



Pengembangan Kapasitas UMKM Kelurahan Padangsari dalam Pembuatan Konten Visual untuk Meningkatkan Branding dan Daya Saing

Capacity Development of MSMEs in Padangsari Village in Creating Visual Content to Improve Branding and Competitiveness

Nurul Juwariyah ^{1*}, Nur Hasanah ², Titi Purbo Sari ³, Hendra Wijaya ⁴

¹⁻⁴ Universitas Semarang, Indonesia

Email: nurul.juwariyah@usm.ac.id

*Penulis korespondensi : nurul.juwariyah@usm.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 28 November 2025;

Revisi: 25 Desember 2025;

Diterima: 26 Januari 2026;

Terbit: 30 Januari 2026

Keywords: Branding, Competitiveness, Online, UMKM, Visual Content.

Abstract. This community service program aims to enhance the capacity of UMKM Mentari Padangsari in developing visual content to strengthen branding and competitiveness. It is hoped that this training activity will have an impact on the development of MSMEs in Padangsari sub-district. The main problems faced by partners include limited skills in creating product photos, graphic designs, promotional videos, and managing social media consistently. The program was implemented through training, mentoring, and evaluation stages involving 14 UMKM actors in Padangsari Village, Semarang City. Training materials focused on product photography using smartphones, simple graphic design, short promotional videos, visual storytelling, and the use of digital platforms such as social media and Google Business are considered very necessary in this era of rapid technological development. The results show increased knowledge and skills among UMKM actors in producing more attractive visual content, improving brand identity, and enhancing engagement on social media. This program contributes to strengthening UMKM competitiveness and supports sustainable digital-based marketing practices.

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Mentari Kelurahan Padangsari dalam pembuatan konten visual guna memperkuat branding dan daya saing usaha. Permasalahan utama mitra meliputi keterbatasan keterampilan dalam pembuatan foto produk, desain grafis, video promosi, serta pengelolaan media sosial yang belum optimal. Diharapkan dengan kegiatan pelatihan ini akan berdampak terhadap pengembangan Umkm di kelurahan Padangsari. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi yang melibatkan 14 pelaku UMKM. Materi pelatihan meliputi teknik fotografi produk menggunakan smartphone, desain grafis sederhana, pembuatan video promosi singkat, storytelling visual, serta pemanfaatan media sosial dan Google Bisnis yang dirasa sangat diperlukan pada masa perkembangan teknologi yang pesat saat ini. Kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menghasilkan konten visual yang lebih menarik, membangun identitas merek yang konsisten, serta meningkatkan engagement di media sosial. Program ini berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM dan mendukung keberlanjutan pemasaran berbasis digital.

Kata kunci: Branding, Daya Saing, Konten Visual, Online, UMKM.

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian lokal, termasuk di Kelurahan Padangsari, Kota Semarang. Keberadaan UMKM Mentari Padangsari di kawasan Shelter Lapangan Merbau belum dioptimalkan secara maksimal, ditandai dengan rendahnya

jumlah pengunjung dan penurunan omzet penjualan. Salah satu penyebab utama adalah keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan pemasaran digital, khususnya pembuatan konten visual yang menarik.

Di era digital, konten visual menjadi elemen penting dalam strategi branding dan pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. Oleh karena itu, diperlukan program pendampingan yang berfokus pada pengembangan kapasitas UMKM dalam pembuatan konten visual dan pengelolaan media digital. Tujuannya bukan hanya penjualan sesaat, tetapi juga membina loyalitas jangka panjang melalui interaksi yang bermakna dan hubungan yang kuat dengan pelanggan. (Halawa et al., 2025)

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian meliputi penyuluhan, pelatihan, dan evaluasi. Subjek pengabdian adalah UMKM Mentari Padangsari yang berlokasi di Kelurahan Padangsari, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang ini adalah:

1. Penyuluhan dan pelatihan

Kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada Pelaku Usaha UMKM Mentari Padangsari dalam hal pembuatan konten visual, sehingga diharapkan UMKM Mentari Padangsari mampu menghasilkan konten visual yang lebih profesional, membangun identitas visual yang kuat, meningkatkan engagement di media sosial, serta pada akhirnya dapat memperluas pasar dan meningkatkan omzet usaha. Kegiatan berupa pelatihan pembuatan konten visual dengan fokus pada fotografi produk, desain grafis, pembuatan video singkat, serta dengan memberikan storytelling visual. Konten visual yang menarik memiliki dampak besar dalam meningkatkan keterlibatan di platform media sosial (Rizki, 2025)

2. Evaluasi hasil kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam memahami tentang kegiatan pemahaman oleh mitra mengenai kegiatan pkm yang dilakukan. Evaluasi juga dilakukan untuk kegiatan pemasaran awal yang dilakukan dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas melalui penggunaan platform digital dan pembuatan konten visual. Manfaat bagi UMKM adalah meningkatnya brand awareness dan kepercayaan konsumen. Dengan demikian diharapkan mitra mampu melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih baik.

3. HASIL

Pelaksanaan dan Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul *“Pengembangan Kapasitas UMKM Kelurahan Padangsari dalam Pembuatan Konten Visual untuk Meningkatkan Branding dan Daya Saing”* telah dilaksanakan oleh Tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas Semarang yang diketuai oleh Nurul Juwariyah, SE, MM dengan melibatkan tiga orang anggota tim, yaitu Nur Hasanah, SE, MM, Titi Purbo Sari, SE, M.Si, dan Hendra Wijaya, SE, MM.

Kegiatan PKM ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, diawali dengan pertemuan awal bersama mitra pada minggu, 30 November 2025, yang bertujuan untuk melakukan koordinasi, pemetaan permasalahan mitra, serta penyampaian rencana program kegiatan. Selanjutnya, kegiatan inti PKM dilaksanakan pada Kamis, 18 Desember 2025, bertempat di lokasi UMKM Mentari Kelurahan Padangsari, Kota Semarang.

Kegiatan PKM pada tanggal 18 Desember 2025 dihadiri oleh 14 pelaku UMKM yang tergabung dalam UMKM Mentari Kelurahan Padangsari. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan baik dan mendapatkan respons yang positif dari peserta, yang ditunjukkan melalui partisipasi aktif selama kegiatan sosialisasi dan pelatihan berlangsung. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada dua permasalahan utama mitra, yaitu:

1. Minimnya keterampilan pelaku UMKM dalam pembuatan konten visual, dan
2. Kurangnya kemampuan dalam pengelolaan media sosial serta penguatan branding usaha.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan PKM diwujudkan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan yang terbagi ke dalam dua sub kegiatan utama, sebagaimana diuraikan berikut ini.

Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Konten Visual Melalui (foto produk, desain, dan video promosi)

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembuatan konten visual dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM Mentari Padangsari dalam menghasilkan materi promosi yang menarik dan profesional. Materi ini disampaikan oleh Nurul Juwariyah, SE, MM selaku ketua tim PKM yang memiliki keahlian di bidang manajemen pemasaran, serta didukung oleh Nur Hasanah, SE, MM dari bidang manajemen keuangan.

Dalam kegiatan ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya konten visual sebagai salah satu strategi pemasaran digital yang efektif, khususnya dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk UMKM. Materi yang disampaikan meliputi teknik dasar pengambilan foto produk menggunakan perangkat sederhana seperti telepon

genggam, prinsip pencahayaan, sudut pengambilan gambar, serta komposisi visual yang dapat meningkatkan daya tarik produk.

Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan konsep desain grafis sederhana untuk kebutuhan promosi, seperti pembuatan poster digital dan konten media sosial. Tim PKM memberikan contoh penerapan desain yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM khususnya sentra kuliner, sehingga dapat menciptakan kesan visual yang konsisten dan mudah dikenali oleh konsumen.

Pelatihan juga mencakup pengenalan pembuatan video promosi singkat yang dapat digunakan pada media sosial. Peserta diberikan gambaran mengenai alur pembuatan video sederhana, mulai dari perencanaan konten, pengambilan gambar, hingga pemanfaatan video sebagai sarana promosi yang efektif. Promosi dilakukan dengan WA, Instagram, e-commerce (shopee food / grab food) maupun Tiktok.

Membangun Identitas Sosial yang Kuat melalui Peningkatan Branding dan Daya Saing

Sub kegiatan selanjutnya difokuskan pada upaya membangun identitas sosial usaha yang kuat melalui peningkatan branding dan pengelolaan media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM Mentari Padangsari agar mampu mengelola media sosial secara lebih terarah, konsisten, dan menarik, sehingga dapat meningkatkan engagement dengan konsumen.

Materi sosialisasi disampaikan oleh Titi Purbo Sari, SE, M.Si dan Hendra Wijaya, SE, MM yang memiliki keahlian di bidang akuntansi dan manajemen keuangan. Dalam sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas merek (branding), termasuk penggunaan nama usaha, logo, warna, serta gaya komunikasi yang konsisten pada media sosial.

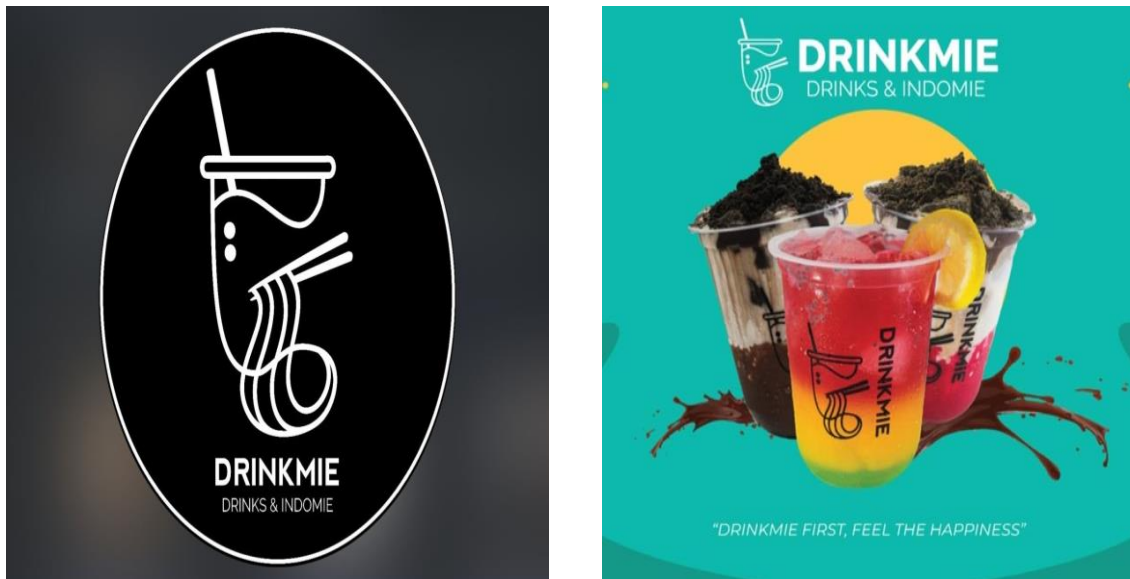
Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan pemanfaatan akun Google Bisnis sebagai salah satu sarana pendukung pemasaran digital. Tim PKM menjelaskan manfaat Google Bisnis dalam meningkatkan visibilitas usaha, memudahkan konsumen menemukan lokasi usaha, serta membangun kepercayaan melalui ulasan pelanggan. Sebagai bagian dari penguatan daya saing usaha, peserta juga diberikan sosialisasi mengenai pentingnya pencatatan usaha sederhana. Materi ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha, serta memahami kondisi keuangan usahanya secara lebih baik. Dengan adanya pencatatan keuangan yang sederhana dan tertib, diharapkan pelaku UMKM mampu mengambil keputusan usaha yang lebih tepat dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Melalui kegiatan sosialisasi ini, pelaku UMKM Mentari Padangsari diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan branding usaha, tetapi juga memiliki kesiapan dalam mengelola usaha secara lebih profesional, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan omzet usaha di

masa mendatang. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan dan hasil kegiatan yang dilakukan, seperti terlihat pada gambar:

4. DISKUSI

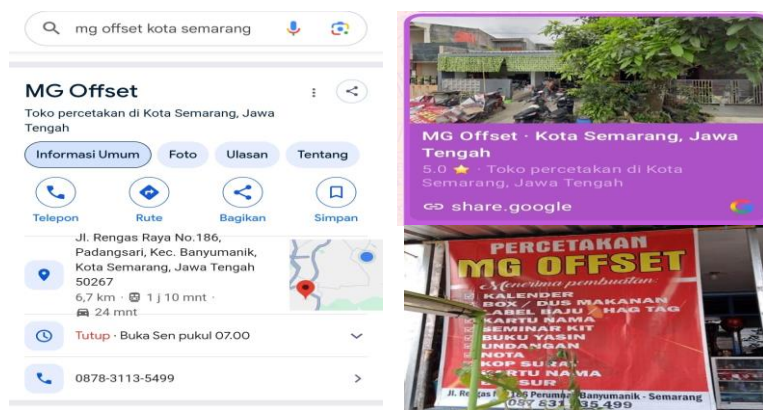
Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan keterampilan dalam menghasilkan konten visual secara mandiri, sehingga dapat mendukung kegiatan pemasaran produk mereka secara berkelanjutan.



Gambar 1 Desain Visual Promosi Produk Usaha.



Gambar 2 Promosi Produk dengan E-Commerce Go Food.



Gambar 3 pemanfaatan akun Google Bisnis Sebagai pendukung pemasaran digital.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan oleh Tim PKM Fakultas Ekonomi Universitas Semarang pada UMKM Mentari Kelurahan Padangsari, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Kegiatan PKM yang difokuskan pada pengembangan kapasitas UMKM dalam pembuatan konten visual telah memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM Mentari Padangsari, khususnya dalam pembuatan foto produk, desain grafis sederhana, serta video promosi sebagai sarana pendukung pemasaran usaha.

Melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman mengenai pentingnya konten visual dan pengelolaan media sosial dalam membangun branding usaha yang konsisten dan menarik, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Kegiatan sosialisasi pemanfaatan media digital, termasuk penggunaan Google Bisnis, memberikan wawasan kepada pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memudahkan konsumen dalam mengakses informasi usaha. Dalam menghadirkan solusi untuk penguatan pemasaran UMKM, Google My Business (GMB) menjadi pilihan yang strategis. GMB tidak hanya menyediakan platform yang mudah digunakan, tetapi juga memberikan peluang untuk UMKM meningkatkan visibilitas mereka secara signifikan (Iskandar, 2025)

Secara umum, kegiatan PKM di UMKM Mentari Kelurahan Padangsari berjalan dengan baik dan mendapatkan respon positif dari peserta. Hal ini terlihat dari antusiasme dan partisipasi aktif pelaku UMKM selama kegiatan berlangsung, serta adanya peningkatan pemahaman terhadap materi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Damrus, M. C. D. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 4, 233-245. <https://jurnal.utu.ac.id/jbkan/article/view/2620/1720>
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i2.2620>
- Halawa, O., Zai, M., Zebua, J. Mekari, Tafonao, N., Zebua, R. P. B., Lase, T. Y. R., Lase, N. N. F., & Zebua, Y. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian di Desa Hilimoasio Dua Kecamatan Idanegawo Kabupaten Nias. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 1089-1094. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.325>
- Iskandar, I. (2025). Strategi Optimalisasi Google My Business (GMB) dalam Meningkatkan Daya Saing Digital UMKM di Kelurahan Kampung Baru Kota Medan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(1), 197-205. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i1.1028>
- Jateng, T. (2023). Lapangan Merbau Banyumanik Jadi Paket Komplit, Ada Tempat Nongkrong dan UMKM. <https://jateng.tribunnews.com/2023/07/16/lapangan-merbau-banyumanik->
- Kota, P. (2024). Profil kelurahan padangsari banyumanik Semarang, <https://padangsari.semarangkota.go.id/profilkelurahan>. 15 Juni 2024.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. In *Edisi 8: 12. Jilid*. Erlangga.
- Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Septiana, F., Dharma, D., Ks, Y., Firmasnyah, R. A., Janati, I. Q., Komputer, F. I., Metro, U. M., & Produk, F. (2024). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede terhubung dengan target audiens mereka dan membangun kehadiran merek yang kuat. *Salah penggunaan foto produk secara efektif*. Dalam entri jurnal ini. 8(2), 69-82.
- Musnaini. (2020). *Digital Marketing*. Penerbit CV. Pena Persada.
- Natsir, K., Bangun, N., Alodia, N., & Rahmat, B. I. (2024). Perancangan Konten Video Promosi Produk UMKM gratis. UMKM dapat menggunakan CapCut untuk membuat video pendek untuk memamerkan Tujuan Kegiatan dan Pemecahan Masalah. 2(3), 1335-1341.
- Rahma, A., Wikartika, I., Manajemen, J., Bisnis, E., Manajemen, J., & Bisnis, E. (2025). Penggunaan Google My Business Sebagai Media Digital Penguatan Pemasaran UMKM Ayu "veteran" Jawa Timur. 5, 79-85. <https://doi.org/10.24198/sawala.v5i1.52256>
- Rizki, R. A. (2025). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Makanan Kemasan. 1(2), 27-30.
- Sutama, H. D. F. (2020). Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5, 213-222. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>

- Suyadi, S., & Suryani, S. (2018a). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/2736>
- Suyadi, S., & Suryani, S. (2018b). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1-10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/2736>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI:Yogyakarta.
- Yuliani, N., & Novita, D. (2022). Pemanfaatan Google Bisnisku Sebagai Upaya Meningkatkan Rangkings Bisnis Lokal (Studi Kasus: UMKM Gresik, Jawa Timur). *Ikraith-Abdimas*, 5(1), 146-157. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23413-11_2333.pdf