

**PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH  
(UMKM) MELALUI PELATIHAN MEDIA SOSIAL DAN DESAIN  
IDENTITAS USAHA PADA USAHA TUMPENG DI DUSUN  
KANGIN, DESA BAKAS, KECAMATAN BANJARANGKAN,  
KLUNGKUNG**

**I Gede Rihayana<sup>1)</sup>, Putu Pradiva Putra Salain<sup>2)</sup>, Ni Kadek Puspita Dewi<sup>3)</sup>,  
Ni Luh Intan Deswita Putri<sup>4)</sup>**

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [igederihayana@unmas.ac.id](mailto:igederihayana@unmas.ac.id)

**ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas, melalui pelatihan pemanfaatan media sosial dan penguatan identitas usaha. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan dalam strategi pemasaran digital, belum adanya logo usaha, papan nama, serta pendaftaran lokasi usaha di Google Maps sehingga sulit dikenali konsumen baru. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan observasi, perencanaan, persiapan, pelatihan, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya digital marketing, kemampuan dalam memanfaatkan media sosial, serta peningkatan visibilitas usaha melalui pemasangan papan nama dan pembuatan logo.

**Kata Kunci:** UMKM, pemberdayaan, media sosial, identitas usaha, digital marketing, Desa Bakas

**ANALISIS SITUASI**

Desa Bakas merupakan wilayah perdesaan yang berada di Kecamatan Banjarangkan, Kabupaten Klungkung, Provinsi Bali, Indonesia. Desa Bakas merupakan desa dengan potensi besar di bidang pertanian, pariwisata, dan pengembangan UMKM. Selain dikenal dengan keindahan alamnya yang dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata arung jeram di Tukad Melangit, desa ini juga memiliki beragam usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang tumbuh dari kreativitas masyarakat setempat. UMKM di Desa Bakas bergerak di berbagai bidang, mulai dari pengolahan hasil pertanian, kuliner tradisional, kerajinan, hingga produk olahan herbal. Salah satu UMKM yang menjadi ciri khas desa ini adalah UMKM tumpeng, sebuah usaha yang menghasilkan perlengkapan upacara keagamaan umat Hindu, khususnya tumpeng, yang tidak hanya digunakan untuk kebutuhan ritual masyarakat setempat tetapi juga mulai dipasarkan lebih luas melalui media sosial sebagai sarana promosi dan identitas usaha. Kehadiran UMKM tersebut tidak hanya mendukung perekonomian desa, tetapi juga melestarikan nilai-nilai tradisi dan kearifan lokal,

sehingga Desa Bakas semakin dikenal sebagai desa wisata berbasis budaya dan pemberdayaan masyarakat.

Salah satu UMKM yang berada di Desa Bakas yaitu "Produksi Tumpeng di Dusun Kangin". Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2020 dan dikelola oleh bapak Ketut Suardana bersama istrinya ibu Komang Erna Swandewi dan 2 orang iparnya. Produk tumpeng yang dihasilkan telah dikenal luas oleh masyarakat sekitar, bahkan sudah memiliki langganan tetap. Namun demikian, pemasaran produk masih dilakukan tradisional, yakni melalui penjualan langsung ke para pedagang atau dari mulut ke mulut. Usaha ini tidak memiliki papan nama usaha, logo usaha, akun media sosial dan usaha belum terdaftar di Google Maps. Sehingga sangat sulit dikenali dan ditemukan oleh konsumen baru. Selain itu, lokasi usaha yang berada didalam area pemukiman sehingga memperbesar kesulitan konsumen dalam mengaksesnya. Upaya pengembangan produk dan ekspansi pasar menjadi terbatas akibat kurangnya pemanfaatan teknologi digital, terutama media sosial.

Dalam konteks perkembangan era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi, terutama pemasaran online merupakan kebutuhan yang paling penting bagi pelaku UMKM untuk bertahan dan berkembang. Penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan Tiktok dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan visibilitas produk, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui online. Sayangnya bapak Ketut Suardana bersama istri ibu Komang Erna Swandewi dan 2 iparnya belum memiliki keterampilan maupun pemahaman yang cukup mengenai media sosial dan strategi branding. Disisi lain, kurangnya intervensi dari pihak luar, baik dari pemerintah maupun lembaga pendidikan turut memperparah stagnasi yang dialami oleh usaha ini. Berdasarkan konsisi tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan UMKM yang berfokus pada pelatihan penggunaan media sosial, pembuatan logo usaha serta penyediaan papan nama usaha sebagai bentuk penguatan identitas dan daya saing produk.

Menurut penelitian oleh Tanjung et al. (2022), penerapan digital marketing secara signifikan dapat meningkatkan pendapatan UMKM, karena memungkinkan mereka menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami atau belum mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital ini. Nasution (2024) menekankan bahwa meskipun digital marketing dapat memperluas jangkauan pasar dan memudahkan transaksi, masih banyak UMKM yang belum mengerti manfaat dan cara penggunaannya. Dalam konteks pemasaran produksi tumpeng masih tradisional sehingga sulit dikenali dan diketahui oleh konsumen baru.

Berdasarkan permasalahan tersebut, artikel ini akan membahas terkait program Pemberdayaan UMKM Tumpeng Melalui Pelatihan Media Sosial dan Desain Identitas Usaha. Dengan mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan tersebut diharapkan dapat memberikan solusi nyata bagi permasalahan yang menghambat dalam pemasaran produk di UMKM tumpeng dusun Kangin. Selain itu melalui

pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pemasaran dapat mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di era digital saat ini.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil obeservasi lapangan dan analisis situasi yang dilakukan terhadap UMKM tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas, Kecamatan Banjarangkan, terdapat beberapa permasalahan utama yang memerlukan intervensi strategis melalui program pengabdian masyarakat, yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan para usaha Tumpeng dalam memasarkan produknya melalui media sosial
2. Pelaku UMKM tidak memiliki logo usaha, papan nama usaha, dan belum mendaftarkan usahanya pada Google Maps

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dalam menghadapi kesulitan yang dihadapi para UMKM khususnya usaha Tumpeng, mahasiswa pengabdian Masyarakat ingin meningkatkan kreativitas para usaha pembuatan Tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas, Kecamatan Banjarangkan, Klungkung untuk tetap menggunakan media sosial sebagai media pemasaran. Mahasiswa Pengabdian Kepada Masyarakat ingin melakukan rencana kegiatan sebagai berikut :

1. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya mempromosikan produk melalui media sosial dan membuat akun instagram dan tiktok.
2. Mendaftarkan usaha pada Google Maps agar pelanggan lebih mudah menemukan lokasi usaha
3. Membuatkan papan nama dan logo usaha yang menarik agar usaha tumpeng lebih mudah dikenali pelanggan.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan UMKM Tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas dilakukan melalui pendekatan langsung kepada pelaku UMKM dengan fokus pada penguatan branding dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran alternatif. Kegiatan ini mencakup edukasi pemanfaatan media sosial, pelatihan penggunaan platform media sosial seperti Instagram, pendaftaran usaha pada Google Maps, membuat logo usaha di aplikasi Canva serta pemasangan papan nama usaha untuk meningkatkan visibilitas usaha. Pendekatan ini terbukti efektif sebagaimana disampaikan oleh Wahyuni et al. (2020), bahwa pelatihan digital marketing berbasis praktik langsung mampu meningkatkan keterampilan pelaku UMKM. Sementara itu, Rachmawati dan Nurhalimah (2023) juga menegaskan bahwa penggunaan media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan membangun brand awareness, khususnya bagi pelaku usaha yang sebelumnya belum tersentuh teknologi.

Berikut ini merupakan beberapa tahapan dari pelaksanaan pemberdayaan UMKM Tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas:

**1. Tahap Perencanaan**

Dalam tahap ini, merupakan tahapan awal sebelum pelaksanaan kegiatan dimulai. Adapun hal yang dilakukan yaitu melakukan observasi dan wawancara ke tempat UMKM untuk mengidentifikasi masalah yang ada pada UMKM tersebut, sehingga memberikan gambaran terhadap program kerja yang akan dilakukan serta dapat menjadi solusi dalam menyelesaikan permasalahan. Langkah ini sangat penting karena memungkinkan pelaksanaan memahami konteks social dan kebutuhan mitra secara mendalam. Menurut Suparno dan Rahayu (2020), observasi dan komunikasi awal merupakan bagian dari strategi partisipatif yang efektif dalam merancang program pengabdian, karena mendorong keterlibatan aktif mitra dan menghasilkan intervensi yang lebih adaptif dan berkelanjutan (Suparno & Rahayu, 2020).



**Gambar 1.** Observasi ke Lokasi UMKM tumpeng

**2. Tahap Persiapan**

Dalam tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan pelaksanaan program kerja dengan menyiapkan bahan/materi yang akan digunakan sebagai solusi dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM Tumpeng , seperti mempersiapkan materi untuk edukasi, desain dan plang nama dan logo UMKM.



**Gambar 2.** Pembuatan materi edukasi dan pembuatan desain logo



**Gambar 3.** Pembuatan papan nama

### 3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan yang digunakan dalam merealisasikan program kerja yakni bertemu langsung dengan sasaran usaha pembuatan Tumpeng dan memberikan ide serta memberikan masukan cara memasarkan produk melalui media sosial. Berikut langkah-langkah pelaksanaan kegiatan:

- 1) Observasi awal di lingkungan sekitar (mencatat permasalahan yang dihadapi oleh usaha pembuatan Tumpeng).
- 2) Penyusunan program kerja sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh usaha pembuatan Tumpeng.
- 3) Memberikan sosialisasi tentang digital marketing.
- 4) Memberikan ide mengenai pembuatan papan nama usaha.
- 5) Memberikan ide mengenai logo yang menarik untuk profil sosial media.
  - a. Membantu mendaftarkan usaha pada Google Maps.
  - b. Membantu memasarkan produk tumpeng melalui media sosial.



**Gambar 4.** Melakukan edukasi dan melakukan pendaftaran usaha di Google Maps



**Gambar 5.** Membuat logo dan akun media sosial dan memasang papan nama usaha



#### 4. Tahap Evaluasi

Dalam tahap ini, dilaksanakan pengevaluasian terkait program kerja melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM mitra yaitu Ibu Komang Erna Swandewi (istri dari I Ketut Suardana) terhadap berlangsungnya pelaksanaan kegiatan. Dapat dilihat dengan adanya papan nama dan logo untuk produk yang jelas, memberikan kemudahan bagi pelanggan, sehingga meningkatkan potensi penjualan dan perkembangan usaha.



**Gambar 6.** Penyampaian pesan dan kesan serta foto bersama owner

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Untuk realisasi ketercapaian kegiatan program pengembangan dan pemberdayaan UMKM Tumpeng dan Penek di Dusun Kangin, Desa Bakas dalam meningkatkan hasil penjualan, telah terlaksana 100% didapatkan bahwa sebelum pelatihan, mitra hanya memahami 30% pentingnya membuat papan nama dan logo memanfaatkan untuk bisnis. Setelah pelatihan, pemahaman ini meningkat menjadi 80%. Selain itu, mitra UMKM menyatakan bahwa pembuatan plang nama telah membantu meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas usaha, yang merupakan aspek penting dalam pemberdayaan UMKM dan membuat media sosial yang melalui instagram agar lebih berkembang di era digital sekarang.

**Tabel 1.** Ketercapaian Kegiatan

<b>Program Kerja</b>	<b>Program Kegiatan</b>	<b>Realisasi</b>
Pemberdayaan UMKM Tumpeng, Desa Bakas dengan memberikan edukasi mengenai digital marketing, pembuatan papan nama, logo dan pemasar digital dalam meningkatkan hasil penjualan.	Memberikan edukasi mengenai digital marketing berupa pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pentingnya papan nama, logo, dan pendaftaran usaha pada Google Maps.	100%
	Membantu mendesain dan membuatkan papan nama dan logo usaha.	100%

Kegiatan pengabdian masyarakat pada usaha tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas dapat terlaksana dengan baik dan lancar berkat adanya beberapa faktor pendukung. Dukungan dari perangkat desa yang merekomendasikan usaha lokal sebagai objek penelitian memberikan legitimasi dan kemudahan akses dalam pelaksanaan program. Selain itu, antusiasme dan partisipasi aktif dari mitra, yakni pemilik UMKM Tumpeng di

Dusun Kangin, Desa Bakas, sangat membantu keberlangsungan kegiatan. Mitra menunjukkan sikap yang kooperatif dan informatif dengan terbuka menyampaikan kondisi usahanya serta berbagai kendala yang dihadapi, sehingga tim pelaksana dapat merancang solusi yang tepat sasaran. Namun demikian, terdapat pula beberapa faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan ini, seperti waktu kegiatan bertepatan dengan jam sibuk usaha, sehingga sebagian pelaku UMKM sulit fokus penuh saat pelatihan, keterbatasan pengetahuan dari pelaku UMKM dalam bidang teknologi, dan koneksi internet yang kurang stabil memperlambat proses pendaftaran usaha pada Google Maps. Meskipun demikian, semangat kolaboratif dan keterbukaan dari mitra dalam bekerjasama dengan tim pengabdian masyarakat tetap menjadi kunci utama keberhasilan program ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Media Sosial dan Desain Identitas Usaha pada Usaha Tumpeng di Dusun Kangin, Desa Bakas" telah terlaksana dengan baik dan mencapai hasil yang optimal. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, pentingnya identitas usaha melalui pembuatan logo, serta manfaat pendaftaran usaha pada Google Maps. Pemasangan papan nama usaha dan praktik langsung pembuatan logo di Canva telah memberikan dampak positif dalam memperkuat identitas usaha dan meningkatkan daya tarik konsumen. Setelah pelaksanaan program, mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi serta kesiapan untuk memanfaatkan media digital dalam memasarkan produk secara lebih luas. Hal ini membuktikan bahwa program pemberdayaan ini mampu meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri UMKM dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

Diharapkan mitra UMKM dapat terus memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi usaha dan menjaga konsistensi dalam penggunaan identitas usaha yang telah dibuat, baik melalui logo maupun papan nama, serta tetap memperhatikan kualitas produk agar mampu meningkatkan daya saing. Pemerintah desa diharapkan dapat memberikan dukungan berkelanjutan melalui pelatihan tambahan di bidang digital marketing dan manajemen usaha untuk memperkuat kapasitas UMKM lokal. Bagi pelaksana program selanjutnya, disarankan untuk melanjutkan pendampingan dalam pengelolaan akun media sosial, pengembangan konten promosi yang lebih

kreatif, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui berbagai platform digital. Selain itu, evaluasi secara berkala perlu dilakukan untuk menilai perkembangan usaha dan mengukur dampak nyata dari program yang telah dilaksanakan terhadap keberlanjutan UMKM mitra.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Desa Bakas. (n.d.). Potensi Desa Bakas 2024. Retrieved from <https://bakas.desa.id>  
<https://jurnal.ugm.ac.id/jp2m/article/view/49046>
- Nasution, S. W. (2024). Strategi pemasaran digital untuk meningkatkan omset UMKM di era teknologi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(10), 4612–4618.
- Rachmawati, I., & Nurhalimah, D. (2023). Strategi pemasaran digital berbasis media sosial dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal SEMAR (Social Empowerment and Responsibility Journal)*, 6(2), 112–120.
- Suparno, & Rahayu, W. (2020). Strategi pelaksanaan program pengabdian masyarakat berbasis partisipatif. *Jurnal Pengabdian Untuk Negeri (JPUN)*, 4(1), 21–27.
- Tanjung, B. J., Sumardi, S., Darmeinis, D., & Mulyono, M. (2022). Peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah melalui penerapan digital marketing. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(2), 1–15.
- Wahyuni, N. L., Astuti, I. A. D., & Pratiwi, A. P. (2020). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan branding dan digital marketing di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (JP2M)*, 2(1), 54-60.