

Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Design Logo Bagi Pelaku UMKM Desa Pambotanjara di Kecamatan Kota Waingapu

Gilberth Mardinand Elo*¹, Tri Wulandari Soba*², Melani Rosalia Malo*³, Desy Arysanti Ndapa Huda*⁴, Sovia Jera Ana Mbunga*⁵, Sisilia Wati Tamu Ina*⁶, Sifra Varah V. Lena*⁷

Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba

e-mail: *varahlenna@gmail.com

Abstract

MSMEs in Pambotanjara are the backbone of income in the village apart from crops and livestock. But on the other hand, the challenges that are not easy for MSMEs to face, especially Pambotanjara Village. Many problems and obstacles for MSMEs in developing their role in competing and differentiating the products they sell. Therefore it is necessary to carry out community service activities (PKM) to overcome them. PKM activities have been carried out for MSME actors who are members of the Joint Business Group (KUBE) in Pambotanjara Village. This logo making training uses the linear strategy method because the sequence at the design stage is simple and the components are relatively well understood. There are five steps that must be carried out to be able to develop a brand identity by creating a logo, the stages of this method include (1) Recognizing the characteristics of your own product or business profile (2) Gathering information (3) Designing (4) Making a Logo (5) Implementation. The method of activity for the UMKM logo making facility is (1) providing material regarding the logo (2) conducting a product survey (3) determining various aspects of making a logo (4) the process of making a logo which is carried out by discussing with the business owner to produce a product logo with the product name, (5) manufacture of supporting media.

Keywords: *Pambotanjara, Training, SMEs, Brand, Logo.*

Abstrak

UMKM di Pambotanjara merupakan tulang punggung penghasilan di desa tersebut selain dari hasil bumi dan ternaknya. Tapi disisi lain tantangan yang tidak mudah dihadapi UMKM terkhusus Desa Pambotanjara. Banyak permasalahan dan kendala bagi UMKM dalam mengembangkan perannya dalam bersaing dan membedakan produk yang dijualnya. Oleh karena itu perlu dilakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) untuk mengatasinya. Kegiatan PKM telah dilaksanakan kepada para pelaku UMKM yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Desa Pambotanjara. Pelatihan pembuatan logo ini menggunakan metode *linear strategy* karena urutan pada tahapan perancangan yang sederhana dan relatif sudah dipahami komponennya. Ada lima tahapan yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan *brand identity* dengan cara membuat sebuah logo, tahap metode ini antara lain (1) Mengenali ciri khas produk atau profil usaha milik sendiri (2) Pengumpulan informasi (3) Perancangan (4) Pembuatan Logo (5) Pengimplementasian. Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (1) pemberian materi mengenai logo (2) melakukan survey produk (3) penentuan berbagai aspek pembuatan logo (4) proses pembuatan logo yang dilakukan dengan diskusi bersama pemilik usaha hingga menghasilkan logo produk dengan nama produk, (5) pembuatan media pendukung.

Kata kunci : *Pambotanjara, Pelatihan, UMKM, Brand, Logo.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang cepat menyebabkan hampir seluruh aktivitas di dunia dilakukan secara *online*. Fenomena tersebut diartikan bahwa terjadi *digitalisasi* dan berdampak besar pada perubahan kebiasaan manusia tak terkecuali aktivitas jual beli. Tidak hanya kegiatan jual beli bahkan banyak para pengusaha yang muncul dengan produk barunya yang disebabkan sistem digitalisasi membuat para pengusaha dapat tetap melakukan bisnisnya tanpa perlu modal yang besar. Banyaknya pelaku usaha menyebabkan ketatnya persaingan aktivitas ekonomi dan meledaknya barang yang sama dipasaran. Hanya dengan sebuah *Brand* seorang pengusaha bisa membedakan dan memperkenalkan produknya ke calon konsumen. *Brand* adalah aset tak berwujud yang berupa rangkuman pengalaman terhadap sebuah entitas. Brand yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan. (Angela Oscario, 2013). Penerapan branding terhadap produk UMKM dapat memudahkan konsumen memilih produk ditengah banyaknya pilihan dan kualitas produk yang tersedia. Penggunaan merek yang tepat pada produk UMKM akan lebih mudah masuk di pasar nasional, sehingga dapat meningkatkan penetrasi (Darmawan, 2019). Desa Pambotanjara merupakan salah satu desa di Kecamatan Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur. Desa Pambotanjara memiliki lokasi strategis karena terletak pada jalur yang dilewati ketika akan berkunjung ke Sumba Tengah, Sumba Barat dan Sumba Barat Daya maupun dari arah sebaliknya. Hal tersebut menjadikan desa Pambotanjara sebagai daerah yang sangat potensial untuk para UMKM menjual produk kepada wisatawan lokal hingga internasional. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangatlah strategis

memberikan dampak yang besar terhadap pembangunan ekonomi Indonesia (Hamsani, dkk., 2020). Banyak permasalahan dan kendala bagi UMKM dalam mengembangkan perannya dalam bersaing dan membedakan produk yang dijual. Berdasarkan permasalahan diatas, pengabdian bermaksud untuk memberikan pelatihan kepada Sebagian kelompok kecil pelaku UMKM di Desa Pambotanjara untuk mengenal apa yang dimaksud dengan *membranding* dan membuat sebuah logo pada produknya dengan harapan dapat membantu UMKM di Desa Pambotanjara agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat dan bisa bersaing dengan produk yang lain. Banyak UMKM di Desa Pambotanjara yang belum memiliki logo bahkan label pada kemasan produk yang dipasarkan. Fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya produk UMKM Desa Pambotanjara yang belum mengemas produknya secara menarik dan hanya menggunakan plastic atau kemasan bening tanpa ada label yang menunjukkan identitas mereka. Dan sedikitnya produk yang mempunyai label di pusat oleh-oleh ataupun toko besar menunjukkan kurangnya kepedulian masyarakat Desa Pambotanjara akan pentingnya sebuah *Brand Identity* pada produknya. Oleh karena itu, rumusan permasalahan dalam kegiatan ini yaitu:

1. Keterbatasan pengetahuan para pelaku UMKM akan *branding* produk.
2. Kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM akan cara membuat logo dan label untuk produknya.
3. Kurangnya kesadaran para pelaku akan pentingnya mempunyai logo sendiri.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di salah satu Rumah Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Desa Pambotanjara. Kegiatan tersebut dilakukan selama satu hari

yaitu pada tanggal 11 Agustus 2022. Kegiatan ini dilakukan disaat *New Normal* diberlakukan di Sumba Timur, maka dari itu kegiatan ini dibatasi jumlah pesertanya. Pelatihan pembuatan logo ini menggunakan metode linear strategy karena urutan pada tahapan perancangan yang sederhana dan relatif sudah dipahami komponennya. Strategi ini sesuai dengan tipe perancangan yang berulang dan tahapannya dimulai setelah tahapan satu diselesaikan baru masuk ke tahap selanjutnya (Herlina, 2020). Ada lima tahapan yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan *brand identity* dengan cara membuat sebuah logo, tahap metode ini antara lain (1) Mengenali ciri khas produk atau profil usaha milik sendiri (2) Pengumpulan informasi (3) Perancangan (4) Pembuatan Logo (5) Pengimplementasian.

Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (1) pemberian materi mengenai logo (2) melakukan survey produk dan berdiskusi dengan para pelaku UMKM di Desa Pambotanjara untuk mendapatkan nilai-nilai keunikan yang akan di tonjolkan sebagai *brand positioning* dalam pembuatan logo hingga melakukan pemasaran (3) penentuan berbagai aspek pemilihan jenis huruf dan warna dasar dengan mempertimbangkan sifat dan karakteristik filosofi pemilik usaha (4) proses pembuatan logo yang dilakukan dengan diskusi bersama pemilik usaha hingga menghasilkan logo produk dengan nama produk (5) pembuatan media pendukung seperti label, spanduk, dan desain kemasan untuk mempercantik produk saat dipasarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan mulai dari bulan agustus 2022 yang bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Pambotanjara. Kegiatan tersebut diikuti oleh para pelaku UMKM di Desa Pambotanjara. Rangkaian

kegiatan yang telah dilaksanakan dalam pengabdian masyarakat sosialisasi dan pendampingan pembuatan desain logo adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

Pihak pengabdian mengurus izin dan koordinasi untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pembuatan logo kepada salah satu Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Desa Pambotanjara pada bulan Agustus 2022 bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Pambotanjara. Hasil yang diperoleh yaitu:

- a. Informasi seputaran UMKM di Desa Pambotanjara bahwa banyak produk yang tersebar di masyarakat belum memiliki logo dan label yang khas.
- b. Waktu pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan pembuatan logo akan dilaksanakan pada hari Minggu 11 agustus 2022 bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Pambotanjara. Peserta yang akan hadir terdiri dari para pelaku UMKM di Desa Pambotanjara.
- c. Fasilitas yang dipersiapkan adalah media pembuatan desain berupa Laptop untuk para peserta.

2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan observasi dilakukan pada tanggal 11 agustus 2022 bertempat di di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Pambotanjara. Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (a) pemberian materi mengenai logo (b) melakukan survey produk dan berdiskusi dengan para pelaku UMKM di Desa Pambotanjara untuk mendapatkan nilai-nilai keunikan yang akan di tonjolkan sebagai *brand positioning* dalam pembuatan logo hingga melakukan pemasaran, (c) penentuan berbagai aspek pemilihan jenis huruf dan warna dasar

dengan mempertimbangkan sifat dan karakteristik filosofi pemilik usaha, (d) proses pembuatan logo yang dilakukan dengan diskusi bersama pemilik usaha hingga menghasilkan logo produk dengan nama produk, (e) pembuatan media pendukung seperti label, spanduk, dan desain kemasan untuk mempercantik produk saat dipasarkan.

Adapun penjelasan atas metode yang digunakan yaitu:

- a) Pemberian Materi mengenai Logo
Materi yang telah disiapkan oleh pihak pengabdi akan disampaikan kepada para pelaku UMKM secara langsung. Ada enam tahapan yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan *brand identity* dengan cara membuat sebuah logo. Pada tahap ini hal yang dilakukan antara lain (1) mengenali ciri khas produk atau profil usaha milik sendiri (2) mengumpulkan informasi (3) merancang (4) membuat Logo (5) pengimplementasian. Adapun materi yang disampaikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Materi bagi Peserta

Materi 1	Alasan pentingnya sebuah bisnis harus memiliki Logo
Materi 2	Pengenalan arti, manfaat, dan tujuan sebuah logo diciptakan
Materi 3	Aspek penting yang harus difahami sebelum membuat sebuah logo
Materi 4	Tata cara pembuatan sebuah logo yang baik dan benar

- b) Survey Produk untuk Bahan Pembuatan Logo

Pengabdi melakukan perbincangan dengan para pelaku UMKM dan menanyakan apa yang menjadi produknya dan alasan para UMKM itu menjualnya. Dilanjutkan dengan membahas karakteristik para UMKM dan bagaimana bisnis mereka akan dijalankan. Dari sesi diskusi itu pengabdi memberikan gambaran awal bisnis para peserta akan digambarkan dalam sebuah sketsa yang nantinya akan didesain menjadi sebuah logo.

- c) Mempertimbangkan Aspek dalam pembuatan Logo

Sebelum melakukan pembuatan desain yang dilakukan peserta, pengabdi mengajak peserta untuk lebih mengenal aspek penting dalam pembuatan sebuah logo diantaranya adalah mengenal berbagai arti warna dalam sebuah logo yang bisa memberikan arti atau maksud tertentu terhadap bisnis dan calon konsumen. Kemudian mengenalkan peserta dengan berbagai gaya dan jenis huruf yang layak dan cocok untuk digunakan dengan jenis usaha yang dimiliki peserta.



Gambar 1 Pengenalan logo

d) Proses Pembuatan Logo/Label

Proses pembuatan logo diawali oleh peserta dengan pembuatan sebuah sketsa mengenai produk dan nama usaha peserta. Tidak lupa untuk memikirkan filosofi atas gambar yang mereka buat. Didampingi pengabdi yang membantu memvisualisasikan sketsa peserta dengan mengubahnya menjadi gambar digital dengan bantuan Software Canva. Hasil terlihat seperti gambar 2 dibawah yang menunjukkan logo buatan peserta.



Gambar 2. Logo/Label Usaha Kripik Pisang

3. Penutupan

Kegiatan penutupan dilakukan pada akhir acara dengan agenda pemberian penghargaan berupa sertifikat sebagai bentuk apresiasi kepada peserta sebagai bukti suksesnya pelatihan dapat membuat sebuah logo sendiri untuk produk yang dipasarkan.



Gambar 3. Penutupan kegiatan

KESIMPULAN

Pelatihan dilakukan pada tanggal 11 Agustus 2022 bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Desa Pambotanjara. Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (1) pemberian materi mengenai logo (2) melakukan survey produk dan berdiskusi dengan para pelaku UMKM di Desa Pambotanjara untuk mendapatkan nilai-nilai keunikan yang akan di tonjolkan sebagai *brand positioning* dalam pembuatan logo hingga melakukan pemasaran (3) penentuan berbagai aspek pemilihan jenis huruf dan warna dasar dengan mempertimbangkan sifat dan karakteristik filosofi pemilik usaha (4) proses pembuatan logo yang dilakukan dengan diskusi bersama pemilik usaha hingga menghasilkan logo produk dengan nama produk. Hasilnya para pelaku UMKM di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dapat membuat logo sendiri sebagai *brand identity* produk sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah memberi dukungan moral dan dana terhadap program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Choirul Anam , Alfian Nur Rochman, Achmad Fauzi, Khadafi, S. 2019. *Perancangan Desain Logo "R3 - Viora" sebagai Identitas Baru UKM Viora Collection, Sidoarjo*, Vol 3 , hal 50-59.

Hamsani. 2020. *The Big Five Personality, Pemetaan Kepribadian Pengusaha UMKM Untuk Meningkatkan Inovasi UMKM Di Kota Pangkalpinang*, Hal 1-15.

Jepara, D. I. K. 2017. *Penerapan Branding Pada Ukm Makanan Ringan Di Kabupaten*

Gilberth Mardinand Elo^{*1}, Tri Wulandari Soba^{*2}, Melani Rosalia Malo^{*3}, Desy Arysanti Ndapa Huda^{*4}, Sovia Jera Ana Mbunga^{*5}, Sisilia Wati Tamu Ina^{*6}, Sifra Varah V. Lena^{*7}, Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Design Logo Bagi Pelaku UMKM Desa Pambotanjara di Kecamatan Kota Waingapu

Jepara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 6, Hal 16–23.

Kumalasari, H., Pratiwi, Utami, B. S. 2020. *Brand Identity Untuk Kampung Singkong Salatiga Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek*. Vol 8, Hal 1–9.

Lembaga, F., Masyarakat, P., & Bogor, I. P. 2020. *Peningkatan Kapasitas Pelaku Mikro Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Desa Anggrawati melalui Kegiatan Pendampingan*, Vol 2, Hal 488–492.

Maulida Sari, Setiyana, R. 2020. Sosialisasi Digital Marketing pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, Vol 2, Hal 63

Nurdiarti, Wulandari, Akbar, 2019, *Peningkatan Manajemen Usaha Berbasis Creative*, Vol 3, Hal 127–133.

Oscario, 2013, Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand, *Humaniora*, Vol 4, Hal 191.

Ridwansyah, Widiastuti, 2021, Pengolahan pisang aneka rasa dan digital marketing untuk meningkatkan perekonomian Desa Maro Sebo Kecamatan Jambi, *E-Jurnal Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan*, Vol 10, Hal 151–156.