

Pendampingan Pembuatan Design Logo Produk Usaha UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage Malang Jawa Timur

**Bunyamin¹, Siti Munfaqiroh², Setyawan³, Nunung Nurastuti Utami⁴, Imama
Zuchroh⁵, Triana Murtiningtyas⁶, Kadarusman⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} STIE Malangkecewara Malang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Nunung Nurastuti Utami

E-mail: nunung@stie-mce.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan tentang desain logo produk usaha. Peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak diberikan 23 pemilik UMKM di Kampoeng Kajoetangan Malang. Dari pelatihan tersebut maka peserta meningkatkan kemampuannya dalam pembuatan desain logo yang tepat untuk produk usahanya sehingga usaha UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage menjadi lebih dikenal masyarakat luas sehingga penjualannya meningkat dan usahanya menjadi berkembang.

Kata Kunci – *pendampingan, desain, logo, produk, UMKM*

Abstract

This community service aims to provide assistance on business product logo design. Participants who participated in this activity were given 23 MSME owners in Kampoeng Kajoetangan Malang. From the training, participants improved their ability to create the right logo design for their business products so that the Kampoeng Kajoetangan Heritage MSME business became more widely known to the public so that sales increased and the business grew.

Keywords - *mentoring, design, logo, product, MSMEs*

PENDAHULUAN

Logo mempunyai peran penting dalam produk usaha karena logo adalah wajah dari suatu merek. Melalui logo, masyarakat dapat mengenali jenis produk. Karena itu ada logo harus merepresentasikan entitasnya. Logo adalah bagian dari merek yang sebaiknya berbeda dengan yang lainnya. Logo yang baik sebaiknya mudah terbaca, mudah diingat, mudah dimengerti, terlihat jelas, koheren, tak lekang oleh waktu, dan sederhana sehingga mudah dikenali. Proses penciptaan logo dapat dilakukan oleh setiap orang yang mempunyai kemampuan teknis desain grafis baik yang memiliki latar belakang non akademis maupun akademis, sehingga unsur yang terkandung dalam logo bisa tepat sasaran. (Lubis et al., 2022). Sebuah logo diperoleh maknanya dari suatu kualitas yang disimbolkan, melalui corporate culture, positioning, historis atau aspirasi. Apa yang diartikan atau dimaksudkan adalah lebih penting daripada seperti apa rupanya. Penekanannya pada makna diluar atau dibalik wujud logo itu. (Rustan, 2023). Penggunaan logo yang tepat pada produk UMKM akan lebih mudah masuk di pasar nasional, sehingga dapat meningkatkan penetrasi (Darmawan, 2019). Logo yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan. (Angela Oscario, 2023). Usaha masyarakat UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage memiliki pemahaman yang masih kurang tentang logo, hal ini karena itu perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan desain logo untuk produk mereka.

Kampoeng Kajoetangan (KJT) yang saat ini dikenal dengan Kampoeng Heritage Kajoetangan merupakan salah satu destinasi wisata kota Malang yang sangat menarik. Saat ini, dengan semakin banyaknya turis serta pengunjung yang mengunjungi KJT, masyarakat sekitar semakin banyak yang melihat peluang bisnis sehingga bermunculan UMKM baru. Salah satu program STIE Malang keucwara adalah memberikan pendampingan untuk memetakan bagaimana peluang-peluang bisnis yang mungkin bisa dilakukan oleh masyarakat sekitar KJT. Selain peluang-peluang baru, sudah banyak masyarakat yang mempunyai bisnis yang bersifat 'home industry' seperti kue legendaris oentbjkoek, dimana ada beberapa warga yang sudah mempunyai bisnis ini.

Permasalahan yang Dihadapi:

Tahun 2023, kondisi pandemic sudah selesai, sehingga kondisi kehidupan dan bisnis mulai berjalan normal. Setelah beberapa tahun kondisi bisnis menurun, di tahun 2023 para UMKM memulai lagi bisnis yang sempat turun bahkan terhenti, di tahun 2024 usaha UMKM telah kembali mengalami kemajuan yang besar.

Salah satu permasalahan yang disampaikan oleh UMKM KJT adalah permasalahan peningkatan pemasaran produk mereka, salah satunya adalah pembuatan logo produknya sebagai upaya melejitkan penjualan. Dalam pelaksanaan memasarkan produknya, mayoritas mereka belum memiliki logo untuk produk usahanya

Tujuan diadakannya pelatihan ini :

1. Untuk meningkatkan pengetahuan, kesadaran dan kemampuan para pelaku UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage terkait pentingnya logo dalam penjualan produk.
2. Untuk memberikan wawasan bagaimana tahapan pembuatan logo seperti, design kemasan, slogan, warna, model tulisan, suara dll.
3. Meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui peluang-peluang bisnis yang dimiliki Kampoeng Kajoetangan Heritage.

Sasaran dari kegiatan ini adalah :

1. Pelaku UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage
2. Pengurus manajemen Kampoeng Kajoetangan Heritage

METODE

Tahapan pelaksanaan kegiatan tersebut antara lain :

1. Awal Mei 2024 dilakukan pertemuan awal antara Tim Pengabdian dengan Ketua Kampoeng Kajoetangan Heritage. Tujuan dari pertemuan ini adalah untuk melakukan koordinasi melanjutkan realisasi pengabdian di Kampoeng Kajoetangan Heritage. Pertemuan ini dikawal oleh Kepala LPPM STIE Malangkeucwara yaitu Ibu Dra. Siti Munfaqiroh, M.Si.
2. Pada awal Juni 2024 dilakukan pertemuan kedua untuk membahas mekanisme pelaksanaan dari program ini. Dari pertemuan ini menghasilkan bahwa masyarakat khususnya para pelaku UMKM menginginkan adanya pengetahuan serta wawasan terkait bagaimana membuat dan memperbaiki branding serta logo untuk produk mereka.
3. Pada tgl 13 Juni 2024 adalah pelaksanaan Pendampingan Design Branding dan Logo Produk UMKM Kampoeng Kajoetangan yang didampingi oleh Tim Pengabdian STIE Malangkeucwara dan dilakukan selama 2 hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan Pendampingan Design logo dan Merek Produk UMKM Kampoeng Kajoetangan Heritage adalah:

1. Meningkatnya pemahaman masyarakat khususnya Para pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan logo yang menarik dalam penjualan produk.
2. Meningkatnya wawasan dan pemahaman tentang bagaimana tahapan pembuatan branding dan logo seperti design kemasan, slogan, warna, model tulisan, suara dll.
3. Meningkatnya perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui peluang-peluang bisnis yang dimiliki Kampoeng Kajoetangan Heritage melalui pembuatan logo dan merek produk yang menarik.



Gambar 1.

Tim PKM KJT dan Peserta Pelatihan



Gambar 2.
Pemaparan Materi



Gambar 3.
Antusiasme dan Keseriusan Peserta Pelatihan



Gambar 4.
Suasana Demonstrasi Logo Produk pada PkM Kajoetangan Herrytage

Hambatan yang terjadi pada saat pelaksanaan :

1. Latar belakang pendidikan serta pengetahuan yang kurang khususnya tentang peluang bisnis terkait design logo dan merek yang bisa dikembangkan.
2. Kecepatan menyerap dan daya tanggap peserta pelatihan berbeda.

KESIMPULAN

Peningkatan pengetahuan dan wawasan para pelaku UMKM dan masyarakat Kampoeng Kajoetangan Heritage masih perlu ditingkatkan terkait bagaimana merancang dan membuat branding serta logo yang tepat dan menarik untuk bisnisnya yang nantinya dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69.
- Andita, M. P., Indra, A. M., & Adilla, M. (2024). Pengembangan UMKM Adekfat dengan Pendampingan Desain dan Promosi Produk. *Bulletin of Community Service in Information System (BECERIS)*, 2(2), 61-69.
- Darmawan, D. (2019). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Lubis, I., Lubis, H., Effendy, M. F., Zulkirahmadhani, D., Putri, M. I., & Aslamiyah, R. (2022). Pembuatan Desain Logo Dan Kemasan Susu Kedelai Serta Pemasaran Produk Berbasis Sosial Media. *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1.
- Oscario, A. (2023). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>