BAB II
PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program UMKM

UMKM Kham Muakhi merupakan salah satu bentuk nyata dari upaya masyarakat Desa Merak Belantung dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi berbasis potensi lokal. Nama Kham Muakhi berasal dari bahasa Lampung yang berarti Kita Keluarga. Filosofi ini bukan sekadar sebuah nama, melainkan cerminan dari nilai kekeluargaan, kebersamaan, dan gotong royong yang menjadi fondasi utama terbentuknya UMKM ini. Melalui semangat kebersamaan itulah UMKM Kham Muakhi berdiri, dengan harapan dapat menjadi wadah produktif yang mampu memberdayakan masyarakat sekaligus memperkuat identitas lokal. Awal terbentuknya UMKM ini diawali melalui serangkaian kegiatan *Participatory Action Research* (PAR) yang dilakukan bersama masyarakat, khususnya ibu-ibu PKK, perangkat desa, serta tokoh masyarakat, dapat dilihat pada **Gambar 2.1**. Pendekatan PAR dipilih karena metode ini menekankan pada keterlibatan langsung masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, merumuskan kebutuhan, sekaligus menentukan solusi bersama (Iswanto, 2020). Dengan cara ini, UMKM Kham Muakhi bukan sekadar dibentuk dari ide eksternal, melainkan lahir dari kesadaran, pengalaman, dan refleksi masyarakat sendiri.

(Gambar 2.1 - Dokumentasi Sesi Diskusi dengan UMKM Kham Muakhi)

Dalam beberapa forum diskusi yang dilakukan, masyarakat mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM lokal. Permasalahan tersebut antara lain:

1. Tidak adanya identitas visual atau logo yang jelas, sehingga produk sulit dikenal di luar lingkungan desa.
2. Pemasaran yang masih terbatas dan belum memanfaatkan media digital secara optimal.
3. Kurangnya manajemen usaha yang terstruktur, terutama dalam hal pencatatan keuangan dan pengelolaan stok.
4. Minimnya inovasi produk dan branding, karena sebagian besar pelaku UMKM masih fokus pada produksi saja.
5. Keterbatasan literasi digital yang membuat pelaku usaha kesulitan dalam memasarkan produk secara online.

Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian Prasetyo & Sutopo (2018) yang menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia menghadapi kendala pada aspek manajemen, inovasi produk, serta pemasaran digital. Dengan demikian, masalah yang muncul pada UMKM Kham Muakhi dapat dikategorikan sebagai persoalan umum yang dihadapi oleh banyak UMKM lain di berbagai daerah.

Namun, di balik permasalahan tersebut, terdapat potensi besar yang bisa dikembangkan. Antusiasme masyarakat, dukungan pemerintah desa, serta keterlibatan aktif ibu-ibu PKK menjadi modal sosial yang penting. Proses *Participatory Action Research* (PAR) memungkinkan potensi ini untuk digerakkan secara kolektif, sehingga solusi yang dihasilkan bukan hanya bersi fat sementara, tetapi juga berkelanjutan (Suyanto, 2019). Dengan berlandaskan filosofi Kham Muakhi yang menekankan nilai kekeluargaan, ditambah dengan proses identifikasi masalah yang partisipatif, lahirlah gagasan untuk memperkuat UMKM melalui pembuatan identitas visual berupa logo. Identitas visual ini diharapkan tidak hanya menjadi simbol pengenal, tetapi juga sebagai representasi nilai, visi, serta budaya lokal yang diusung UMKM ini. Langkah ini juga sejalan dengan hasil penelitian Nugroho (2021) yang menyebutkan bahwa branding melalui logo mampu meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun digital. Dengan demikian, program UMKM Kham Muakhi menjadi contoh nyata bagaimana pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) dapat membantu masyarakat dalam mengidentifikasi masalah, menggali potensi, serta merancang solusi kolektif yang berorientasi pada keberlanjutan usaha.

2.2 Program Yang Diusulkan

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang dilakukan melalui pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), salah satu kebutuhan utama yang muncul dari diskusi bersama masyarakat, terutama pelaku UMKM Kham Muakhi, adalah pentingnya memiliki identitas visual yang kuat berupa logo. Melalui forum-forum musyawarah, menekankan bahwa logo tidak hanya sekadar gambar, tetapi sebuah simbol yang mampu merepresentasikan jati diri, nilai, serta visi dari UMKM yang dibangun atas dasar kebersamaan (*Kham Muakhi* – kita keluarga). Alasan dipilihnya pembuatan logo sebagai program utama adalah karena logo berfungsi sebagai identitas dan pembeda dalam persaingan pasar. Banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam bersaing karena produk mereka belum memiliki ciri khas visual yang jelas.

Menurut Utami (2020), elemen branding visual, khususnya logo sangat berperan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat positioning pasar, serta membangun citra usaha dalam jangka panjang. Selain itu, keterbatasan pemasaran digital yang dihadapi UMKM Kham Muakhi juga dapat terbantu dengan adanya logo. Identitas visual ini akan menjadi elemen penting dalam strategi promosi, baik melalui media sosial, kemasan produk, maupun aktivitas pemasaran offline. Temuan penelitian Wahyuni & Rahmawati (2021) juga menunjukkan bahwa branding visual yang kuat mampu meningkatkan keterlibatan konsumen di platform digital serta memperluas jangkauan pemasaran UMKM.

Dalam pendekatan PAR, proses perancangan logo dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik UMKM secara langsung dalam diskusi, penyampaian ide, serta pemilihan konsep visual. Dengan metode ini, logo yang dihasilkan diharapkan tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga memuat makna filosofis yang sesuai dengan karakter, visi, dan pengalaman usaha UMKM Kham Muakhi. Wijayanti (2019) menjelaskan bahwa desain partisipatif mampu menciptakan identitas visual yang lebih autentik karena berangkat dari nilai-nilai lokal serta pengalaman nyata pelaku usaha.

Dengan demikian, program yang diusulkan tidak hanya berfokus pada penciptaan sebuah logo, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya branding pada pelaku UMKM Kham Muakhi. Proses ini diharapkan dapat memperkuat daya saing, memperluas jaringan pemasaran, serta mendukung keberlanjutan usaha di era digital.

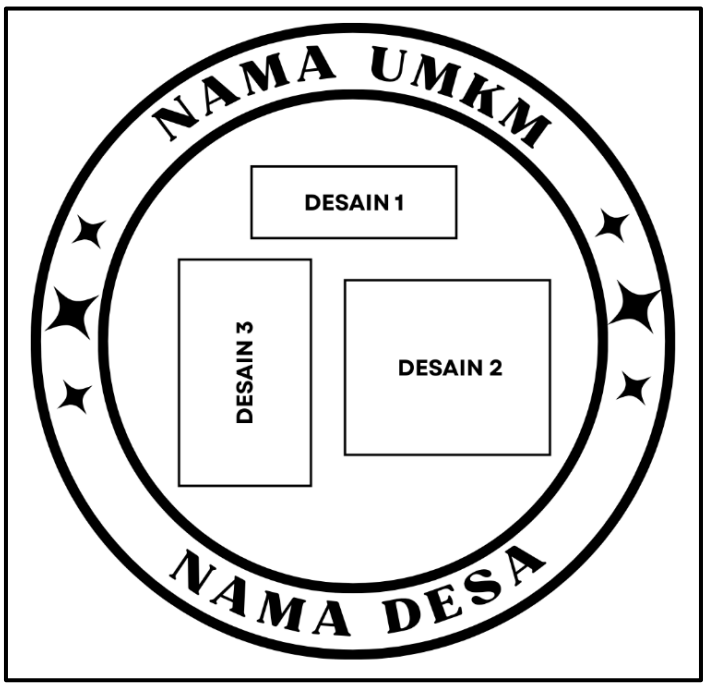
2.3 Perancangan Identitas Visual UMKM Kham Muakhi

Tahap berikutnya dalam program ini adalah perancangan logo UMKM Kham Muakhi sebagai identitas visual yang dapat mewakili citra, nilai, serta produk yang ditawarkan. Logo dipandang sebagai elemen penting karena mampu memberikan kesan pertama yang kuat kepada konsumen, sekaligus menjadi simbol pembeda dengan UMKM lain yang memiliki produk serupa. Dalam proses perancangan logo ini digunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR), di mana pemilik UMKM Kham Muakhi dilibatkan secara langsung dalam diskusi, pemberian ide, serta evaluasi desain. Pendekatan ini memastikan bahwa logo yang dibuat tidak hanya bernilai estetis, tetapi juga relevan dengan visi, misi, dan filosofi usaha. Melalui metode ini, UMKM tidak sekadar menjadi penerima hasil, melainkan juga berperan aktif dalam proses kreatif yang dilakukan.

Proses perancangan dimulai dengan penggalian ide dan konsep dasar yang sesuai dengan karakteristik UMKM Kham Muakhi. Beberapa hal yang menjadi dasar pertimbangan adalah:

1). Identitas dan Nilai Lokal – menonjolkan kearifan lokal yang ada di Desa Merak Belantung agar logo memiliki makna yang berakar pada budaya masyarakat setempat.
2). Keterhubungan dengan Produk – desain logo dirancang untuk tetap merepresentasikan jenis usaha yang dijalankan, sehingga konsumen dapat mengenali produk dengan lebih mudah.
3). Kesederhanaan dan Fleksibilitas – logo dibuat sederhana agar mudah diterapkan di berbagai media, baik cetak maupun digital.

Hingga tahap ini, telah berhasil dibuat draft atau prototipe logo sebesar 50%, dapat terlihat pada **Gambar 2.3**. Prototipe tersebut berupa sketsa dasar yang menggambarkan konsep utama logo, seperti bentuk simbol, pemilihan warna awal, serta tipografi yang akan digunakan. Draft ini kemudian akan dievaluasi bersama pemilik UMKM untuk mendapatkan masukan sebelum logo final ditetapkan. Perancangan yang partisipatif ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah logo yang tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga menjadi representasi semangat, nilai kebersamaan, dan kekuatan UMKM Kham Muakhi dalam menghadapi persaingan pasar.



(Gambar 2.3 - *Draft* atau *Prototipe* Logo UMKM Kham Muakhi)

2.4 Penyerahan Logo Kepada Pemilik UMKM Kham Muakhi

Tahap akhir dari program ini adalah penyerahan logo final kepada pemilik UMKM Kham Muakhi. Kegiatan ini dilaksanakan setelah melalui serangkaian proses perancangan yang partisipatif, mulai dari penggalian ide, penyusunan draft, hingga revisi berdasarkan masukan pemilik UMKM. *Pendekatan Participatory Action Research* (PAR) kembali ditekankan dalam tahap ini, karena setiap keputusan akhir mengenai bentuk, warna, maupun tipografi logo ditentukan bersama melalui diskusi dan kesepakatan. Penyerahan logo dilakukan secara langsung di rumah Ketua UMKM Kham Muakhi, disertai dengan penjelasan mengenai makna dan filosofi dari logo tersebut.

(Gambar 2.4 – Logo UMKM Kham Muakhi)

Logo yang telah disepakati memuat simbol-simbol yang mencerminkan:

1) **Warna Merah**: Melambangkan semangat, keberanian berinovasi, dan dorongan untuk terus maju.
2) **Tiga Bintang**: Mewakili harapan dan cita-cita agar UMKM Kham Muakhi dapat berkembang hingga dikenal lebih luas, bahkan di luar daerah.
3) **Tumbuhan**: Menjadi simbol pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan usaha, serta kesejahteraan masyarakat desa.
4) **Tulisan Kham Muakhi**: Dalam bahasa Lampung berarti "kita keluarga", menegaskan bahwa UMKM ini dibangun dengan asas kebersamaan dan kekeluargaan.
5) **Siger Lampung**: Melambangkan kemuliaan, kehormatan, serta identitas budaya lokal Lampung yang harus terus dijaga**.**
6) **Ilustrasi Masyarakat**: Menggambarkan bahwa UMKM ini hadir berkat dukungan dan keterlibatan seluruh elemen masyarakat desa.
7) **Tulisan Merak Belantung**: Menandakan bahwa produk dan usaha ini berasal dari Desa Merak Belantung, sehingga dapat menjadi sumber kebanggaan bagi masyarakat setempat.

Dengan adanya logo ini, UMKM Kham Muakhi kini memiliki identitas visual resmi yang dapat digunakan dalam berbagai media pemasaran, baik secara digital (seperti media sosial dan *e-commerce*) maupun cetak (kemasan produk, spanduk, brosur). Identitas visual ini diharapkan menjadi pondasi branding yang kuat, sehingga usaha dapat lebih dikenal, dipercaya, dan menarik perhatian konsumen. Penyerahan

logo bukan hanya seremonial, melainkan juga menandai langkah awal UMKM Kham Muakhi untuk masuk ke dalam era pemasaran modern. Melalui simbol tersebut, UMKM memiliki wajah baru yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas jaringan pemasaran, serta memperkuat ikatan emosional dengan konsumen.

2.5 Program Kerja Kelompok

Tabel 2.5 Program Kerja Kelompok

NO.	HARI/TANGGAL PELAKSANAAN	KEGIATAN
1.	Senin, 28 Juli 2025	Sosialisasi Program Kerja PKPM IIB Darmajaya | Kelompok 1 & 2
2.	Sabtu, 02 Agustus 2025	Sosialisasi UMKM bersama Ibu-Ibu PKK Desa Merak Belantung (Balai Desa)
3.	Senin, 04 Agustus 2025	Mengadakan Sosialisasi Bijak Dalam Menggunakan Digital/Smartphone bersama Siswa/i Kelas 5 & 6 (SD 02 Merak Belantung)
4.	Minggu, 10 Agustus 2025	Gotong Royong bersama Ibu-Ibu PKK Merak Belantung Membereskan Tanaman Toga
5.	Selasa, 12 Agustus 2025	Sosialisasi Mewarnai Bersama di TK NURUL ATHFAL
		Mulai mengerjakan Progja Besar – Tempat Sampah
6.	Rabu, 13 Agustus 2025	Sosialisasi ke SMP IKADI LAMPUNG
		Hari Kedua mengerjakan Progja Besar – Tempat Sampah
7.	Kamis, 14 Agustus 2025	Pelatihan dengan Ibu-Ibu PKK | PROGJA KEL. 55
		Hari Ketiga mengerjakan Progja Besar – Tempat Sampah

8.	Jum'at, 15 Agustus 2025	Hari Terakhir mengerjakan Progja Besar – Tempat Sampah
9.	Sabtu, 16 Agustus 2025	Gladi Bersih Sosialisasi Program Kerja yang akan dilaksanakan Senin Depan
10.	Minggu, 17 Agustus 2025	Mengikuti Kegiatan Upacara 17 Agustus
11.	Senin, 18 Agustus 2025	Persentasi Progam Kerja (Yang Sudah Dilakukan), Acara Makan Bersama, Pamit-Pamitan dengan Kepala Desa berserta Jajarannya, Seluruh Kepala Dusun, dan Warga Desa Merak Belantung (Balai Desa)