

INTISARI

Kegiatan perdagangan yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat luas saat ini yaitu Usaha Mikro Kesil dan Menengah (UMKM). Salah satu Kalurahan di Gunungkidul yaitu Kalurahan Sambirejo yang memiliki perkumpulan Desa Prima merupakan sebuah kelompok yang mewadahi pemberdayaan perempuan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui peran pendampingan yang dilakukan penyuluh dalam pengembangan branding produk lokal di Kelompok Desa Prima Melati dan mengetahui perbedaan pengembangan kelompok Desa Prima yang didampingi Penyuluh dan Kelompok Wanita “Kusuma” yang tidak didampingi Penyuluh. Lokasi penelitian ini dilakukan pada kelompok Desa Prima di Kalurahan Sambirejo yang dilakukan dengan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Sampel yang diambil ini dilakukan berdasarkan pertimbangan lama beranggotakan serta aktif dalam melaksanakan kegiatan dikelompok. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 30 responden yang diambil dari pengurus dan anggota kelompok Desa Prima “Melati” yang aktif mengikuti pelatihan dan Kelompok Wanita “Kusuma”. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan Uji Kolmogorov- Smirnov. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran penyuluh melalui pendampingan dalam pengembangan branding lokal Kelompok Desa Prima “Melati yang terdiri dari peran sebagai komunikator, inovator, fasilitator, motivator, dan dinamisator sudah menjalankan fungsinya dengan maksimal. Ditemukan terdapat perbedaan rata-rata antara pengembangan branding produk lokal Kelompok Desa Prima “Melati” dan Kelompok Wanita “Kusuma”. Tingkat partisipasi dari anggota Kelompok Wanita “Kusuma” belum maksimal dalam mengikuti pertemuan rutin, pelatihan, yang menyebabkan tidak adanya pengembangan branding produk kelompok.

Kata Kunci : Peran penyuluh, pengembangan branding, Desa Prima, uji Kolmogorov-Smirnov

ABSTRACT

One of the easily accessible trading activities for the wider community nowadays is Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). One of the villages in Gunungkidul is Sambirejo Village, which has a community called "Desa Prima" that serves as a group facilitating women's empowerment. The objective of this research is to determine the role of counselors in supporting the development of local product branding in the "Desa Prima Melati" group and to identify the differences in the development of "Desa Prima" groups that are accompanied by counselors compared to the "Kusuma" Women's Group that is not accompanied by counselors. The research location is focused on the "Desa Prima" group in Sambirejo Village, using non-probability sampling to select the participants. The sample selection is based on the length of membership and active participation in group activities. There are 30 respondents in this study, consisting of members and officials from the "Desa Prima Melati" group actively participating in training, as well as members of the "Kusuma" Women's Group. Descriptive analysis and Kolmogorov-Smirnov Test are used for data analysis. The research findings indicate that counselors play a significant role in the development of local branding for the "Desa Prima Melati" group, encompassing roles such as communicator, innovator, facilitator, motivator, and dynamizer, and they have performed their functions optimally. The study also revealed a difference in the average development of local product branding between the "Desa Prima Melati" group and the "Kusuma" Women's Group. The level of participation from members of the "Kusuma" Women's Group in attending regular meetings and training sessions is not optimal, resulting in a lack of development in the branding of their group products.

Keywords: *Counselor's role, branding development, Desa Prima, Kolmogorov-Smirnov Test*