

Peningkatan Adopsi Teknologi: Branding dan Digitalisasi UMKM Cosmic Heaven

Aprilla Putri Pertiwi*, Ahmad Muntaha

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding author: aprilaputri853.ap@gmail.com

Abstrak

UMKM Cosmic Heaven merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang pembuatan aksesoris dan *merchandise* berbahan manik-manik, namun menghadapi kendala dalam digitalisasi dan penguatan identitas brand sehingga sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini dilaksanakan untuk merespons permasalahan tersebut melalui penguatan branding, optimalisasi pemasaran digital, dan penyediaan media promosi secara komprehensif. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, wawancara, pendampingan intensif, praktik langsung, dan produksi media pemasaran. Kegiatan dilakukan mulai dari identifikasi masalah, perancangan strategi branding, pembuatan akun Shopee, produksi video *Company Profile*, hingga pembuatan banner fisik untuk promosi offline. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam profesionalitas tampilan UMKM, terbentuknya identitas visual yang lebih jelas, bertambahnya media pemasaran digital dan fisik, serta meningkatnya pemahaman pemilik UMKM dalam mengelola konten dan memanfaatkan platform digital. Melalui program ini, Cosmic Heaven memperoleh fondasi yang kuat untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pemasaran, dan mengembangkan usaha secara mandiri setelah program KKN berakhir.

Kata kunci: UMKM; digital marketing; branding; KKN; pemasaran.

Abstract

Cosmic Heaven, a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME), specializes in creating beaded accessories and merchandise. However, it faces constraints in digitalization and brand identity strengthening, making it difficult to reach a broader market. This Student Community Service (KKN) program was implemented to address these challenges through comprehensive brand strengthening, digital marketing optimization, and the provision of promotional media. The implementation methods included field observation, interviews, intensive mentoring, hands-on practice, and the production of marketing media. Activities ranged from problem identification and branding strategy design to creating a Shopee account, producing a Company Profile video, and developing physical banners for offline promotion. The results showed a significant improvement in the MSME's professional appearance, the establishment of a clearer visual identity, an increase in both digital and physical marketing materials, and enhanced understanding by the owner in managing content and utilizing digital platforms. Through this program, Cosmic Heaven gained a strong foundation to enhance its competitiveness, expand its marketing reach, and independently develop the business after the KKN program concludes.

Keywords: MSMEs; digital marketing; branding; KKN; marketing.

Pendahuluan

Program Kuliah kerja nyata atau yang biasa disebut dengan KKN merupakan salah satu dari sekian banyak proses pembelajaran yang ada di perkuliahan khususnya untuk S1 Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta (STIKOM). Kuliah kerja nyata dapat memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup ditengah-tengah masyarakat diluar kampus dan dapat menjadikan mahasiswa lebih professional di kalangan masyarakat. KKN merupakan salah satu tridarma perguruan tinggi yang wajib dilaksanakan oleh semua mahasiswa sebagai salah satu syarat utama kelulusan dalam mencapai predikat sarjana, oleh karena itu mahasiswa harus siap beradaptasi dengan masyarakat untuk melakukan pelayanan langsung dalam menerapkan program yang sudah di rancang. KKN sejatinya merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni pengabdian. Namun KKN juga menjadi peluang implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi bentuk lainnya yakni pengajaran dan penelitian, mahasiswa dituntut memiliki kreativitas dan perilaku inovatif (Paputungan, 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM merupakan salah satu target dari lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN) selain kerja nyata di desa. UMKM masih menghadapi berbagai tantangan di tengah lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif. Banyak UMKM belum memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk mengembangkan potensi usahanya (Sundari et al., 2025). Dalam pemilihan lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini tentunya telah dipertimbangkan dan dimusyawarahkan dengan matang terkait permasalahan nyata yang dihadapi dan solusi yang dapat diberikan oleh mahasiswa. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dipilih merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pembuatan aksesoris dari beragam jenis manik-manik. Pembuatan aksesoris ini di kelolah oleh kakak Etna dan satu pegawainya yang membantu dalam proses pembuatan aksesoris. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ini bernama Cosmic Heaven yang terletak di JL Sedayu gesikan, Sungapan dukuh, Sedayu, Bantul.

Setelah menentukan lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN), selanjutnya dilakukan observasi dan wawancara dengan pemilik usaha. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap pemilik dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pembuatan pembuatan aksesoris manik-manik ini di temukan beberapa permasalahan yang diperoleh pada usaha tersebut terutama pada fokus branding Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sendiri.

Walau sudah memiliki akun Instagram (IG) dan WhatsApp (WA) bisnis guna melakukan pesanan dan transaksi online, namun produk Cosmic Heaven masih kurang eksistensinya karena kurang stabil dan konsisten dalam update konten serta posting terkiat produk. Sehingga Cosmic Heaven hanya mengandalkan story pribadi milik tempat usaha guna *branding* dan menyebarkan produknya, selain itu Cosmic Heaven juga belum memiliki spanduk yang dapat difungsikan sebagai salah satu alat komunikasi pengenalan brand dari Cosmic Heaven sendiri secara offline.

Dari permasalahan yang terdapat tersebut menjadikan mashasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (SIKOM) Yogyakarta untuk membantu

mengatasi permasalahan tersebut dengan bidang keilmuan yang telah dipelajari melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pembuatan aksesoris manik-manik Cosmic Heaven.

Dengan melihat perkembangan teknologi dimasa sekarang dan meningkatnya penggunaan media sosial, seharusnya menjadi peluang bagi UMKM seperti Cosmic Heaven untuk bisa lebih berkembang. Menurut Darmaningrum et al (2024) Teknologi tidak hanya membantu UMKM mengelola operasi secara efisien, tetapi juga memungkinkan mereka untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui personalisasi dan interaksi yang lebih canggih. Namun, kurangnya keterampilan digital dan belum optimalnya pemanfaatan platform *e-commerce* yang ada membuat Cosmic Heaven belum mampu memaksimalkan potensi pemasaran online. Selain itu, ketiadaan *Company Profile* dan media promosi fisik menyebabkan usaha ini kurang dikenal secara lebih luas. Dalam blog Citra Mandiri Percetakan Jakarta (2024) mengatakan bahwa salah satu alat pemasaran yang paling efektif dan populer di berbagai industry untuk meningkatkan visibilitas bisnis, menyampaikan promosi dengan jelas dan lugas, mengikatkan *brand awarness*, promosi dengan biaya rendah, mudah dipasang atau dipindahkan, serta dapat mendukung kampanye digital adalah banner.

Sama seperti jurnal Segarawasesa, F. S., & Hafni, D. A. (2025) yang mengatakan tujuan kegiatan untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami dan menerapkan manajemen keuangan yang baik serta penggunaan aplikasi akuntansi digital. Dengan melihat kondisi UMKM Cosmic Heaven, kegiatan KKN ini akan difokuskan untuk melakukan proses digitalisasi, memperkuat branding, dan menyediakan sarana promosi yang lebih profesional.

Tujuan dalam kegiatan ini adalah a) Meningkatkan kemampuan UMKM Cosmic Heaven dalam memanfaatkan pemasaran digital; b) Membantu membangun identitas usaha melalui pembuatan *Company Profile* berbentuk video; c) Menyediakan media promosi digital dan fisik yang mendukung branding usaha secara online dan offline; d) Membantu UMKM menata katalog produk dan menyiapkan toko online pada platform Shopee; e) Memberikan pendampingan kepada Cosmic Heaven agar pemilik dapat melanjutkan proses branding secara mandiri. Pelatihan tentang pentingnya pemanfaatan digital marketing agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya serta dapat menunjang kegiatan penjualan yang lebih baik lagi beserta cara mengelola media digital tersebut secara optimal untuk kebutuhan promosi usaha UMKM (Syukron et al., 2022).

Branding adalah proses membangun persepsi konsumen terhadap suatu produk atau jasa melalui identitas visual, kualitas, dan nilai yang ditawarkan. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan mesin pencari untuk menjangkau konsumen dengan lebih efisien (Chaffey, 2019). *Company Profile* adalah informasi penting yang tidak hanya untuk memperkenalkan perusahaan, tetapi juga membangun citra profesional dan menarik perhatian calon klien atau mitra bisnis (Parasmul-eli, 2020).

Adapun mitra dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah UMKM Cosmic Heaven yang bergerak pada bidang usaha aksesoris manik dengan mengajukan beberapa program kegiatan yang nantinya dapat membantu atau mendukung kegiatan UMKM Cosmic Heaven dalam menjalankan usahanya. Alasan pemilik kegiatan pengabdian pada UMKM Cosmic Heaven dikarenakan usaha ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang, baik untuk kebutuhan fashion atau aksesoris barang, karena aksesoris manik merupakan salah satu produk yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia dan dunia, bahannya yang murah dan tahan lama juga dapat menjadi pilihan yang optional dalam menggunakan aksesoris dari bahan manik-manik, aksesoris manik juga tengah naik daun dalam dunia aksesoris belakangan ini. Meski demikian, Cosmic Heaven menghadapi beberapa kendala, seperti terbatas dalam jangkauan pemasaran dan fitur transaksi, tidak adanya *company profile* yang dapat memperkenalkan usaha terkait visi, misi, ragam produk, keunggulan usaha, dan identitas usaha secara lengkap, dan tidak adanya media promosi visual. Melalui program pengabdian ini, diharapkan dapat memberi kontribusi yang nyata dalam meningkatkan jangkauan pemasaran dan membangun kredibilitas konsumen pada UMKM Cosmic Heaven, sekaligus menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama di perkuliahan dalam situasi dunia nyata.

Metode Pelaksanaan

Metode pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah metode partisipasi aktif yang melibatkan keterlibatan pemilik UMKM. Metode ini melibatkan mitra kerja, mulai dari penentuan prioritas masalah yang akan ditangani terlebih dahulu, proses pengumpulan data atau informasi yang dibutuhkan, dan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Cosmic Heaven yang berlokasi di JL Sedayu gesikan, Sungapan dukuh, Sedayu, Bantul yang dimulai pada 1 Oktober 2025 hingga 31 Oktober 2025. Metode yang digunakan meliputi observasi lapangan dengan mengamati kondisi UMKM Cosmic Heaven, mengamati proses produksi dari mulai hingga akhir, mengamati proses media pemasaran Cosmic Heaven, dan identitas usaha; melakukan wawancara mendalam yang dilakukan dengan pemilik UMKM untuk menggali permasalahan utama usaha; memberikan pelatihan langsung terkait branding dan pengolahan *market place* yaitu, cara memasarkan, cara penggunaan dan cara pengolahan digital akun shopee; dan melakukan praktik produksi media promosi meliputi pembuatan video *Company Profile*, sesi foto produk, dan desain banner guna promosi offline.

Alur dalam pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari mengidentifikasi permasalahan, berlanjut pada perancangan solusi, lalu melakukan produksi konten dan media promosi. Konten dan media promosi ini diimplementasikan melalui pembuatan akun shopee, unggahan produk dalam etalase market place shopee, dan publikasi video company profile di media sosial TikTok UMKM, pemasangan, penyerahan banner Cosmic Heaven pada store utama UMKN, dan alur pelaksanaan yang terakhir adalah melakukan evaluasi hasil dan pendampingan lanjutan terhadap UMKM.

Hasil dan Pembahasan

Program kerja yang dilakukan selama program pengabdian masyarakat pada UMKM Cosmic Heaven terdiri dari 1) Pembuatan *e-commerce* Shopee serta melakukan pelatihan dalam pengolahan akun Shopee, 2) Pembuatan video company profile yang diposting melalui media sosial TikTok, dan 3) Pembuatan banner brand untuk promosi. Proses pemilihan prioritas masalah berdasarkan hasil wawancara dengan mitra dan analisis terkait sesuai dengan kebutuhan mitra. Pelaksanaan ketiga program dilakukan secara bertahap, terstruktur, dan melibatkan pemilik UMKM agar hasil kegiatan dapat digunakan secara berkelanjutan setelah program KKN berakhir.

Tujuan dari pembuatan akun shopee adalah untuk membantu pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang agresif, fokus pada pengalaman pengguna yang mudah dan menyenangkan, serta strategi inovatif yang disesuaikan dengan pasar lokal serta memperluas jangkauan pasar melalui platform *e-commerce* yang populer di Indonesia. Dalam artikel BINUS University (2022) menyatakan bahwa Shopee adalah platform belanja online terdepan di wilayah Asia Tenggara, shopee juga memberikan promo besar-besaran seperti gratis ongkir, cashback, dan potongan harga dengan tujuan untuk mencuri perhatian pasar dan memunculkan loyalitas pasar, karena orang akan menganggap bahwa platform tersebut memberi fitur, layanan, dan tawaran yang paling nyaman untuk digunakan. Dalam *market place* Shopee ini produk juga dapat ditampilkan secara profesional, mempermudah dalam transaksi dan pengiriman, memberikan ruang bagi pelanggan untuk memberi ulasan atau rating pada produk yang dijual, serta meningkatkan kredibilitas usaha.

Berikut ini Langkah-langkah dalam pembuatan akun Shopee:

1. Mendownload aplikasi Shopee melalui *App Store*.
2. Melakukan pendaftaran akun dan masuk ke akun Shopee
3. Mulai membuat toko dengan melengkapi data registrasi
4. Verifikasi dengan Identitas KTP pelaku UMKM
5. Membuat atau memasukkan produk ke dalam etalase Shopee
6. Mengatur macam-macam jasa kirim online shop dan metode pembayaran
7. Mempublikasikan toko shopee <http://shopee.co.id/cosmicheaven>

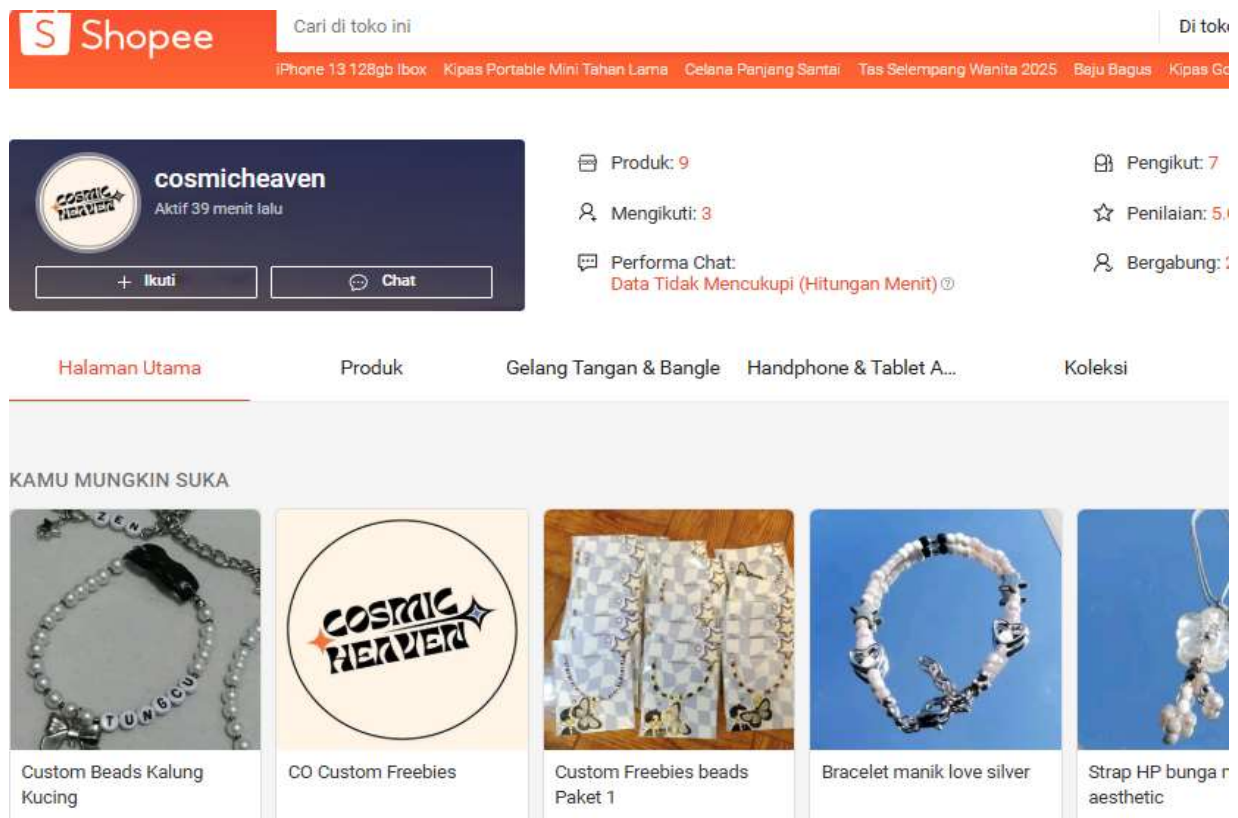
Table 1. Proses pembuatan akun shopee

No	Tanggal	Tugas	Pelaksana
1	6 Oktober 2025	Mendaftarkan akun dan masuk ke akun shopee Cosmic Heaven, mulai membuat toko, dan melakukan Verifikasi Identitas	Aprilla
2	7-8 Oktober 2025	Mengajarkan cara menambahkan produk ke etalase shopee dengan detail dan rapi, Memilih foto/video produk dan membuat deskripsi tiap produk yang ingin ditampilkan.	Aprilla
3	9 Oktober 2025	Mengatur detail jasa kirim dan metode pembayaran, mendaftarkan rekening bank owner atau toko dan, mempublikasikan toko dengan beberapa produk yang sudah di masukan ke dalam etalase toko Cosmic Heaven.	Aprilla

Berdasarkan Tabel 1 tentang proses pembuatan akun Shopee, tahapan diawali pada tanggal 6 Oktober 2025 dengan kegiatan pendaftaran akun dan login ke akun Shopee Cosmic Heaven, dilanjutkan dengan

pembuatan toko serta proses verifikasi identitas oleh Aprilla sebagai pelaksana. Selanjutnya, pada tanggal 7 sampai dengan tanggal 8 Oktober 2025 dilakukan proses pembelajaran mengenai cara menambahkan produk ke dalam etalase Shopee secara detail dan rapi, termasuk pemilihan foto atau video produk yang sesuai serta penyusunan deskripsi untuk setiap produk yang akan ditampilkan. Tahap berikutnya dilaksanakan pada tanggal 9 Oktober 2025, yaitu pengaturan detail jasa pengiriman dan metode pembayaran, pendaftaran rekening bank milik pemilik atau toko, serta publikasi toko dengan beberapa produk yang telah dimasukkan ke dalam etalase toko Cosmic Heaven. Seluruh rangkaian kegiatan ini dilakukan secara sistematis guna memastikan toko dapat beroperasi dengan optimal di platform Shopee.

Akun resmi *official* Cosmic Heaven di Shopee telah berhasil dibuat dan aktif untuk mempermudah pengiriman ke luar kota. Sudah tersedia beberapa produk awal di etalase toko dengan foto yang jelas dan detail deskripsi yang informatif untuk calon pembeli. Untuk pengelolaan shopee ini pemilik sudah memahami cara menambah produk baru, mengedit atau menambahkan foto produk baru, mengedit deskripsi detail produk di etalase toko, dan mengelola toko seperti melakukan iklan atau memasang voucher toko agar lebih menarik, serta melakukan penarikan hasil jualan di market place ke rekening pemilik. Detail lain seperti pemahaman dalam penggunaan *keyword* produk agar mudah ditemukan calon pembeli juga sudah dipahami oleh pemilik UMKM Cosmic Heaven. Total waktu yang dibutuhkan untuk seluruh proses pembuatan dan melakukan pelatihan terkait *market place* Shopee adalah sekitar empat hari, di luar proses pengambilan foto atau video produk.



Gambar 1. Screenshot Akun market place Shopee mitra UMKM

Kegiatan selanjutnya adalah pembuatan *company profile*. Identitas bisnis sangat penting bagi UMKM untuk membangun kepercayaan kepada konsumen dan calon mitra, sekaligus membangun citra profesional dan kredibilitas. Dokumen ini bisa disajikan dalam berbagai format, termasuk brosur cetak, foto digital, atau video. Dalam hal ini Cosmic Heaven sebelumnya belum memiliki *Company Profile* dalam bentuk video yang dapat digunakan saat mengajukan kerja sama, mengikuti event UMKM, melakukan branding online dan offline, serta menjelaskan profil usaha kepada pelanggan baru. Pembuatan *Company Profile* pada program kegiatan KKN di UMKM Cosmic Heaven bertujuan untuk membangun identitas perusahaan yang profesional dan kredibel di mata konsumen maupun calon mitra bisnis. Video *Company Profile* berfungsi sebagai media informasi resmi yang menggambarkan secara jelas tentang profil usaha, visi-misi, macam-macam produk, layanan, serta keunggulan kompetitif yang dimiliki UMKM Cosmic Heaven. Dengan pembuatan video *Company Profile* ini UMKM Cosmic Heaven dapat memperkuat citra usaha serta menjadikan sarana komunikasi yang lebih efektif dalam memperkenalkan profil UMKM kepada publik. UMKM Cosmic Heaven ingin menggunakan *style video company profile* seperti akun tiktok PT ARAINDO (2025) yaitu video *company profile* dengan VO atau *Voice Over*.

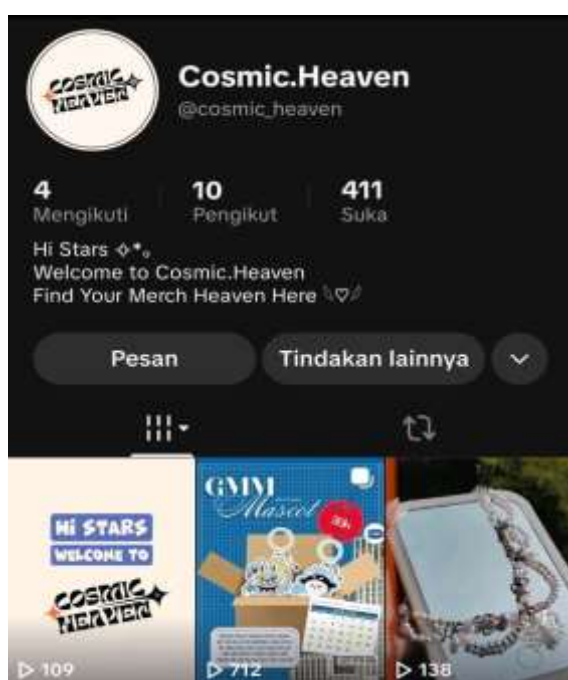
Table 2. Proses pembuatan *company profile*

No	Tanggal	Tugas	Pelaksana
1.	13 Oktober 2025	Melakukan briefing konsep <i>company profile</i> bersama tim Cosmic Heaven dengan pemilihan gaya visual, pesan utama yang ingin disampaikan, serta penentuan platform publikasi yang ingin digunakan	Aprilla
2.	14 Oktober 2025	Mengumpulkan konten video, foto dan melakukan pengambilan video produk cosmic heaven terkait detail desain, proses pembuatan, hasil akhir produk, serta cara packing produk untuk dikirim ke pembeli, menambahkan pula testimoni singkat dari para pelanggan yang puas dan pernah melakukan transaksi di Cosmic Heaven, serta dokumentasi kegiatan usaha untuk memperkaya isi dari video <i>company profile</i> Cosmic Heaven	Aprilla
3.	15-20 Oktober 2025	Melakukan editing dengan aplikasi Canva dan Capcut, melakukan penambahan teks deskriptif, menggabungkan video antar video, memberikan efek transisi, penambahan musik latar yang sesuai, melakukan voice over, serta melakukan revisi konten dengan tim Cosmic Heaven, apakah sudah sesuai atau belum.	Aprilla
4.	28 Oktober 2025	Mengupload Video <i>Company profile</i> di akun TikTok Cosmic Heaven dengan caption dan hastag yang sesuai dengan UMKM aksesoris Cosmic Heaven.	Aprilla

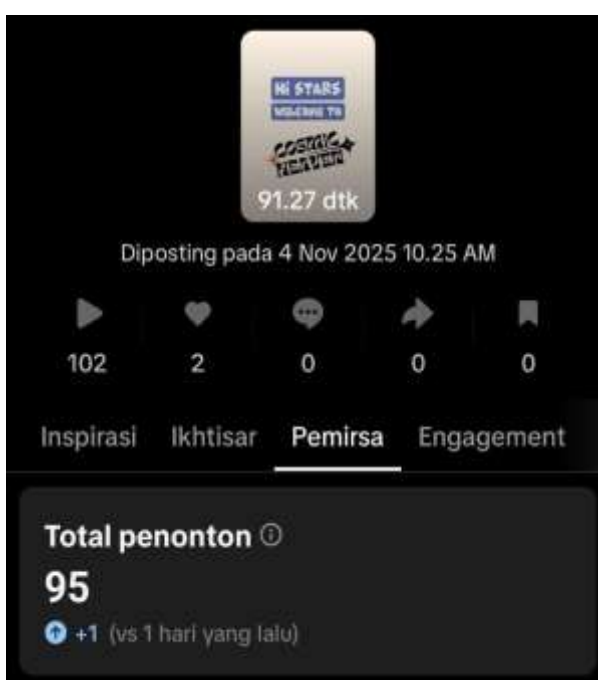
Berdasarkan Tabel 2 tentang proses pembuatan *company profile*, tahapan dimulai pada tanggal 13 Oktober 2025 dengan kegiatan briefing konsep bersama tim Cosmic Heaven yang meliputi penentuan gaya visual, pesan utama yang ingin disampaikan, serta pemilihan platform publikasi yang akan digunakan, dengan Aprilla sebagai pelaksana. Selanjutnya, pada tanggal 14 Oktober 2025 dilakukan pengumpulan konten berupa video dan foto, termasuk proses pengambilan video produk Cosmic Heaven yang menampilkan detail desain, proses pembuatan, hasil akhir produk, serta cara pengemasan produk sebelum dikirim kepada pembeli. Selain itu, ditambahkan pula testimoni singkat dari pelanggan yang telah melakukan

transaksi serta dokumentasi kegiatan usaha untuk memperkaya isi company profile. Tahap berikutnya berlangsung pada tanggal 15 Oktober 2025 sampai dengan 20 Oktober 2025, yaitu proses editing menggunakan aplikasi Canva dan CapCut, yang mencakup penambahan teks deskriptif, penggabungan antar video, pemberian efek transisi, penambahan musik latar yang sesuai, serta perekaman voice over. Pada tahap ini juga dilakukan revisi bersama tim Cosmic Heaven guna memastikan kesesuaian isi dan kualitas video. Tahap akhir dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2025 dengan mengunggah video company profile ke akun TikTok Cosmic Heaven, disertai dengan caption dan hashtag yang relevan dengan UMKM aksesoris Cosmic Heaven. Seluruh rangkaian kegiatan ini dilakukan secara sistematis untuk menghasilkan company profile yang informatif dan menarik.

Berikuti ini merupakan hasil video yang sudah di share di akun TikTok Cosmic Heaven. <https://vt.tiktok.com/ZSfj5Efea/>



Gambar 3. Hasil video *Company profile* yang di upload diTikTok



Gambar 4. Hasil video *Company profile* yang di upload diTikTok

Video Company Profile Cosmic Heaven berhasil dibuat dengan durasi yang sesuai dengan kebutuhan Cosmic Heaven sekitar 01.30 menit. Konten video company profile tampil dengan gaya modern, rapi, singkat namun sudah detail menggambarkan identitas usaha dengan jelas. Penggambaran detail ini disajikan melalui edit teks dalam video dan adanya voice over yang menjelaskan secara detail. Video company profile Cosmic Heaven sudah dipublikasikan dalam akun TikTok Cosmic Heaven dan mendapat respons positif dari audiens setelah satu sampai dua hari dirilis, respon dalam aplikasi TikTok berbentuk like, comment, dan share. Dampak langsung dari program pembuatan video company profile ini adalah 1) UMKM Cosmic Heaven sudah memiliki maret branding yang lebih profesional, 2) Mempermudah proses promosi dan kerja sama Cosmic Heaven, serta 3) Dapat meningkatkan citra usaha dan munculnya kepercayaan calon konsumen dari UMKM Cosmic Heaven.

Selanjutnya pembuatan banner yang bertujuan untuk membantu usaha dalam meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi secara langsung atau offline terhadap produk *merchandise custom* yang ditawarkan UMKM Cosmic Heaven. Banner menjadi salah satu media promosi visual yang berfungsi untuk memperkenalkan identitas usaha, menarik perhatian pelanggan, dan memperkuat citra merek di lingkungan sekitar maupun dalam kegiatan promosi offline UMKM. Karena secara umum banner berguna untuk memperluas jangkauan promosi dan memperkuat branding Cosmic Heaven sebagai UMKM kreatif yang memiliki produk bernilai estetika tinggi, maka dari itu banner di produksi dengan desain yang sesuai dengan brand identity Cosmic Heaven. Dengan penyesuaian gaya desain sesuai dengan brand identity, banner Cosmic Heaven akan mudah di kenali oleh pelanggan lama dan menarik bagi calon knsumen.

Table 3. Proses pembuatan Banner brand

No	Tanggal	Tugas	Pelaksana
1.	21-24 Oktober 2025	Melakukan editing dua jenis banner dengan aplikasi Canva dan menyesuaikan elemen brand identity Cosmic Heaven dengan latar warna cream, membuat 2 versi dengan ukuran 150X75cm dan 160X60cm, termasuk melakukan sesi revisi dengan tim Cosmic Heaven.	Aprilla
2.	28 Oktober 2025	Melakukan proses pencetakan banner sebanyak 2 ukuran	Aprilla
3.	31 Oktober 2025	Pemasangan dan penyerahan X Banner serta Banner biasa di rumah owner Cosmic Heaven.	Aprilla

Berdasarkan Tabel 3 tentang proses pembuatan banner brand, tahapan dimulai pada tanggal 21 Oktober 2025 hingga tanggal 24 Oktober 2025 dengan kegiatan editing dua jenis banner menggunakan aplikasi Canva oleh Aprilla sebagai pelaksana. Pada tahap ini dilakukan penyesuaian elemen brand identity Cosmic Heaven dengan penggunaan latar berwarna krem, serta pembuatan dua versi banner dengan ukuran 150 × 75 cm dan 160 × 60 cm. Selain itu, dilakukan pula sesi revisi bersama tim Cosmic Heaven guna memastikan desain yang dihasilkan telah sesuai dengan identitas dan kebutuhan brand. Selanjutnya, pada tanggal 28 Oktober 2025 dilakukan proses pencetakan banner dalam dua ukuran tersebut. Tahap akhir dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2025 dengan pemasangan serta penyerahan X-Banner dan banner biasa di rumah pemilik Cosmic Heaven. Seluruh rangkaian kegiatan ini dilakukan secara terstruktur untuk mendukung kebutuhan promosi visual brand Cosmic Heaven.

Hasil banner yang dicetak ada dua jenis yaitu x banner dengan ukuran 160cm X 60cm dan banner landscape dengan ukuran 150 X 75cm. Banner-banner ini akan digunakan Cosmic Heaven untuk branding offline dan mendukung kegiatan event-event *offline* yang disponsori atau yang bekerja sama dengan brand Cosmic Heaven. Dampak program ini, 1) Menjadikan pengenalan identitas usaha terlihat lebih profesional, 2) Lokasi *store* Cosmic Heaven menjadi mudah ditemukan atau di kenali oleh pelanggan lama atau baru saat mengikuti event, dan 3) Banner dapat digunakan berulang kali pada event mendatang lainnya.



Gambar 5. Pemasangan dan Penyerahan Hasil Banner

Setelah berakhirnya kegiatan KKN, program kerja yang telah dilaksanakan bersama UMKM Cosmic Heaven masih terus berlanjut dan dikelola dengan baik oleh pemilik usaha. Beberapa hasil kegiatan yang telah dibuat selama masa KKN, seperti pembuatan akun Shopee dan banner, telah dimanfaatkan secara optimal sebagai media pengembangan usaha UMKM Cosmic Heaven. Pemilik Cosmic Heaven kini dapat mengelola akun Shopee secara aktif dengan menambah produk baru, memperbarui foto secara berkala, memperbarui deskripsi barang, dan merespon pelanggan dengan cepat. Hal ini menunjukkan bahwa platform e-commerce tersebut tidak hanya menjadi hasil kegiatan KKN, tetapi juga berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan potensi penjualan produk manik-manik Cosmic Heaven.

Banner promosi yang telah dibuat juga digunakan secara efektif di rumah produksi owner, sehingga membantu memperkenalkan brand kepada pengunjung dan pelanggan baru sekitar store. Pemilik juga menggunakan banner tersebut dalam event kolaborasi mendatang, seperti jika adanya bazar atau pameran UMKM, sebagai bentuk promosi langsung kepada masyarakat yang lebih luas. Owner sangat antusias dengan adanya program KKN dalam pembuatan banner, karena dengan adanya banner, brand Cosmic Heaven dapat lebih mengenalkan ke banyak orang yang ingin tau terkait produk-produk Cosmic Heaven. Selain itu, Cosmic Heaven juga dapat terlihat lebih profesional dengan adanya banner bisnis Cosmic Heaven.

Konten video company profile yang telah dibuat selama kegiatan KKN ini juga telah dibagikan melalui akun TikTok resmi Cosmic Heaven. Konten ini akan menjadi sarana promosi digital yang efektif untuk memperkenalkan identitas brand, menampilkan layanan, produk-produk, dan kegiatan yang dilakukan Cosmic Heaven, serta membangun citra profesional di media sosial. Respons positif dari audiens TikTok turut mendukung dalam peningkatan popularitas brand di platform digital. Dengan adanya tindak lanjut dan pemanfaatan hasil program secara berkelanjutan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan KKN di Cosmic Heaven memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha. Pemilik menunjukkan komitmen untuk terus mengembangkan hasil program menjadi bagian dari strategi promosi dan pengelolaan bisnis jangka panjang.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Cosmic Heaven telah terlaksana 3 program kerja selama 1 bulan sejak tanggal 1 Oktober 2025 hingga 1 November 2025, yakni pembuatan akun *market place* shopee, pembuatan video *company profile*, dan pembuatan dua jenis banner UMKM Cosmic Heaven.

Hasil dari pengabdian kepada masyarakat selama kurun waktu 1 bulan ini adalah UMKM Cosmic Heaven sudah memiliki akun e-commerce pada aplikasi Shopee yang mana Cosmic Heaven dapat lebih mudah meningkatkan daya saingnya. Dengan akun shopee ini Cosmic Heaven juga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Cosmic Heaven sudah memiliki company profile berbentuk video yang sudah disebarakan melalui akun TikTok Cosmic Heaven, video company profile ini juga dapat digunakan untuk story Whatsapp (WA) dan story atau reels Instagram (IG). UMKM Cosmic Heaven juga telah memiliki dua jenis banner brand.

Direkomendasikan untuk pengabdian masyarakat selanjutnya ialah memberikan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Cosmic Heaven untuk pembuatan konten yang update dengan tren terbaru secara berkala terhadap konten promosi di media sosial Cosmic Heaven dan pembuatan digital marketing berupa fotografi dan videografi produk yang jelas dan bagus.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dari semua pihak yang telah berkontribusi dan memberikan sumbangsih berupa pemikiran atau referensi, sehingga pengabdian kepada masyarakat ini dapat terselenggarakan dan selesai dalam waktu satu bulan, yakni dari 1 Oktober 2025 sampai dengan 1 November 2025.

Referensi

- BINUS University. (2022). *Implementasi dari strategi marketing dan keuntungannya bagi perusahaan Shopee*. <https://binus.ac.id/bandung/creativepreneurship/2022/04/10/implementasi-dari-strategi-marketing-dan-keuntungannya-bagi-perusahaan-shopee/>
- Citra Mandiri Percetakan Jakarta. (2024). *Apa saja manfaat penggunaan banner?* <https://citramandiri.id/blog/manfaat-banner/>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. UK: Pearson.
- Darmaningrum, Umiyati, Lautania, Sudirman, Burhanudin, Setyawati, Chairiyah, Awaludin, dan Ridwan (2025). *Transformasi Digital pada UMKM*. Widina Media Utama. 590468-transformasi-digital-pada-umkm-bcb678fc.pdf
- Parasmul-eli (2020). *Fungsi company profile bagi bisnis, serta komponen, dan cara membuatnya*. <https://prasmul-eli.co/id/articles/Fungsi-Company-Profile-bagi-Bisnis-serta-Komponen-dan-Cara-Membuatnya>

- Paputungan, F. (2023). Implementasi KKN sebagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan bidang ilmu. Media Online) Journal of Education and Culture (JEaC), 3(1), 2986-1012.
- Sundari, Afwa, Pratama (2025). The Impact Of Digital Marketing On Marketing Outcomes Of Smes The Mediating Role Of Innovative Product Development. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, vol 18, 152-162. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/jrbm/article/view/19444>
- Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi pemasaran produk di era digital pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 160-167. <https://doi.org/10.54951/comsep.v3i2.282>
- Segarawasesa, F. S., & Hafni, D. A. (2025). Peningkatan kualitas manajemen keuangan UMKM melalui literasi keuangan dan go-digital. *Ruang Lingkup: Jurnal Literasi Akuntansi*, 5(2), 99-105. <https://journal.uii.ac.id/rla/article/view/44511/19143>
- ARAINDO. (2025). *Company Profile PT ARAINDO Smart Tani*. <https://vt.tiktok.com/ZSugCjE8G/>