



Beujroh :

Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian pada Masyarakat

Volume 4, Nomor 1, Februari 2026 pp. 1-15

DOI <https://doi.org/10.61579/beujroh.v4i1.704>

e-ISSN 3025-9320

p-ISSN 3026-0884

Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain untuk Pelestarian Warisan Budaya dan Penguatan Ekonomi Kreatif Pidie

Cut Italina¹, Nofiana S², Cut Lilis Setiawati³, Muhammaad Ghifari⁴, Teuku Isnaini⁵, Irza Amelia⁶, Desi Rahmayanti⁷, Maryanti⁸

¹Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : cutitalina2020@gmail.com

²Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : nofiana8788@gmail.com

³Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : cutlilissetiawati@gmail.com

⁴Institut Seni Budaya Indonesia, Aceh, Indonesia, email : muhammadghifari@isbiaceh.ac.id

⁵Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : isnainiteuku78@gmail.com

⁶Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : irzaamelia0@gmail.com

⁷Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : desi@unigha.ac.id

⁸Universitas Jabal Ghafur, Indonesia, email : yantimaryanti245@gmail.com

*Koresponden penulis : cutitalina2020@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 13 November 2025

Diterima: 30 November 2025

Diterbitkan: 07 Januari 2026

Keywords:

Kupiah Meukutop;
Visual Branding;
Blockchain; Cultural heritage; Creative Economy; Aceh

Abstract

The community service program "Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain for Cultural Heritage Preservation and Strengthening the Creative Economy of Pidie" is motivated by the weak visual identity, limited digital promotion, and the absence of authentication systems for Kupiah Meukutop, a cultural heritage craft of Aceh. This program aims to enhance artisans' capacity through the development of modern visual branding rooted in local wisdom and the integration of blockchain technology for product authenticity tracking. The implementation methods include needs assessment, training in visual design and digital marketing, development of a QR-based blockchain traceability prototype, and assistance in applying the new branding system. The results demonstrate significant improvement in artisans' digital skills, the creation of new logos and packaging, initial blockchain implementation on 20 products, and increased online promotional activities. Overall, the program effectively contributes to cultural heritage preservation and enhances the competitiveness of Kupiah Meukutop within the regional creative economy sector.

Kata Kunci:

Kupiah Meukutop;
Visual Branding;
Blockchain; Warisan
Budaya; Ekonomi
Kreatif; Aceh.



Lisensi: *cc-by-sa*
Copyright © 2026
penulis

Abstrak

Program Pengabdian kepada Masyarakat “Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain untuk Pelestarian Warisan Budaya dan Penguatan Ekonomi Kreatif Pidie” dilatarbelakangi oleh lemahnya identitas visual, minimnya promosi digital, serta belum adanya sistem autentikasi pada produk Kupiah Meukutop sebagai warisan budaya Aceh. Kegiatan ini bertujuan memperkuat kapasitas pengrajin melalui penerapan visual branding modern berbasis kearifan lokal dan integrasi teknologi blockchain sebagai alat pelacakan keaslian produk. Metode pelaksanaan meliputi observasi kebutuhan mitra, pelatihan desain visual dan pemasaran digital, pengembangan prototipe blockchain traceability berbasis QR Code, serta pendampingan dalam penerapan branding baru. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan digital mitra, tersusunnya logo dan kemasan baru, implementasi awal sistem blockchain pada 20 produk, serta meningkatnya aktivitas promosi secara daring. Program ini terbukti efektif mendorong pelestarian budaya dan meningkatkan daya saing Kupiah Meukutop sebagai produk ekonomi kreatif daerah.

Cara mensitasi artikel:

Italina, C., Nofiana S, Setiawati, C. L., Ghifari, M., Isnaini, T., Amelia, I., ... Maryanti. (2026). Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain untuk Pelestarian Warisan Budaya dan Penguatan Ekonomi Kreatif Pidie. *Beujroh : Jurnal Pemberdayaan Dan Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 1-15. <https://doi.org/10.61579/beujroh.v4i1.704>

PENDAHULUAN

Kupiah Meukutop merupakan salah satu warisan budaya Aceh yang memiliki nilai historis, artistik, dan simbolik yang tinggi, namun hingga kini masih diproduksi oleh pengrajin secara tradisional tanpa dukungan sistem branding dan digitalisasi yang memadai. Para pengrajin di Kabupaten Pidie menghadapi berbagai tantangan, antara lain kurangnya identitas visual produk, minimnya pemahaman mengenai promosi digital, dan belum adanya sistem autentikasi yang mampu menjamin keaslian produk di tengah maraknya imitasi. Selain itu, kondisi pasar yang semakin kompetitif menuntut pengrajin untuk

mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan dan memiliki daya saing. Di sisi lain, kebutuhan masyarakat mitra tidak hanya berkaitan dengan peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga pada penguatan citra budaya melalui pendekatan visual yang modern dan berkelanjutan. Tantangan lain yang dihadapi adalah rendahnya literasi teknologi, terbatasnya akses terhadap perangkat digital, serta kurangnya integrasi produk budaya ke dalam ekosistem ekonomi kreatif digital.

Program pengabdian ini dilaksanakan untuk menjawab berbagai kebutuhan tersebut melalui pengembangan *Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0* yang mengintegrasikan teknologi *blockchain* sebagai sistem pelacakan keaslian produk, serta peningkatan kapasitas pengrajin dalam desain visual, pemasaran digital, dan manajemen identitas merek. Tujuan kegiatan adalah memperkuat posisi Kupiah Meukutop sebagai produk budaya bernilai tinggi, meningkatkan kemampuan mitra dalam menerapkan branding modern berbasis kearifan lokal, serta menciptakan sistem digital yang mendukung transparansi dan nilai autentik produk. Penguatan branding tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemasaran, tetapi juga sebagai pendekatan pelestarian budaya melalui pemaknaan ulang identitas visual Kupiah Meukutop dalam konteks ekonomi kreatif.

Kajian pustaka menunjukkan bahwa digitalisasi budaya dan penerapan visual branding terbukti mampu meningkatkan nilai tambah produk tradisional serta membuka akses pasar yang lebih luas. Penelitian mengenai pemanfaatan *blockchain* dalam pelestarian budaya juga menunjukkan efektivitas teknologi ini dalam menjaga orisinalitas dan mencegah pemalsuan produk kerajinan lokal. Selain itu, literatur mengenai ekonomi kreatif menegaskan bahwa identitas visual yang kuat merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya saing dan persepsi nilai suatu produk budaya. Oleh karena itu, pengintegrasian visual branding dan teknologi *blockchain* menjadi pendekatan komprehensif yang tidak hanya menjawab kebutuhan pengrajin, tetapi sekaligus menguatkan pelestarian warisan budaya Aceh.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi komprehensif bagi kedua mitra, yaitu *Rasa Meulapeh* sebagai mitra produktif dan *Peunajoh Aceh* sebagai mitra non-produktif. Pendekatan yang digunakan memadukan metode partisipatif, *co-creation*, dan pendampingan berkelanjutan sehingga setiap langkah penyelesaian masalah dapat disesuaikan dengan kebutuhan nyata di lapangan. Tahap pertama dimulai dengan observasi, asesmen kebutuhan, dan pemetaan permasalahan melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus, serta pemetaan rantai produksi dan kapasitas sumber daya yang dimiliki mitra. Tahap ini bertujuan mengidentifikasi keterbatasan kompetensi digital, masalah manajemen usaha, dan tantangan dalam branding maupun pemasaran, baik pada mitra produktif maupun non-produktif.

Selanjutnya, pada tahap perancangan solusi, tim menyusun model intervensi berbeda sesuai karakteristik masing-masing mitra. Untuk mitra *Rasa Meulapeh*, fokus diarahkan pada penguatan branding, inovasi proses produksi, digitalisasi pemasaran, dan peningkatan kualitas manajemen usaha berbasis teknologi tepat guna. Sementara itu, pada mitra *Peunajoh Aceh*, pendekatan difokuskan pada pelatihan keterampilan dasar, pemberdayaan ekonomi rumah tangga, serta pendampingan intensif untuk mengatasi hambatan literasi digital dan rendahnya kapasitas produksi. Kedua mitra mendapatkan desain program yang disesuaikan sehingga solusi dapat diimplementasikan secara efektif, efisien, dan berkelanjutan.

Pada tahap implementasi, kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan, workshop, praktik langsung, pendampingan produksi, serta penerapan teknologi yang relevan. Mitra *Rasa Meulapeh* mendapatkan pelatihan visual branding, fotografi produk, pembuatan konten digital, penguatan manajemen usaha, serta uji coba penerapan sistem digital berbasis blockchain untuk meningkatkan keaslian dan nilai jual produk. Sementara itu, mitra *Peunajoh Aceh* difokuskan pada pelatihan keterampilan dasar produksi pangan, pengenalan manajemen usaha sederhana, pelatihan pemasaran dasar, serta pemanfaatan platform digital untuk promosi awal. Seluruh aktivitas dirancang berbasis praktik lapangan sehingga mitra dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diberikan.

Tahap selanjutnya adalah monitoring, evaluasi, dan pendampingan lanjutan. Monitoring dilakukan secara berkala untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi perubahan kapasitas mitra, serta menilai kendala yang muncul selama penerapan solusi. Evaluasi dilakukan dengan menilai peningkatan kompetensi mitra, kualitas produk, konsistensi branding, efektivitas media digital, serta pertumbuhan ekonomi pada kedua mitra. Pendampingan lanjutan kemudian diberikan untuk memastikan keberlanjutan program, termasuk penyusunan rencana bisnis sederhana, pembuatan kalender produksi, tata kelola media sosial, dan finalisasi branding untuk kedua mitra. Tahap ini juga mencakup penyiapan strategi keberlanjutan jangka panjang melalui pembentukan kelompok kerja, pemanfaatan jejaring komunitas, dan penyediaan materi pembelajaran mandiri bagi mitra.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan program ini dirancang agar mampu memberikan transformasi nyata bagi kedua mitra sesuai konteks dan kebutuhannya masing-masing, sekaligus memperkuat kemandirian usaha, meningkatkan kualitas branding, dan mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi tepat guna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pelaksanaan program "*Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain untuk Pelestarian Warisan Budaya dan Penguatan Ekonomi Kreatif Pidie*" menghasilkan berbagai capaian yang berkaitan langsung dengan tujuan program, yaitu meningkatkan kemampuan digital pengrajin, memperkuat identitas visual Kupiah Meukutop, serta menghadirkan sistem autentikasi berbasis blockchain sebagai inovasi pelestarian budaya. Hasil-hasil tersebut dipaparkan pada beberapa aspek berikut.

1. Peningkatan Kapasitas Digital dan Kompetensi Branding Mitra

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa pengrajin mengalami peningkatan kemampuan dalam memahami unsur dasar visual branding, seperti logo, warna, tipografi, kemasan, serta teknik penyajian produk melalui fotografi digital. Mitra mampu membuat desain sederhana menggunakan aplikasi desain yang sebelumnya tidak pernah

digunakan. Peningkatan kemampuan ini memperlihatkan perubahan signifikan pada literasi digital pengrajin, dari yang sebelumnya sangat terbatas menjadi cukup mampu beradaptasi dengan tuntutan pemasaran modern.

Pembahasan hasil ini menunjukkan kesesuaian dengan temuan Abdullah & Rahman (2021), yang menekankan bahwa transformasi digital pada industri kerajinan tradisional only dapat berjalan efektif apabila pelatihan diberikan melalui pendekatan praktik langsung dan *co-creation*, sebagaimana diterapkan dalam program ini. Keberhasilan peningkatan keterampilan ini juga sejalan dengan konsep pemberdayaan komunitas berbasis teknologi (Lubis & Setiawan, 2021), yang menekankan bahwa peningkatan kapasitas harus dimulai dari pemahaman teknologi yang paling dasar terlebih dahulu.

2. Pengembangan Desain Logo dan Identitas Visual KUPIAH Meukutop 4.0

Program berhasil menghasilkan desain identitas visual baru berupa logo, pola motif, dan standar warna yang menggabungkan unsur budaya Aceh dengan gaya modern minimalis. Hasil rancangan ini langsung digunakan oleh mitra pada kemasan baru dan materi promosi digital. Identitas visual yang konsisten ini memberikan dampak signifikan terhadap persepsi profesionalisme dan nilai estetika produk.

Dari sisi pembahasan, keberhasilan ini sesuai dengan penelitian Santoso & Handayani (2021) yang menekankan bahwa branding visual yang kuat mampu meningkatkan nilai persepsi dan daya saing produk UMKM. Penguatan identitas visual juga berpengaruh terhadap kemampuan produk memasuki pasar ekonomi kreatif yang lebih luas, sebagaimana ditegaskan oleh Ariyanti & Putra (2020) dalam kajian mereka mengenai branding budaya lokal.

3. Implementasi Sistem Blockchain Traceability pada Produk Mitra

Salah satu capaian utama program adalah keberhasilan uji coba sistem blockchain berbasis QR Code pada 20 produk KUPIAH Meukutop. Sistem ini memuat informasi pengrajin, motif, lokasi produksi, serta nomor seri produk. Implementasi ini menjadi langkah awal dalam menjaga autentisitas dan mencegah pemalsuan produk budaya.

Pembahasan terhadap hasil ini relevan dengan temuan Bakar (2022), yang menegaskan bahwa blockchain merupakan teknologi yang efektif untuk melestarikan warisan budaya melalui pencatatan yang tidak dapat diubah (*immutable record*). Program ini juga memperkuat konsep transparansi rantai nilai (*value chain transparency*) dalam ekonomi kreatif sebagaimana diulas Yuliana & Hasan (2023). Hasil uji coba menunjukkan bahwa sistem ini mudah digunakan oleh mitra setelah dilakukan pendampingan intensif, sekaligus membuka peluang pengembangan sistem yang lebih komprehensif di masa mendatang.

4. Peningkatan Aktivitas Promosi Daring dan Penguatan Jejaring Ekonomi Kreatif

Setelah pelatihan dan pendampingan, mitra mulai aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, untuk melakukan promosi visual. Aktivitas unggahan, dokumentasi proses pembuatan produk, serta penyajian foto berestetika meningkat tajam. Konten visual hasil pendampingan secara langsung meningkatkan interaksi akun mitra dan menarik perhatian konsumen lokal.

Dalam pembahasan, hasil ini sejalan dengan teori pemasaran digital yang menekankan bahwa konsistensi konten visual menjadi faktor utama dalam menarik perhatian konsumen dan membangun kepercayaan (Darwis & Munandar, 2020). Selain itu, praktik ini juga mendukung model *community-based creative economy* (Rahmadani & Yusuf, 2022), di mana penguatan jejaring online menjadi kunci keberlanjutan UMKM berbasis budaya.

5. Dampak Sosial-Budaya terhadap Pelestarian Warisan Lokal

Program menunjukkan dampak positif tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga terhadap pelestarian nilai budaya Kupiah Meukutop. Pengrajin menyatakan bahwa proses dokumentasi motif, filosofi, dan identitas budaya dalam desain branding memberikan pemahaman baru tentang pentingnya menjaga nilai budaya Aceh di tengah perkembangan digital.

Pembahasan hasil ini sejalan dengan UNESCO (2020), yang menekankan bahwa digitalisasi warisan budaya tidak hanya melindungi elemen tradisional, tetapi juga membantu generasi muda mengenali dan melestarikan identitas budaya. Integrasi budaya dalam visual branding

juga berkontribusi terhadap revitalisasi seni tradisional melalui pendekatan modern.

6. Refleksi Keterbatasan dan Pembelajaran Program

Meskipun capaian program cukup signifikan, terdapat kendala seperti keterbatasan jaringan internet, rendahnya literasi digital awal, serta padatnya jadwal produksi pengrajin. Kendala ini mengakibatkan beberapa sesi pendampingan harus dijalankan secara bertahap dan fleksibel. Namun, pendekatan adaptif terbukti efektif mengatasi keterbatasan tersebut.



Gambar 1. Tim Pengabdian Program Inovasi Seni Nusantara



Gambar 2. Sosialisasi awal dengan Mitra Pengabdian



Gambar 3. Pemaparan Visual Branding Kupiah Meukeutop

B. Pembahasan

Pelaksanaan program “Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain untuk Pelestarian Warisan Budaya dan Penguatan Ekonomi Kreatif Pidie” menunjukkan bahwa pendekatan terpadu antara penguatan identitas visual, peningkatan kapasitas literasi digital, dan penerapan teknologi blockchain relevan untuk menjawab persoalan klasik pengrajin warisan budaya di era ekonomi kreatif 4.0. Hasil kegiatan memperlihatkan bahwa problem utama yang sebelumnya dihadapi pengrajin—yakni lemahnya branding, minimnya promosi digital, serta ketiadaan sistem autentikasi—dapat mulai teratasi ketika intervensi tidak hanya berfokus pada aspek produksi, tetapi juga pada dimensi narasi budaya dan sistem penjaminan keaslian produk.

Peningkatan kemampuan pengrajin dalam memahami dan mengaplikasikan unsur-unsur visual branding (logo, warna, tipografi, fotografi produk, dan kemasan) memperkuat temuan Abdullah & Rahman (2021) bahwa transformasi digital industri kerajinan tradisional mensyaratkan proses pendampingan yang bersifat praktik langsung dan kolaboratif. Dalam konteks Kupiah Meukutop, pelatihan yang dirancang berbasis praktik dan co-creation memungkinkan pengrajin tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek yang terlibat dalam perumusan identitas visual produknya. Hal ini sejalan dengan pendekatan pemberdayaan berbasis teknologi yang menekankan peningkatan kapasitas dari level paling dasar sebelum melangkah ke tahapan inovasi yang lebih kompleks (Lubis & Setiawan, 2021). Dengan demikian, perubahan literasi digital pengrajin—dari yang semula terbatas menjadi lebih adaptif—dapat dipandang sebagai prasyarat penting bagi penguatan daya saing di pasar digital.

Pengembangan logo, pola motif, dan standar warna Kupiah Meukutop 4.0 yang menggabungkan simbol budaya Aceh dengan pendekatan desain minimalis modern memperkuat argumen bahwa identitas visual merupakan elemen kunci dalam meningkatkan persepsi nilai produk UMKM (Santoso & Handayani, 2021). Integrasi motif tradisional dalam rancangan branding baru sekaligus menunjukkan bahwa modernisasi visual tidak harus menghilangkan kearifan lokal, melainkan dapat menjadi sarana reartikulasi identitas budaya agar lebih

komunikatif di mata generasi muda dan konsumen global. Temuan ini selaras dengan Ariyanti & Putra (2020) yang menekankan bahwa penguatan identitas visual berbasis budaya lokal mampu memperluas segmentasi pasar dan meningkatkan posisi tawar produk budaya di ekosistem ekonomi kreatif.

Implementasi awal sistem blockchain traceability pada 20 produk Kupiah Meukutop melalui pemanfaatan QR Code menjadi kontribusi penting program ini dari sisi inovasi teknologi. Pencatatan informasi pengrajin, motif, lokasi produksi, dan nomor seri produk dalam sistem yang bersifat immutable mendemonstrasikan potensi blockchain sebagai instrumen pelindung keaslian produk budaya, sebagaimana digarisbawahi oleh Bakar (2022). Di satu sisi, sistem ini menjawab persoalan maraknya imitasi dan pemalsuan yang mengancam nilai warisan budaya; di sisi lain, ia membangun transparansi rantai nilai (value chain transparency) yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen (Yuliana & Hasan, 2023). Namun, sebagai prototipe awal, penerapan blockchain masih dibatasi oleh jumlah produk dan kapasitas teknis mitra, sehingga ke depan diperlukan penguatan infrastruktur serta kolaborasi lebih luas dengan pemangku kepentingan (pemerintah daerah, marketplace, dan komunitas diaspora Aceh) untuk skalabilitas sistem.

Peningkatan aktivitas promosi daring melalui media sosial, khususnya Instagram, mengindikasikan bahwa pengrajin mulai memahami pentingnya konten visual yang konsisten dan berkualitas sebagai sarana komunikasi merek. Peningkatan intensitas unggahan, dokumentasi proses produksi, dan narasi budaya di balik Kupiah Meukutop memperkuat temuan Darwis & Munandar (2020) bahwa konsistensi konten visual merupakan faktor sentral dalam membangun kepercayaan konsumen di pasar digital. Dalam perspektif ekonomi kreatif berbasis komunitas, perubahan ini menandai pergeseran dari pola pemasaran pasif menjadi strategi komunikasi yang lebih proaktif dan terencana, sebagaimana ditekankan Rahmadani & Yusuf (2022) terkait pentingnya jejaring digital dalam menopang keberlanjutan UMKM berbasis budaya.

Dari perspektif sosial-budaya, program ini tidak hanya menghasilkan output teknis berupa logo, kemasan, dan sistem

blockchain, tetapi juga mendorong penguatan kesadaran pengrajin terhadap nilai filosofis Kupiah Meukutop. Proses pendokumentasian motif, cerita, dan simbolisme budaya ke dalam elemen branding membantu pengrajin memaknai kembali produknya bukan sekadar komoditas, tetapi sebagai representasi identitas Aceh yang perlu dijaga keberlanjutannya. Hal ini selaras dengan pandangan UNESCO (2020) bahwa digitalisasi warisan budaya dapat berfungsi sebagai sarana perlindungan sekaligus edukasi lintas generasi. Dengan demikian, visual branding dan blockchain di sini tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran dan autentikasi, tetapi juga sebagai medium “arsip digital” bagi memori kolektif budaya.

Meski demikian, program ini masih menghadapi sejumlah keterbatasan. Keterbatasan infrastruktur jaringan internet, rendahnya literasi digital awal, serta padatnya jadwal produksi pengrajin menyebabkan beberapa sesi pelatihan dan pendampingan harus disesuaikan secara fleksibel. Secara metodologis, hal ini berdampak pada variasi tingkat adopsi teknologi di antara mitra—ada yang cepat beradaptasi, namun ada pula yang memerlukan pendampingan lebih intensif. Selain itu, uji coba blockchain yang masih terbatas pada 20 produk membuat evaluasi dampak ekonominya belum dapat dilakukan secara komprehensif. Keterbatasan-keterbatasan ini menjadi catatan penting bagi program lanjutan, terutama kebutuhan penguatan model pendampingan berjenjang, penyediaan modul belajar mandiri, serta integrasi program dengan ekosistem pendukung lain seperti inkubator bisnis dan komunitas teknologi lokal.

Secara konseptual, hasil program ini memberikan beberapa implikasi. Pertama, pengembangan branding dan autentikasi digital untuk produk warisan budaya sebaiknya dipandang sebagai proses jangka panjang yang menggabungkan dimensi teknis, budaya, dan ekonomi secara simultan. Kedua, kolaborasi lintas disiplin—antara desain, teknologi informasi, ilmu budaya, dan ilmu ekonomi—terbukti krusial untuk menghasilkan solusi yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga kokoh secara sistem dan bermakna secara budaya. Ketiga, pengalaman ini dapat menjadi model replikasi bagi produk budaya lain di Aceh maupun daerah lain di Indonesia, dengan penyesuaian konteks lokal, jenis kerajinan, dan kapasitas komunitas.

Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0 berbasis blockchain bukan sekadar inovasi estetika dan teknologi, tetapi merupakan strategi komprehensif untuk menghubungkan pelestarian warisan budaya dengan penguatan ekonomi kreatif daerah. Program ini menunjukkan bahwa ketika pengrajin diberi ruang untuk berpartisipasi aktif, didukung oleh teknologi yang relevan dan sensitif terhadap konteks budaya, maka transformasi menuju ekosistem ekonomi kreatif digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan menjadi semakin mungkin diwujudkan.

KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat “*Visual Branding Kupiah Meukutop 4.0: Blockchain untuk Pelestarian Warisan Budaya dan Penguatan Ekonomi Kreatif Pidie*” telah mencapai hasil yang sejalan dengan tujuan dan target kegiatan. Program ini berhasil meningkatkan kapasitas pengrajin dalam memahami dan menerapkan konsep visual branding modern berbasis kearifan lokal, memperkuat kemampuan pemasaran digital, serta memperkenalkan teknologi blockchain sebagai sistem autentikasi untuk menjaga nilai keaslian Kupiah Meukutop. Capaian ini ditunjukkan melalui terselesaikannya desain logo dan kemasan baru, implementasi awal sistem blockchain pada produk uji coba, meningkatnya literasi digital mitra, dan peningkatan aktivitas promosi online secara signifikan. Selain itu, program ini turut memberikan dampak positif pada pelestarian warisan budaya Aceh melalui penguatan identitas visual yang lebih profesional dan relevan dengan kebutuhan pasar. Pendampingan yang dilakukan secara intensif melalui pelatihan dan praktik langsung juga telah meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian mitra dalam mengembangkan produk serta mengelola usaha kreatif secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya berhasil memenuhi target luaran yang direncanakan, tetapi juga memberikan fondasi kuat bagi keberlanjutan inovasi seni budaya dan penguatan ekonomi kreatif lokal berbasis teknologi tepat guna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Sains, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemensaitek) atas dukungan pendanaan dan fasilitas yang diberikan sehingga program pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Penghargaan yang setinggi-tingginya juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Jabal Ghafur yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta pendampingan administratif selama proses pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada para dosen Universitas Jabal Ghafur yang terlibat dalam tim pelaksana atas kontribusi akademik, pendampingan teknis, serta komitmen dalam memastikan keberhasilan program. Tidak lupa, apresiasi mendalam diberikan kepada mahasiswa peserta kegiatan yang telah bekerja secara aktif dalam observasi, pelatihan, dokumentasi, dan pendampingan mitra sehingga seluruh rangkaian aktivitas dapat berjalan efektif dan mencapai hasil optimal. Semoga kerja sama ini terus berlanjut dalam upaya penguatan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal di Kabupaten Pidie.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, M., & Rahman, S. (2021). *Digital transformation in traditional craft industries: Opportunities and challenges in Southeast Asia*. *Journal of Creative Economy Studies*, 5(2), 112-124.
- Ariyanti, R., & Putra, D. (2020). *Penguatan identitas visual pada UMKM berbasis kearifan lokal*. *Jurnal Desain dan Budaya*, 4(1), 45-58.
- Bakar, A. (2022). *Blockchain adoption for cultural heritage preservation*. *International Journal of Heritage Technology*, 3(1), 21-34.
- Darwis, H., & Munandar, A. (2020). *Branding strategy for local cultural products in digital markets*. *Journal of Marketing and Culture*, 6(3), 77-89.
- Harian Aceh. (2023, September 14). *Pengrajin Kupiah Meukutop kesulitan pemasaran di era digital*. *Harian Aceh Digital*. <https://www.harianaceh.co>
- Lubis, M., & Setiawan, R. (2021). *Penerapan teknologi tepat guna pada UMKM kerajinan tradisional*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(4), 211-220.

- Rahmadani, S., & Yusuf, M. (2022). *Peran ekonomi kreatif dalam pelestarian budaya lokal*. Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia, 7(2), 98–110.
- Santoso, B., & Handayani, T. (2021). *Visual branding implementation in micro-enterprises: Case studies from Indonesia*. Jurnal Komunikasi Visual, 8(1), 55–66.
- UNESCO. (2020). *Safeguarding traditional crafts in digital era*. UNESCO Cultural Heritage Report.
- Yuliana, E., & Hasan, T. (2023). *Blockchain-based product authenticity verification for local SMEs*. Journal of Digital Innovation, 9(2), 134–150. ed.); 1st ed.). Prenada Media Group