dengan *output* yang dihasilkan dari pelatihan tersebut. Peserta menunjukkan minat dan keterlibatan yang tinggi, yang merupakan indikasi positif terhadap keberhasilan program ini. Dari total 12 orang peserta yang mengikuti pelatihan, sebanyak 9 buah desain *branding* promosi produk berhasil dihasilkan. Ini merupakan pencapaian yang signifikan, mengingat pentingnya *branding* dalam memasarkan produk lokal. Desain yang dihasilkan mencerminkan kreativitas dan pemahaman peserta terhadap konsep *branding* yang diajarkan.

Keberhasilan dalam menghasilkan desain ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya memberikan teori, tetapi juga praktik yang aplikatif. Peserta dapat menerapkan pengetahuan yang

didapat secara langsung, sehingga meningkatkan keterampilan mereka dalam menciptakan identitas produk yang menarik. Dengan adanya desain branding yang baru, diharapkan produk lokal dapat lebih dikenal dan memiliki daya tarik di pasar. Ini adalah langkah awal yang baik untuk meningkatkan penjualan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di masyarakat. Inisiatif ini diharapkan dapat berlanjut dan memberikan dampak yang lebih luas bagi pelaku usaha dan komunitas.

Promosi merupakan aspek krusial dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial, terutama Instagram, telah bertransformasi dari sekadar platform untuk hiburan menjadi alat yang efektif untuk kegiatan bisnis. Sebagai contoh, *Happy Go Lucky House*, yang merupakan pelopor *concept store* di Indonesia sejak tahun 2008, telah memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai kegiatan promosi yang dilakukan oleh *Happy Go Lucky House* di Instagram dan memahami alasan mengapa mereka memilih platform ini sebagai media promosi yang aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Happy Go Lucky House* telah berhasil menggunakan Instagram dengan efektif. Mereka melakukan beragam kegiatan promosi yang mencerminkan kreativitas serta kemampuan untuk memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di *platform* tersebut. [10]



Gambar 7. Contoh hasil desain produk branding dari pelatihan

Antusiasme yang tinggi terlihat dari permintaan para pelaku usaha yang mengikuti pelatihan untuk melakukan pendampingan kepada masyarakat secara berkelanjutan. Hal ini bertujuan agar usaha lokal dapat berkembang dengan baik, yang ditandai dengan meningkatnya penjualan produk yang mereka hasilkan kedepannya. Dukungan ini menunjukkan komitmen pelaku usaha untuk berkontribusi pada kemajuan ekonomi di lingkungan mereka. Pelatihan yang telah dilakukan diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam menciptakan branding produk. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi branding, pelaku usaha akan lebih mampu memasarkan produk mereka dengan efektif. Ini menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar.

Pengembangan branding produk unggulan di Kelurahan Baringin diharapkan dapat memberikan dampak positif pada ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan produk yang dikenal dan dihargai, pelaku usaha akan mendapatkan peluang lebih besar untuk berkembang. Secara keseluruhan, inisiatif ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem usaha yang lebih baik dan berkelanjutan di komunitas.





Gambar 8. Antusiasme peserta yang ikut pelatihan

Pada Gambar 8, antusiasme peserta yang ikut pelatihan Penguatan Ekonomi Lokal Pengembangan Branding Produk Unggulan di Kelurahan Baringin terlihat sangat tinggi. Mereka sangat partisipatif dan bersemangat dalam mengikuti pelatihan tersebut. Berikut beberapa hal yang menunjukkan antusiasme peserta pelatihan Sangat aktif dalam bertanya dan berdiskusi tentang topik yang dibahas, bersemangat dalam melakukan kegiatan praktek dan simulasi yang diberikan, antusias dalam menerima materi dan informasi yang diberikan oleh instruktur, berpartisipasi dalam melakukan kegiatan kelompok dan praktek membuat desain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa antusiasme peserta yang ikut pelatihan Penguatan Ekonomi Lokal Pengembangan Branding Produk Unggulan di Kelurahan Baringin sangat tinggi dan mereka sangat bersemangat dalam mengikuti pelatihan tersebut.

## KESIMPULAN

PKM dengan mitra kelurahan Baringin Kecamatan Lubuk Kilangan merupakan bagian tak terpisahkan dari Tridharma Perguruan Tinggi yang menjadi tugas pokok seorang Dosen. Tim dosen Politeknik Negeri Padang (PNP) bekerja sama dengan mitra Kelurahan Baringin, Kecamatan Lubuk Kilangan melaksanakan kegiatan PKM dengan tema penguatan ekonomi lokal melalui *branding* produk unggulan. Kegiatan PKM berupa pelatihan yang didanai dengan dana DIPA PNP yang diikuti 12 UMKM dari Kelurahan Baringin. Selama kegiatan berlangsung terlihat antusiasme peserta selama pelatihan pendampingan pembuatan logo produk ini berlangsung. Hal ini dibuktikan dari 12 peserta mengikuti pelatihan telah dihasilkan 9 logo produk dari masyarakat di Kelurahan tersebut. Selain itu antusiasme ini disimpulkan dari permintaan para pelaku usaha yang menjadi peserta pelatihan untuk melakukan pendampingan kepada masyarakat secara berkelanjutan agar usaha lokal dapat berkembang yang ditandai dengan meningkatnya penjualan dari produk yang mereka hasilkan. Diharapkan pelatihan yang telah dilakukan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha dalam membuat branding produknya. Sehingga pengembangan branding produk unggulan di Kelurahan Baringin ini dapat meningkatkan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian (P3M) PNP atas dukungan dan fasilitasi yang telah diberikan dalam pengadaan dana DIPA untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tanpa bantuan dan perhatian dari P3M, pelaksanaan

program ini tidak akan mungkin terwujud dengan baik. Dukungan finansial yang diberikan oleh P3M sangat penting untuk memastikan bahwa semua kegiatan yang direncanakan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Kami menyadari bahwa pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu pilar penting dalam pengembangan institusi, dan P3M telah berperan aktif dalam mewujudkan hal tersebut. Kami berharap kerja sama ini dapat terus berlanjut di masa depan, sehingga lebih banyak lagi kegiatan pengabdian yang dapat dilakukan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat. Terima kasih sekali lagi kepada P3M PNP atas segala upaya dan dedikasi yang telah ditunjukkan.

#### DAFTAR REFERENSI

- [1] E. Susanti *et al.*, “Memperluas Pemasaran Usaha Telur Puyuh Era Milenial Di Baringin Kampung Jua Kecamatan Lubuk Kilangan Padang Dengan Menggunakan Teknologi,” *Communnity Development Journal*, vol. 2, no. 3, 2021.
- [2] R. Mariska *et al.*, “Pengembangan Produk Unggulan UMKM Dalam Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Di Desa sukasari Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai,” *Journal of Human And Education*, vol. 3, no. 2, pp. 292–298, 2023.
- [3] S. Fauziyyah, D. Wulandari, A. Mirzania, S. Prasetyaningtiyas, and U. Jember, “Penguatan Digital Marketing Pada Bumdes Sebagai Upaya Percepatan Pencapaian SDGS Desa,” vol. 2, no. 2, p. 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.unej.ac.id>
- [4] H. Indrayani *et al.*, “Dedikasi PKM Pelatihan Digital Branding dalam Mempromosikan UMKM di Karimunjawa,” vol. 4, no. 3, pp. 496–504, 2023, doi: 10.32493/dedikasipkm.v4i3.
- [5] Y. Suryani, T. Sulistyanyngtyas, A. Supriadi, E. A. Febriyanti, and Q. Qurratu’Aini, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Komunitas Perajin Sulam Tali di Kabupaten Ketapang,” *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 6, Dec. 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i6.11698.
- [6] A. P. Gehred, “Canva,” *Journal of the Medical Library Association*, vol. 108, no. 2, Apr. 2020, doi: 10.5195/jmla.2020.940.
- [7] F. Fahminnansih, E. Rahmawati, and A. P. Wardhanie, “Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Desain Grafis Dan Promosi Produk Pada Sekolah Islami Berbasis Kewirausahaan,” *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 2, no. 1, p. 51, 2021.
- [8] K. Nur Isnaini, D. F. Sulistiyani, Z. Ramadhany, and K. Putri, “Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva,” vol. 5, no. 1, 2021.
- [9] M. Harmawan Saputra, E. Pri Ariningsih, and I. Puspitasari, “Analisis Strategi Branding Dan Labeling Dalam Meningkatkan Daya Saing Pelaku Usaha Kecil.”
- [10] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House),” 2019.