

**PENGUATAN BRANDING BERBASIS KEARIFAN LOKAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA
SAING UMKM “TEH KAMPUNG NUANSA GEMBIRA” DI DESA DELES
BATANG JAWA TENGAH**

Lely Afianti¹, Liesta Verawati², Muhamad Syaeful Anwar³, Dyah Purwaningrum⁴, Supriyanto⁵

¹²³⁴⁵**Prodi Kewirausahaan, Universitas Widya Husada Semarang, Indonesia**

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

1. Pertumbuhan Kopi di Indonesia pada saat ini sedang mengalami kenaikan. Pada tahun Salah satu UMKM yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah “ Teh Kampung Nuansa Gembira” yang berada di Desa Deles, Kabupaten Batang Jawa Tengah. Produk Teh Kampung ini diolah dari bahan alami dan mempresentasikan kekhasan desa, namun hingga saat ini masih menghadapi keterbatasan dalam hal identitas merek, desain logo, dan kemasan produk. Akibatnya potensi produk belum sepenuhnya memberikan nilai tambah ekonomi bagi pelaku usaha.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tingkat pemahaman pihak Teh Kampung terhadap penguatan branding dengan cara pembuatan logo sehingga bisa bersaing dengan UMKM lainnya?
2. Bagaimana penerapan aplikasi logo Teh pada kemasan ?
3. Bagaimana aplikasi penerapan storytelling Teh Kampung Nuansa Gembira pada media sosial terutama pada aplikasi Facebook?

PEMECAHAN MASALAH

1. Worshop dan Sosialisasi
2. Pendampingan Praktis

METODE

1. Perencanaan
2. Pelaksanaan
3. Pendampingan
4. Evaluasi

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan: Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil memberikan kontribusi positif dalam upaya pemberdayaan petani kopi di Desa Deles. Melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi, petani telah memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam praktik pertanian yang baik, pengolahan pasca panen, dan strategi pemasaran. Hal ini berdampak pada peningkatan kualitas produk kopi dan pengembangan *branding personality* yang kuat.

Selain itu, kegiatan ini juga telah berhasil mendorong penguatan kelembagaan petani melalui pembentukan dan penguatan kelompok tani. Dengan demikian, petani kopi di Desa Deles memiliki potensi yang lebih besar untuk meningkatkan pendapatan ekonomi mereka dan mengembangkan usaha kopi mereka secara berkelanjutan.

Saran: Untuk selanjutnya agar dilakukan pendampingan kepada petani kopi secara berkelanjutan bahkan setelah kegiatan pengabdian ini selesai

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Widya Husada Semarang yang telah membiayai penelitian ini

REFERENSI

1. Sara CF. Penggunaan Metode Visual Storytelling untuk Membangun Identitas Visual Berbasis Folklore dalam Branding Produk Lokal. 2024;12(2):123–34.
2. Ramadhan AZ. Analisis Identitas Visual Kupat Tahu Magelang : Komunikasi , Estetika , dan Muatan Informasi dalam Membangun Citra Kuliner Daerah. 2025;7(1):43–50.
3. Nurmaisyah; Ganteng, Hasriani; Amin FH. PENINGKATAN NILAI TAMBAH PRODUK KOPI BUBUK MELALUI PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN YANG MENARIK DAN INFORMATIF. 2025;185–93.
4. Musyarrofah, Wilda: Khofifah, Atiya Noer ; Ismaiyyah N. PENGUATAN EKONOMI LOKAL DESA KADUR : PROGRAM PEMBERDAYAAN UMKM BERBASIS INOVASI KEMASAN DAN. 2025;61–9.
5. Maleha NY. Analisis Pengaruh Strategi Branding Dalam Membangun Citra Merek Yang Kuat. 2025;3(2).

HASIL

1. Perencanaan

Pada tanggal 9 Mei 2026, ketua tim Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melakukan observasi lapangan langsung ke pihak Teh Kampung Nuansa Gembira di Desa Deles, Kecamatan Bawang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah, dan langsung bertemu dengan owner-nya, yaitu Bapak Haris. Ketua tim kegiatan mengutarakan maksud dan tujuan kedatangan, yaitu untuk melakukan kegiatan pengabdian terkait dengan usaha Bapak Haris.

2. Pelaksanaan

1). Survey Lokasi Mitra Teh Kampung Nuansa Gembira



2). Workshop tentang Branding dan Storytelling



3). Pelatihan Pembuatan Logo Nuansa Gembira



4). Penerapan Logo pada Kemasan Teh Kampung Nuansa Gembira

a. Seleksi Logo



b. Finalisasi Logo



c. Penerapan Logo pada Kemasan



d. Storytelling pada Facebook



3. Pendampingan

Pendampingan yang dimaksud adalah: 1. Pendampingan Implementasi Identitas Merek: Tim PKM mendampingi mitra dalam menerapkan identitas merek yang telah disepakati pada seluruh produk Teh Kampung "Nuansa Gembira". 2. Pendampingan Penerapan Desain Kemasan yaitu pendampingan dilakukan agar kemasan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berfungsi sebagai media komunikasi produk. 3. Pendampingan Storytelling Produk yaitu pendampingan yang difokuskan pada penyusunan cerita produk yang mampu memperkuat nilai emosional dan keunikan Teh Kampung "Nuansa Gembira".

4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan program PKM dalam meningkatkan kapasitas mitra pada aspek branding, storytelling, dan implementasi identitas merek.



Lely Afianti
Penulis Pertama
leliaviyati123@gmail.com

