
Pendampingan Pembuatan Logo dan Kemasan produk UMKM di Desa Pengujan

Armansyah¹, Anggia Sekar Putri², Eko Murti Saputra³, Marsudi⁴, Yuriyanto⁵

^{1,2,3,4,5} Prodi Manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang

E-mail: manchah494@gmail.com, anggiasekarputri@gmail.com

Article History:

Received: 01 Juli 2024

Revised: 23 Juli 2024

Accepted: 01 Agustus 2024

Keywords: *Pendampingan, UMKM, Logo, Kemasan, Identitas Produk*

Abstract: *Desa Pengujan merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Bintan yang memiliki beberapa usaha rumahan. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan saat membeli suatu produk adalah berdasarkan identitas produknya. Penjualan yang meningkat dapat didukung dengan logo dan kemasan yang menarik agar dapat dipasarkan lebih luas. Oleh karena itu, pemahaman tentang kemasan dan desain logo sangat diperlukan. Untuk membantu UMKM Desa Pengujan dalam memperbaiki identitas produknya, dilakukan pendampingan dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan diskusi. Analisa yang dilakukan berupa program pengenalan logo dan kemasan produk. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada UMKM Desa Pengujan tentang pentingnya peran logo dan kemasan.*

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu wujud Tridharma Perguruan Tinggi. Tridharma sendiri terdiri dari, Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada Masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Lokasi yang dijadikan tempat kegiatan adalah di Desa Pengujan. Desa pengujan merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Teluk Bintan, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia dengan luas ± 4.973 Ha. Jumlah penduduk sebanyak ± 1.436 jiwa. Desa pengujan terbagi menjadi 2 wilayah, yaitu selat 1 dan selat 2, yang mana 2 wilayah tersebut dihubungkan oleh jembatan. Desa pengujan terdiri dari tiga dusun, yaitu Dusun 1, Dusun 2 dan Dusun 3. Dusun 1 dan Dusun 2 terletak di Selat 1. Sedangkan Dusun III terletak di Selat 2. Desa pengujan terdapat 3 Rukun Warga (RW) dan 8 Rukun Tetangga (RT). Dusun 1 terdiri dari 3 RT yaitu RT 01, 03 dan 08, sedangkan Dusun 2 terdiri dari RT 02, 07 dan 04. Dusun 3 terdiri dari RT 05 dan 06.

Terdapat beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Pengujan. UMKM merupakan bisnis yang memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian baik dari sisi jumlah lapangan pekerjaan maupun dari sisi bisnis yang diciptakan. UMKM dapat memaksimalkan penjualan dan memperkenalkan produknya secara luas dengan cara membranding hasil produknya sendiri yaitu dengan adanya logo yang dapat dikenal oleh masyarakat dan penggunaan kemasan yang menarik.

Adapun yang menjadi permasalahan pada UMKM Desa Pengujan adalah masih ada beberapa usaha yang belum memiliki logo dan masih ada beberapa usaha yang menggunakan kemasan yang masih sederhana. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman mereka mengenai pentingnya peran logo dan kemasan dalam membantu meningkatkan kualitas usaha produk mereka. Padahal logo sendiri memiliki manfaat dalam menentukan identitas produk dan pembeda antara usahanya dengan para pesaingnya yang lain. Merek memberikan tanda mengenai sumber produk serta melindungi konsumen maupun produsen dari pesaing yang berusaha memberikan produk-produk yang tampak identik (Wasito, 2023). Merek terbaik akan selalu eksis dan selalu berusaha melakukan hal yang baik dan benar sehingga reputasi merek tersebut tetap terjaga. *Branding* sangat diperlukan pada zaman ini dikarenakan berjalannya waktu desain semakin berkembang di dunia kita, bahkan desain selalu melekat kepada hal-hal yang kita jumpai dalam kehidupan kita sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari pengabdian ini adalah UMKM Desa Pengujan mendapat pendampingan terkait pengenalan dan pembuatan logo serta alternatif kemasan yang inovatif agar dapat dikenal baik. Setelah mengevaluasi dari identifikasi masalah-masalah yang terdapat pada usaha di Desa Pengujan maka kami menyusun rencana pemecahan masalah yang terjadi yaitu kami akan mengadakan sosialisasi dan edukasi tentang pengenalan logo dan kemasan kepada pelaku usaha di Desa Pengujan.

KAJIAN PUSTAKA

Pendampingan

Pendampingan UMKM dapat diartikan secara luas yaitu sebagai sebuah upaya membantu, mengarahkan dan mendukung terhadap individu/kelompok UMKM melalui perumusan masalah, merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi dalam pengembangan usahanya (Sihombing, 2018). Dalam petunjuk teknis yang dimaksud dengan pendampingan adalah kegiatan yang dilakukan oleh pendamping dalam rangka pemberdayaan UMKM dalam melaksanakan kegiatan usaha. Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah program bimbingan dan pembinaan yang diberikan kepada para pelaku usaha yang beroperasi pada skala mikro, kecil, dan menengah. Program ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka dan meningkatkan keuntungan yang diperoleh.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi (Mas'udah et al., 2022). UMKM ini memiliki tujuan untuk memperluas lapangan pekerjaan serta memberi pelayanan ekonomi kepada masyarakat secara luas. Dengan kata lain UMKM adalah kelompok usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, rumah tangga, maupun juga badan usaha kecil (Mu'azamsyah dkk, 2023).

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (Tanan & Dhamayanti, 2020). Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau.
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Logo

Logo merupakan suatu gambar atau hanya sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo merupakan identitas perusahaan, lembaga ataupun usaha yang dikelola oleh perseorangan yang menggambarkan citra dari si pemilik perusahaan tersebut (Fauziah, n.d.). Kekuatan logo mampu menjadi penguat yang sangat kuat di benak konsumen atau publik terhadap perusahaan atau lembaga tersebut. Jadi penggunaan sebuah logo pada produk atau kemasan produk akan membantu konsumen mengingat produk kita lebih mudah

Kemasan

Kemasan adalah wadah yang digunakan untuk mengemas atau membungkus produk dan dapat meningkatkan nilai serta fungsi sebuah produk. Tjiptono (Mas'udah et al., 2022) menyatakan bahwa pemberian kemasan pada produk memiliki beberapa tujuan, yaitu (a) pelindung isi (*protection*); (b) memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operation*); (c) bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*); (d) memberi daya tarik (*promotion*) berupa aspek artistik, warna, bentuk, dan desain; (e) sebagai salah satu identitas produk (*image*); (f) memudahkan proses distribusi (*shipping*); dan (g) dapat memberikan informasi (*labelling*) yang menyangkut isi, pemakaian, kualitas, dan sebagai cermin dalam inovasi produk. Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi pola beli konsumen bagaimana desain kemasan memiliki latar gambar kemasan yang menarik, begitu juga dengan warna kemasan dan font yang digunakan yang berguna untuk mendorong minat belanja konsumen.

METODE

Rancangan Kegiatan

Metode Pendampingan

1. Kegiatan Sosialisasi
Sosialisasi merupakan proses penanaman kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Dalam metode ini kami memberikan sosialisasi berupa materi tentang logo dan kemasan yang inovatif kepada pelaku usaha di Desa Pengujan.
2. Kegiatan Diskusi
Diskusi adalah pertemuan di antara sekelompok orang yang bertujuan untuk bertukar pandangan mengenai masalah yang sedang dihadapi, dengan tujuan akhir mencari solusi untuk menjawab permasalahan tersebut bersama-sama. Dalam metode ini, pelaku usaha berkesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang sedang dihadapi dalam memasarkan dan menjual produknya. Kemudian pelaku usaha mendiskusikan terkait pembuatan logo dan kemasan yang sesuai dengan usaha mereka.

Pendataan Permasalahan

- 1) Permasalahan dari segi logo
Pelaku usaha di Desa Pengujan banyak yang tidak belum memiliki logo pada usahanya. Dari hasil wawancara pada saat melakukan survei alasan pelaku usaha tidak menggunakan logo pada produknya adalah kurang memahami dan tidak memahami fungsi logo dalam usahanya.
- 2) Permasalahan dari segi kemasan
Kemasan yang digunakan para pelaku usaha di Desa Pengujan untuk melindungi atau membungkus produk yang dihasilkan masih terbatas hanya seadanya saja. Hal ini akan berakibat pada kerusakan produk itu sendiri sehingga dapat mudah berbau, berjamur ataupun produk akan mudah kotor

Teknik Pemecahan Masalah

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan kepada para pelaku usaha terkait dengan persetujuan oleh pemilik usaha di Desa Pengujan:

- 1) Tahap Persiapan
Tahap awal ini kami melaksanakan survei terlebih dahulu kepada pelaku usaha di Desa Pengujan dan setelah itu kami melakukan pendataan dan wawancara agar kami mengetahui apa saja yang perlu kami bantu untuk pelaku usaha di Desa Pengujan tersebut.
- 2) Tahap Pelaksanaan
Pada tahap ini setelah melakukan survei, kami ini membantu pelaku usaha di Desa Pengujan dengan cara mensosialisasikan mengenai logo dan kemasan. Kemudian membuat logo dan memberikan contoh kemasan yang sesuai dengan produk masing-masing pelaku usaha.
- 3) Tahap Akhir
Pada tahap ini kami memberikan hasil logo dan membuatkan plang nama usaha kepada pelaku usaha. Mensosialisasikan kepada para pelaku usaha di Desa Pengujan tentang pengenalan logo dan cara memilih kemasan yang menarik.

Realisasi Pemecahan Masalah

- 1) Pendampingan
Tanggal 01 – 31 Oktober 2023 dilaksanakan kunjungan ke UMKM Desa Pengujan untuk diskusi dan mengidentifikasi terkait permasalahan yang dihadapi. Tanggal 03 November 2023 dilaksanakan penyerahan logo dan spanduk usaha yang telah disepakati.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Kegiatan	Tanggal
1	Mengidentifikasi permasalahan UMKM	1- 08 Oktober 2023
2	Memberikan Sosialisasi Logo dan Kemasan kepada UMKM	15 Oktober 2023
3	Membuat Desain Logo	20 - 28 Oktober 2023
4	Memberikan Logo terbaru pada kemasan produk	03 November 2023
5	Evaluasi kegiatan	17 November 2023

2) Program

Mengadakan sosialisasi di Balai Desa kemudian pelaksanaan diskusi dilaksanakan di rumah masing-masing para pelaku usaha di Desa Pengujan tentang pembuatan logo dan pemilihan kemasan. Memberikan hasil logo dan spanduk usaha kepada UMKM Desa Pengujan.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha (UMKM) yang ada di Desa Pengujan yang terdiri dari 6 UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian Hasil penelitian yang kami lakukan selama melaksanakan kegiatan KKN adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Sosialisasi Logo dan Kemasan



Gambar 2 Diskusi Logo dan Kemasan



Gambar 3 Logo Usaha RM. Seafood



Gambar 3 Spanduk Usaha RM. Seafood



Gambar 4 Logo Usaha Kedai Sarapan



Gambar 4 Spanduk Usaha Kedai Sarapan



Gambar 5 Logo Usaha Kerupuk Ikan Gambar 6 Logo Usaha Nugget Ikan Gambar 7 Logo Usaha Warung Makan



Gambar 8 Spanduk Usaha Warung Sembako Gambar 9 Spanduk Usaha Warung Makan

Pembahasan

Kegiatan pendampingan pada UMKM Desa Pengujan dilakukan dengan cara sosialisasi pengenalan logo dan kemasan seperti pada Gambar 1 kemudian dilaksanakan diskusi kerumah pelaku usaha terkait pembuatan logo dan pemilihan kemasan seperti Gambar 2. Pada Gambar 3 hingga Gambar 9 adalah logo dan spanduk usaha yang telah kami buat untuk pelaku usaha di Desa Pengujan. Pada kegiatan pembuatan logo pada usaha yang ada di Desa Pengujan ini dengan cara berdiskusi secara langsung dengan pelaku usaha untuk menyesuaikan logo yang dengan usahanya. Logo tersebut diberikan kepada pelaku usaha sebanyak 30 logo yang telah dicetak dan mengirimkan softcopy logo tersebut kepada masing-masing pelaku usaha. Penjelasan dan pemberian materi kepada pelaku usaha menggunakan hardcopy dan softcopy. Penggunaan hardcopy bertujuan untuk menjelaskan pada saat sosialisasi di Balai Desa Pengujan dan penggunaan softcopy untuk mempermudah pelaku usaha yang akan membaca kembali materi yang telah diberikan. Dengan 70% topik pembahasan tentang logo dan 30% topik pembahasan tentang kemasan. Kemudian berdasarkan hasil evaluasi kegiatan yang telah dilaksanakan pelaku usaha memberikan tanggapan yang positif terkait materi dan logo yang telah dibuat.

KESIMPULAN

Pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi UMKM Desa Pengujan terkait pengenalan dan pembuatan logo serta alternatif kemasan yang inovatif agar dapat dikenal baik. Hasil survei kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa beberapa UMKM Desa Pengujan masih belum memiliki logo karena kurangnya pemahaman terkait peran logo dan cara pembuatan logo itu sendiri.

Dari kegiatan pendampingan UMKM ini maka pelaku usaha dapat menyadari dan menjadi lebih paham tentang pentingnya logo dan kemasan dalam sebuah branding produk atau usaha. Adapun evaluasi keberhasilan dari program pendampingan ini yakni pelaku usaha merasa senang dengan hasil logo yang telah melalui proses revisi dan akhirnya mendapatkan kesepakatan hingga berhasil ditempelkan pada produknya. Mereka mengaku bahwa tidak bisa membuat logo sendiri yang menarik dan jika menggunakan jasa percetakan maka akan keluar biaya lagi sehingga dengan adanya program pendampingan ini mereka merasa terbantu.

DAFTAR REFERENSI

- Fauziah, A. (n.d.). *E-ISSN: 2614-1035, P-ISSN: 2614-1027 Available online at: <http://ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/eps>*. 1(1), 14–17.
- Mas'udah, K. W., Wuryandari, Y., Nathania, Y., Andriani, N., Zhalsabilla, R. Y., Zakqy, N., & Pratama, P. (2022). Pendampingan UMKM dalam Meningkatkan Branding dan Legalitas di Desa Pulosari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 185–197.
- Mu'azamsyah dkk. (2023). Pendampingan Branding Packaging Dan Digital Marketing Pada Kerupuk Atom Khas Desa Pengudang. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89.
- Sihombing, N. L. N. (2018). Model Pendampingan UKM di Kota Tangerang Selatan. *Sembadha*, 01(01), 84–90.
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam Pengelolaan Keuangan Usaha Guna Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Distrik Abepura Jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i2.408>
- Wasito, W. (2023). Pendampingan Umkm Aneka Kripik Melalui Pembuatan Logo Dan Penggunaan Media Online. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 52–64. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1653>