

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

Endang Sri Maruti¹, Muhammad Hanif², Diyah Santi Hariyani³, Chelsa Bunga Nagita⁴, Mohammad Ardiansyah Avilianto⁴

¹Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

²Pendidikan IPS, Sekolah Pascasarjana, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

³Akuntansi, FEB, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

⁴Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Penulis korespondensi : Endang Sri Maruti

E-mail : endang@unipma.ac.id

Diterima: 22 Mei 2026 | Direvisi: 25 Juli 2026 | Disetujui: 27 Juli 2026 | Online: 17 Agustus 2026

© Penulis 2026

Abstrak

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Bulukerto Magetan masih menghadapi kendala dalam membangun branding produk yang unik dan berbasis identitas lokal. Sebagian besar produk kuliner menggunakan nama yang umum sehingga kurang memiliki daya tarik dan pembeda di tengah persaingan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan numeralia bahasa Jawa sebagai strategi branding produk berbasis budaya lokal. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Bulukerto dengan jumlah peserta sebanyak 10 orang. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahap sosialisasi, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi selama bulan April sampai Juni 2026. Materi pelatihan meliputi konsep numeralia bahasa Jawa, strategi branding berbasis budaya lokal, teknik penamaan produk, serta pembuatan slogan dan media promosi kreatif. Evaluasi dilakukan menggunakan observasi dan angket untuk mengetahui tingkat pemahaman serta kemampuan peserta dalam menerapkan numeralia bahasa Jawa pada branding produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai branding berbasis budaya lokal. Sebanyak 88% peserta mampu membuat nama produk berbasis numeralia bahasa Jawa secara mandiri, sedangkan 84% peserta berhasil menerapkan konsep branding pada label produk dan media promosi. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengembangkan identitas produk yang lebih unik, mudah diingat, dan memiliki nilai budaya lokal. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kreativitas branding UMKM sekaligus mendukung pelestarian bahasa Jawa dalam sektor ekonomi kreatif masyarakat.

Kata kunci: branding produk; budaya lokal; numeralia bahasa Jawa; UMKM.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Bulukerto Village Magetan District still face difficulties in developing unique product branding based on local cultural identity. Most culinary products use generic names, making them less attractive and less competitive in the market. This community service program aimed to improve the knowledge and skills of UMKM owners in utilizing Javanese numerals as a local culture-based product branding strategy. The target partners of this activity were culinary UMKM owners in Bulukerto Village, involving 10 participants. The program was implemented through several stages, including socialization, training, practice, mentoring, and evaluation from April until June 2026. The training materials covered the concept of Javanese numerals, local culture-based branding strategies, product naming techniques, and the creation of slogans and

promotional media. Evaluation was conducted through observation and questionnaires to measure participants' understanding and their ability to apply Javanese numerals in product branding. The results showed an improvement in participants' understanding of local culture-based branding. Around 88% of participants were able to independently create product names using Javanese numerals, while 84% successfully applied branding concepts to product labels and promotional media. In addition, participants demonstrated high enthusiasm in developing product identities that were more distinctive, memorable, and culturally meaningful. This activity positively contributed to enhancing MSME branding creativity while also supporting the preservation of the Javanese language within the community's creative economy sector.

Keywords: javanese numerals; local culture; UMKM; product branding,

PENDAHULUAN

Kelurahan Bulukerto, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, memiliki identitas kuat sebagai wilayah yang berakar pada nilai budaya lokal sekaligus berupaya menjadi kawasan yang inovatif dan produktif. Dengan luas wilayah total sekitar 71,35 ha yang mencakup pemukiman, fasilitas umum, dan lahan pertanian, Bulukerto berkembang menjadi pusat aktivitas sosial ekonomi yang beragam dan dinamis (Al Fudiah et al., 2024). Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah dengan adanya program Kampung Kuliner dan Kampung Bahasa (Abduh et al., 2026; Al Fudiah et al., 2024; Praptiwi, 2022). Kampung Kuliner menjadi salah satu destinasi wisata kuliner yang terletak di Kelurahan Bulukerto (Mulyati et al., 2022). Berada di kawasan yang strategis dan dekat dengan berbagai destinasi wisata lainnya di Magetan (Anwar et al., 2025; Huwaida, 2025; Sulistyono et al., 2024), Kampung Kuliner ini menghadirkan beragam sajian khas daerah serta kuliner modern yang menarik bagi wisatawan lokal maupun luar daerah seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Profil Kampung Kuliner di Bulukerto

Kampung Kuliner Bulukerto diresmikan oleh Bupati Magetan pada 9 Agustus 2023. Keberadaannya merupakan bagian dari pengembangan konsep *smart city* di Magetan, khususnya dalam aspek ekonomi dan pariwisata (Amirzadeh et al., 2023). Adapun keunikan yang dimiliki adalah dengan mengusung konsep wisata kuliner berbasis budaya dan kearifan lokal, Kampung Kuliner Bulukerto menyajikan makanan khas Magetan seperti nasi pecel, soto Magetan, dan jajanan tradisional (Sedyastuti, 2018). Selain itu juga terdapat berbagai inovasi kuliner modern untuk menarik generasi muda dan wisatawan mancanegara (Sudrartono et al., 2022). Kampung Kuliner ini berdekatan dengan Kampung Bahasa, sehingga wisatawan bisa menikmati pengalaman belajar bahasa sambil mencicipi kuliner khas (Kunhadi, 2023). Lingkungan yang nyaman dengan desain tradisional dan sentuhan modern menjadikan tempat ini ideal untuk wisata keluarga.

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan perangkat kelurahan, sebagian besar pelaku UMKM kuliner di Bulukerto menjalankan usaha secara mandiri dengan modal terbatas, teknologi sederhana, dan mengandalkan interaksi lisan langsung dalam proses transaksi. Bahasa yang digunakan dalam kegiatan UMKM masih belum konsisten, dan didominasi oleh bahasa Jawa (Saputra et al., 2024). Dalam bahasa Jawa sendiri terdapat sistem numeralia (konsep bilangan) yang cukup unik (Sutana, 2016). Contohnya saja satuan *gedhang* 'pisang', ada *gedhang setundhun*, *gedhang setangkep*, dan *gedhang selirang*. Berbagai satuan tersebut menjadikan pembeli yang belum tahu akan menjadi bingung. Contoh lainnya yakni dengan satuan yang tidak familiar, seperti *sate sejinah*. Oleh karena itu, penguatan konsep numeralia dalam bahasa Jawa perlu dikuatkan.

Kondisi eksisting menunjukkan adanya permasalahan mendasar pada aspek komunikasi numerik transaksi. Mayoritas pelaku UMKM kuliner masih mengoperasikan transaksi secara manual, tanpa pencatatan digital maupun integrasi teknologi sederhana. Selain itu juga minimnya pemanfaatan teknologi dalam transaksi, pencatatan, dan pemasaran digital, sehingga jangkauan pasar dan daya bersaing produk rendah. Aktivitas jual-beli di Kampung Bahasa dan Kuliner menggunakan berbagai bahasa sebagai pendekatan edukatif, namun belum dilengkapi mekanisme teknis yang terstandar untuk transaksi (Hulfah et al., 2023). Ketidakteraturan ini berpotensi menyulitkan pencatatan ekonomi mikro dan penilaian kinerja usaha secara formal (Aditya & Rusdianto, 2023). Di sisi lain, sebagian besar produk UMKM belum memakai kemasan yang menarik dan identitas visual yang kuat seperti terlihat pada Gambar 2, apalagi yang mencerminkan nilai kearifan budaya lokal. Hal ini menyebabkan produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas baik secara fisik maupun digital (Evangeulista et al., 2023).



Gambar 2. Branding produk masih manual

Mitra sasaran merupakan UMKM ekonomi produktif di bidang kuliner skala mikro yang beroperasi di lingkungan pemukiman dan pasar lokal Kelurahan Bulukerto. Dari sisi bahan baku, mitra menggunakan bahan lokal dengan sistem pengadaan harian. Proses produksi dilakukan secara manual dengan kapasitas terbatas, menyesuaikan permintaan konsumen. Produk yang dihasilkan berupa makanan siap saji dengan harga terjangkau dan jumlah produksi bervariasi setiap hari. Pada aspek distribusi, produk dijual langsung kepada konsumen tanpa perantara. Sistem manajemen usaha masih sederhana, ditandai dengan pencatatan transaksi yang minim, sebagian besar mengandalkan ingatan, dan belum terdokumentasi secara rapi. Dari sisi pemasaran, mitra mengandalkan pelanggan tetap dan komunikasi dari mulut ke mulut, dengan harga jual ditentukan secara konvensional. Sarana pendukung usaha seperti *smart phone* sudah dimiliki sebagian mitra, namun pemanfaatannya masih terbatas untuk komunikasi dasar. Belum terdapat aplikasi atau media khusus yang membantu transaksi dan pencatatan berbasis bahasa lokal. Selain itu, identitas visual usaha masih sederhana dan belum dimanfaatkan sebagai sarana branding berbasis budaya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi transaksi UMKM kuliner melalui penguatan sistem numeralia Bahasa Jawa dan penerapan teknologi tepat guna berupa pembuatan branding produk berbasis numeralia Bahasa Jawa untuk menambah keunikan produk. Pendalaman sistem numeralia

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

Bahasa Jawa berbasis kearifan lokal sebagai bahan promosi bisa menjadi daya Tarik tersendiri bagi pengunjung, sehingga kegiatan ini berbeda dengan pelatihan branding produk sebelumnya.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara partisipatif dan bertahap untuk mengatasi permasalahan mitra UMKM Kampung Bahasa dan Kuliner Kelurahan Bulukerto, Kecamatan Magetan. Mitra sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang kuliner dan jajanan tradisional yang berada di lingkungan Kelurahan Bulukerto. Jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan sebanyak 10 pelaku UMKM. Tahapan pelaksanaan disusun agar solusi yang ditawarkan dapat diterapkan secara efektif, berkelanjutan, dan sesuai dengan kondisi riil mitra sasaran. Kegiatan dilaksanakan pada bulan April sampai Juni 2026.

Metode pelaksanaan melalui 5 tahap seperti tergambar pada Tabel 1 berikut merupakan metode tahapan pelaksanaan pada 2 aspek yang ditangani, yakni pada aspek manajemen dan pemasaran.

Tabel 1. Metode Tahapan Pelaksanaan Program

No	Tahapan	Metode
1.	Tahapan Sosialisasi	Observasi lapangan, wawancara, dan diskusi kelompok terfokus (FGD) bersama pelaku UMKM Pertemuan bersama pelaku UMKM, pengelola kampung tematik, dan perangkat kelurahan
2	Tahapan Pelatihan	pelatihan sistem numeralia Bahasa Jawa dan pendampingan pembuatan branding produk Pelatihan berbasis praktik yakni membuat visual promosi
3	Tahapan Penerapan Teknologi	Simulasi transaksi dan praktik langsung menggunakan transaksi digital (QRIS) Pelatihan berbasis praktik membuat visual promosi berbasis AI
4	Tahapan Pendampingan dan Evaluasi	Pendampingan pencatatan keuangan sederhana Pendampingan promosi digital
5	Tahap Keberlanjutan Program	Pengenalan analisis keuangan sederhana Pengenalan strategi promosi di berbagai platform digital

Penerapan teknologi dan inovasi yang ditawarkan bersifat sederhana, tepat guna, dan mudah dioperasikan, serta disesuaikan dengan tingkat literasi digital mitra. Teknologi yang diterapkan meliputi: penerapan sistem numeralia bahasa Jawa sebagai alat bantu transaksi lisan dan tertulis; penggunaan nota transaksi berbahasa Jawa; pencatatan transaksi harian secara sistematis, baik manual maupun digital sederhana; dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung manajemen usaha dan pemasaran produk.

Teknik analisis keberhasilan dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif melalui perbandingan kondisi awal dan kondisi akhir pelatihan. Adapun indikator keberhasilan kegiatan ditetapkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Program

Aspek	Capaian
Keterampilan teknis	minimal 80% peserta mampu memahami konsep sistem numeralia bahasa Jawa.
Branding produk	minimal 70% peserta menghasilkan desain visual produk berbasis AI
Respon peserta	lebih dari 75% peserta memberikan tanggapan positif terhadap pelatihan, diukur melalui wawancara singkat dan kuesioner kepuasan

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan diikuti oleh pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto dengan antusiasme tinggi. Peserta menunjukkan ketertarikan terhadap konsep branding berbasis bahasa Jawa karena dinilai dekat dengan kehidupan sehari-hari dan mampu memberikan identitas khas pada produk. Pada sesi pelatihan, peserta memperoleh pemahaman mengenai bentuk-bentuk numeralia bahasa Jawa seperti *siji, loro, telu, papat, limo*, dan *pitu* beserta penggunaannya dalam konteks pemasaran produk. Peserta juga diajak memahami bahwa bahasa lokal dapat menjadi strategi diferensiasi produk yang efektif.

Tahapan Sosialisasi

Tahapan awal kegiatan pengabdian dilakukan melalui sosialisasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, membangun komunikasi dengan masyarakat sasaran, serta menyusun strategi pelaksanaan pelatihan numeralia bahasa Jawa yang sesuai dengan kondisi lapangan.

Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan dengan mengunjungi beberapa pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Bulukerto. Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan nama produk yang bersifat umum dan belum mencerminkan identitas budaya lokal. Selain itu, media promosi yang digunakan masih sederhana sehingga produk kurang memiliki ciri khas dibandingkan produk sejenis. Tim pengabdian juga menemukan bahwa sebagian pelaku UMKM sebenarnya memiliki minat untuk menggunakan unsur budaya Jawa dalam branding produk, namun belum memahami konsep dan strategi penerapannya.



Gambar 3. Observasi awal lapangan

Pertemuan Bersama Pelaku UMKM dan Perangkat Kelurahan

Kegiatan sosialisasi dilanjutkan dengan pertemuan bersama pelaku UMKM, pengelola kampung tematik, dan perangkat Kelurahan Bulukerto. Pertemuan ini membahas rencana pelaksanaan pelatihan, bentuk pendampingan, serta strategi keberlanjutan program. Perangkat kelurahan memberikan dukungan terhadap kegiatan karena dinilai dapat membantu meningkatkan identitas kampung tematik berbasis budaya lokal dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif masyarakat.

Tahap berikutnya dilakukan wawancara dan Focus Group Discussion (FGD) bersama pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kebutuhan, hambatan, serta harapan peserta terkait pengembangan branding produk. Hasil diskusi menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan pelatihan kreatif mengenai penamaan produk, desain promosi, dan strategi pemasaran berbasis budaya lokal agar produk lebih mudah dikenal masyarakat.

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk



Gambar 4. Wawancara dengan mitra

Hasil pertemuan menunjukkan adanya komitmen bersama antara tim pengabdian, pelaku UMKM, dan pemerintah kelurahan untuk mengembangkan branding produk berbasis numeralia bahasa Jawa secara berkelanjutan. Dukungan tersebut menjadi faktor penting dalam kelancaran pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.

Tahapan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto dilaksanakan melalui dua pendekatan utama, yaitu pelatihan tatap muka dan pelatihan berbasis praktik. Kedua tahapan ini dirancang untuk memberikan pemahaman konseptual sekaligus pengalaman langsung dalam menerapkan numeralia bahasa Jawa sebagai strategi branding produk. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dalam bentuk penyampaian materi dan diskusi interaktif bersama pelaku UMKM. Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan pemahaman mengenai pentingnya branding produk dalam meningkatkan daya saing UMKM serta potensi bahasa Jawa sebagai identitas budaya lokal yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran produk. Materi pelatihan meliputi:

1. Konsep dasar numeralia bahasa Jawa dan ragam penggunaannya dalam kehidupan masyarakat;
2. Branding produk berbasis budaya lokal;
3. Strategi penamaan produk yang unik, mudah diingat, dan memiliki nilai budaya;
4. Pemanfaatan slogan, menu, dan media promosi menggunakan bahasa Jawa; serta
5. Contoh praktik keberhasilan penggunaan unsur budaya lokal dalam pemasaran produk UMKM.



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan

Pelatihan tatap muka berlangsung secara partisipatif melalui diskusi dan tanya jawab. Peserta aktif menyampaikan pengalaman, tantangan pemasaran yang dihadapi, serta ide-ide awal terkait penggunaan numeralia bahasa Jawa pada produk mereka.

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk



Gambar 6. Sesi tanya jawab

Interaksi ini membantu peserta memahami bahwa branding tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga sebagai sarana membangun nilai emosional dan kedekatan budaya dengan konsumen. Setelah memperoleh pemahaman teoritis, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan berbasis praktik. Pada tahap ini, peserta didampingi secara langsung untuk mengembangkan branding produk menggunakan numeralia bahasa Jawa.

Bangga Ngunggo Basa Jawa, Bangga Dadi Wong Jawa
TITI TEMBUNG WILANGAN BASA JAWA ING KAMPUNG KULINER BULUKERTO

ANGKA	BASA NGOKO	BASA KRAMA	AKSARA JAWA
1	SIJI	SETUNGGAL	ꦱꦶꦗ
10	SEPULUH	SEDASA	ꦱꦺꦥꦸꦭꦹ
100	SATUS	SETUNGGAL ATUS	ꦱꦠꦸꦱ
500	LIMANGATUS	GANGSAL ATUS	ꦒꦁꦱꦭꦠꦸꦱ
1.000	SEWU	SETUNGGAL EWU	ꦱꦺꦮꦸ
2.000	RONG EWU	KALIH EWU	ꦏꦭꦶꦃꦺꦮꦸ
5.000	LIMANG EWU	GANGSAL EWU	ꦒꦁꦱꦭꦺꦮꦸ
10.000	SEPULUH SEWU	SEDASA EWU	ꦱꦺꦥꦸꦭꦹꦱꦺꦮꦸ
15.000	KIMOLAS EWU	GANGSAL WELAS EWU	ꦒꦁꦱꦭꦮꦺꦭꦱꦺꦮꦸ
20.000	RONGPULUH EWU	KALIH DASA EWU	ꦏꦭꦶꦃꦢꦱꦺꦮꦸ
25.000	SELawe EWU	SELANGKUNG EWU	ꦱꦺꦭꦒꦺꦴꦏꦁꦺꦮꦸ
50.000	SEKET EWU	SEKET EWU	ꦱꦺꦏꦺꦺꦮꦸ
100.000	SATUS EWU	SETUNGGAL ATUS EWU	ꦱꦠꦸꦱꦺꦮꦸ

**Ayo Ngelastarikake Basa Jawa,
 Basa Jawa Ora Mung Basa,
 Nanging Warisan Leleluhur
 Kang Adiluhung.**

HIBAH
 PKM DPPM
 2026
 081515677141 (Anang) & 081259669431 (Sukar)

Gambar 7. Sistem Numeralia Bahasa Jawa

Melalui kegiatan praktik, peserta mampu mengeksplorasi kreativitas dalam menghasilkan nama dan identitas produk yang lebih khas. Beberapa contoh hasil praktik peserta antara lain “Sega Pecel Mbak Mei”, “Penthol Kriwil Pedhes”, dan “Wedang Lima Aroma”. Nama-nama tersebut dinilai lebih menarik, mudah diingat, serta memiliki kekuatan lokalitas yang dapat meningkatkan nilai jual produk. Pelatihan berbasis praktik juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperoleh umpan balik langsung dari tim pengabdian maupun sesama pelaku UMKM. Dengan demikian, peserta tidak hanya memahami konsep numeralia bahasa Jawa secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya secara nyata dalam strategi branding produk mereka.

Peningkatan Pemahaman Peserta

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya branding produk berbasis budaya lokal sebagai strategi meningkatkan daya saing UMKM.

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan nama produk yang bersifat umum, sederhana, dan belum memiliki identitas khas yang membedakan produk mereka dengan produk lain di pasaran. Selain itu, peserta belum memahami bahwa unsur bahasa dan budaya lokal dapat dimanfaatkan sebagai nilai tambah dalam pemasaran produk.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Indikator Penilaian	Hasil (%)
1	Pemahaman peserta terhadap konsep numeralia bahasa Jawa	88%
2	Pemahaman peserta mengenai branding produk berbasis budaya lokal	90%
3	Kemampuan membuat nama produk menggunakan numeralia bahasa Jawa	88%
4	Kemampuan membuat slogan/promosi berbasis budaya lokal	84%
5	Kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan UMKM	92%
6	Kejelasan penyampaian materi oleh narasumber	94%
7	Keaktifan peserta selama pelatihan dan diskusi	86%
8	Manfaat pelatihan terhadap pengembangan branding produk	91%
9	Ketertarikan peserta untuk menerapkan hasil pelatihan pada usaha mereka	89%
10	Kepuasan peserta terhadap keseluruhan kegiatan pelatihan	93%

Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami konsep branding berbasis budaya lokal, khususnya pemanfaatan numeralia bahasa Jawa sebagai identitas produk. Peserta menunjukkan kemampuan dalam menciptakan nama produk yang lebih kreatif, unik, dan mudah diingat oleh konsumen (Fakhruddin et al., 2019; Marsudi et al., 2013). Penggunaan numeralia bahasa Jawa mampu memberikan ciri khas tersendiri sekaligus memperkuat nuansa lokal pada produk UMKM.

Berdasarkan hasil angket evaluasi, sebanyak 88% peserta menyatakan memahami konsep numeralia bahasa Jawa dalam branding produk, sedangkan 84% peserta mampu menerapkan hasil pelatihan dalam bentuk rancangan nama produk, slogan, maupun media promosi sederhana. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kreativitas dalam mengembangkan ide branding yang lebih menarik dan bernilai budaya. Beberapa contoh nama produk yang berhasil dikembangkan peserta antara lain “Pentol Telu Pedhes”, “Pecel Pitu Rasa”, “Wedang Limo Aroma”, dan “Sego Sak Pincuk”. Nama-nama tersebut dinilai lebih komunikatif, mudah dikenali, serta memiliki kekuatan identitas lokal yang dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

Peningkatan pemahaman peserta juga terlihat dari antusiasme mereka selama diskusi dan praktik pelatihan. Peserta aktif bertanya, bertukar ide, serta mendiskusikan kemungkinan penerapan numeralia bahasa Jawa pada berbagai jenis produk kuliner dan media promosi UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga mendorong kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya lokal melalui kegiatan ekonomi kreatif masyarakat. Dengan demikian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengembangkan branding produk berbasis budaya lokal.

Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kreativitas pelaku UMKM dalam membangun identitas produk yang lebih unik, mudah diingat, dan memiliki nilai budaya lokal. Pemanfaatan numeralia bahasa Jawa terbukti dapat menjadi strategi diferensiasi produk yang memperkuat citra lokalitas sekaligus mendukung pelestarian bahasa daerah dalam sektor ekonomi kreatif masyarakat. Pendekatan berbasis budaya lokal juga mampu membangun kedekatan emosional antara produk dan konsumen sehingga berpotensi meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi unsur budaya dalam branding produk memiliki peluang besar untuk diterapkan dan dikembangkan pada berbagai jenis usaha masyarakat lainnya, khususnya UMKM berbasis kuliner dan ekonomi kreatif daerah.

Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa hambatan, seperti keterbatasan kemampuan peserta dalam desain digital promosi serta belum meratanya pemahaman mengenai pemasaran berbasis media sosial. Selain itu, sebagian pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan lanjutan agar penerapan branding berbasis numeralia bahasa Jawa dapat dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya disarankan untuk difokuskan pada pelatihan desain kemasan digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, dan penguatan identitas visual produk UMKM. Pendampingan jangka panjang juga diperlukan agar hasil pelatihan dapat berkembang menjadi model branding berbasis budaya lokal yang lebih luas dan berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan, para pelaku UMKM di Kampung Kuliner Kelurahan Bulukerto Magetan telah mampu memahami konsep numeralia bahasa Jawa serta menerapkannya dalam penamaan produk, slogan, dan media promosi usaha. Secara kuantitatif, sebesar 88% peserta mampu membuat nama produk berbasis numeralia bahasa Jawa secara mandiri dan 84% peserta berhasil menerapkan konsep branding pada desain promosi sederhana. Selain itu, tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan mencapai 93%, yang menunjukkan bahwa metode pelatihan dan pendampingan dinilai sesuai dengan kebutuhan mitra. Kegiatan pendampingan terus perlu dilakukan melalui pengembangan konten digital untuk sarana promosi dan juga perlunya agenda-agenda khusus berbasis budaya lokal untuk memperkuat kegiatan ekonomi UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada DPPM Kemdiktisaintek yang telah mendanai program Pengabdian Masyarakat dalam Skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun anggaran 2026 dengan nomor kontrak 210/C3/DT.05.00/PM/2026, Tanggal 13 April 2026. Selain itu, terimakasih juga diucapkan kepada mitra sasaran yakni pihak Kelurahan Bulukerto yang telah memberikan izin, fasilitas, dan dukungan selama kegiatan berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan. Partisipasi dan antusiasme peserta menjadi faktor penting dalam keberhasilan program pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan dukungan dan fasilitas sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Abduh, M., Rahmat, D., Permatasari, V. A., Krishnandya, K., Faisol, S. A., Nurhayati, E., Setiawati, A. D., & Daniswara, W. (2026). KAMPUNG BAHASA SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI BERKELANJUTAN DALAM PEMBERDAYAAN UMKM BERBASIS KEARIFAN LOKAL UNTUK MENDUKUNG PENCAPAIAN SDGS DI DESA BULUKERTO, MAGETAN. *JURNAL PADI (Pengabdian MAsyarakat Dosen Indonesia)*, 9(1), 23–28.
- Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102.
- Al Fudiah, N., Aisy, N., Ariqoh, F., Fauziyah, A., & Anriani, S. (2024). Menghidupkan Event Sosial Ramadhan melalui Festival Bulukerto Ber-Ramadhan (FESBUKER) di Kelurahan Bulukerto Magetan. *Zad Al-Ummah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 80–90.
- Amirzadeh, M., Sobhaninia, S., Buckman, S. T., & Sharifi, A. (2023). Towards building resilient cities to pandemics: A review of COVID-19 literature. *Sustainable Cities and Society*, 89(June 2022), 104326. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2022.104326>
- Anwar, R. K., Ibrahim, S., & Rukmana, E. N. (2025). Empowering Marginal Communities through Ecotourism: A Case Study of Telaga Sarangan, Magetan, East Java. *Bima Cendikia: Journal of Community Engagement and Empowerment*, 2(1), 106–132.
- Evangelista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi Pelatihan sistem numeralia bahasa Jawa bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bulukerto guna meningkatkan branding produk

- UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33–42.
- Fakhruddin, D., Sachari, A., & Haswanto, N. (2019). Pengembangan Desain Informasi dan Pembelajaran Aksara Jawa melalui Media Website. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(01), 1–23. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v5i01.1990>
- Hulfah, S., Fauzi, A., Astuti, W. W., Ubaydillah, S. B., & Nurseha, A. (2023). Meningkatkan Penguasaan Kosakata Bahasa Arab Melalui Program Lebar (Les Bahasa Arab) Pada Anak Di Desa Sumbersari, Kiarapedes, Purwakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(7), 1038–1043.
- Huwaida, A. P. (2025). *Kesiapsiagaan Masyarakat Terhadap Bencana dalam Pengelolaan Pariwisata di Sarangan, Magetan*. Universitas Gadjah Mada.
- Kunhadi, D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Sambal Pecel Khas Magetan Dalam Rangka Menciptakan Competitive Advantages. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Pendidikan Dan Informatika*, 1(4), 268–276.
- Marsudi, M., Zahrok, S., & Arief, U. (2013). Kesadaran Pemakai Bahasa Indonesia Di Era Teknologi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 6(2), 156–170. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v6i2.604>
- Mulyati, T., Rohmatiah, A., Hariyani, A. T., & Susilo, H. (2022). PENGEMBANGAN DESA WISATA SIMBATAN-MAGETAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL: POTENSI vs MASALAH. *Jurnal Terapan Abdimas*, 8(1), 88–95.
- PRAPTIWI, E. N. (2022). *MODEL KEMITRAAN PEMERINTAH DESA DALAM MENGEMBANGKAN SEKTOR PARIWISATA (Studi Penelitian: Desa Wisata Conto, Kecamatan Bulukerto, Kabupaten Wonogiri)*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Saputra, R. I., Suryati, S., & Muzaiyanah, M. (2024). Analisis Penggunaan Bahasa Daerah dalam Berkomunikasi Pada Masyarakat Desa Gumai Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1(1), 1–11.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). *Kewirausahaan UMKM Di Era Digital*.
- Sulistyono, D., Sanaji, S., & Artanti, Y. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Fasilitas Pariwisata, Aksesibilitas, Pengalaman Wisata Terhadap Niat Berkunjung Ulang Wisatawan (Studi Pada Pengunjung Kawasan Wisata Telaga Sarangan Magetan). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 2717–2736.
- Sutana, D. (2016). Mencermati Frasa Numeralia Dalam Bahasa Jawa (Observing Numerals Phrase in Javanese Language). *SAWERIGADING*, 20(3), 385–394.