

Pelatihan Kemasan dan Pembuatan Logo Usaha UMKM di Desa Rato Kecamatan Bolo Kabupaten Bima

Sri Ernawati¹, Aliah Pratiwi², Satria Pamungkas³, Nadiah Aulia Putri⁴, Muhammad Adhar⁵, Aryadi⁶, Adea Nova Ramadhani⁷, Fery Aditya⁸

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Bima, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8}

*Email Korespodensi: satriapamungkas.stiebima21@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 11-11-2024
Disetujui 12-11-2024
Diterbitkan 13-11-2024

Katakunci:

Pelatihan,
Kemasan,
Logo,
UMKM

ABSTRAK

Pelatihan kemasan dan pembuatan logo usaha untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan upaya strategis untuk meningkatkan daya saing dan daya tarik produk di pasar. Adapun tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kreatifitas dari pelaku UMKM dan masyarakat setempat terkait pembuatan desain logo dan kemasan produk UMKM. Dalam pelatihan ini, peserta akan mempelajari teknik-teknik dasar dalam membuat desain kemasan yang efektif, termasuk pemilihan bahan, struktur kemasan, dan elemen estetika yang mendukung branding produk. Selain itu, pelatihan juga mencakup pembuatan logo yang representatif dan profesional, yang berfungsi sebagai identitas visual usaha. Dengan fokus pada prinsip desain grafis dan branding, pelatihan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis yang dapat diterapkan langsung oleh pelaku UKM yang ada pada desa rato untuk memperkuat citra merek mereka, menarik minat konsumen, dan meningkatkan penjualan. Melalui pendekatan yang terintegrasi antara teori dan praktik, pelatihan ini diharapkan dapat memberdayakan peserta untuk mengoptimalkan potensi produk mereka dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan di pasar yang semakin kompetitif.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ernawati, S., Pratiwi, A., Pamungkas, S., Putri, N. A., Adhar, M., Aryadi, A., Ramadhani, A. N., & Aditya, F. (2024). Pelatihan Kemasan dan Pembuatan Logo Usaha UMKM di Desa Rato Kecamatan Bolo Kabupaten Bima. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3), 150-155. <https://doi.org/10.62710/5zyakb41>

PENDAHULUAN

Packaging (pengemasan) merupakan wadah atau pembungkus yang dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). Disamping itu packaging (pengemasan) berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi (Sukirno, 2008). Menurut Adams Morioka (2009:16) dalam (Freeman, 2004) logo adalah simbol khas dari sebuah perusahaan, jasa, objek, ide, publikasi, orang, atau layanan. Menurut teori buku Katz dalam (Kotler, 2001) mengatakan bahwa logo harus merepresentasikan visi dan misi perusahaan, segmentasi yang dituju sesuai target kepada masyarakat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun, meskipun kontribusinya yang signifikan, UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan branding.

Salah satu aspek penting yang sering diabaikan oleh pelaku UMKM adalah kemasan produk dan desain logo usaha. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga merupakan alat komunikasi visual yang dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai tambah produk. Demikian pula, logo usaha adalah representasi visual dari identitas bisnis yang dapat membantu meningkatkan brand recognition dan loyalitas pelanggan.

Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya kemasan dan logo dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, pelatihan yang fokus pada peningkatan keterampilan dalam pembuatan kemasan yang menarik dan profesional, serta desain logo yang sesuai dengan karakteristik usaha, menjadi sangat penting. Pelatihan ini tidak hanya memberikan wawasan baru tentang teknik-teknik desain yang efektif, tetapi juga mendorong pelaku usaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk mereka.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode pelatihan tentang pentingnya kemasan dalam pemasaran dan branding produk UKM. Sasaran pengabdian ini adalah pemilik dan pengelola UKM yang bergerak di desa rato. Semua peserta yang hadir berasal dari pelaku UKM desa rato kec. Bolo. Adapun metode yang digunakan adalah pembelajaran aktif, partisipatif dan membantu kegiatan program kerja proyek desa, dan pembuatan logo untuk UKM yang belum bisa membuat logonya sendiri. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kreatifitas dari pelaku UMKM dan masyarakat setempat terkait pembuatan desain logo dan kemasan produk UMKM.

Pelatihan ini dilakukan dalam rangka menjadikan produk UMKM lebih atraktif dan bisa meningkatkan minat pasar sekaligus sebagai branded produk. Dampak kegiatan ini adalah peserta pelaku UMKM mendapatkan edukasi untuk mendesain sendiri logo dan kemasan produknya, sehingga kemasan menjadi lebih menarik dan sesuai dengan tema dari produk yang akan dipasarkan. Manfaat dari kegiatan ini peserta mendapatkan pengetahuan tentang desain dan cara membuatnya dengan tools yang biasa

dipergunakan dipercetakan sehingga memudahkan proses produksi dan sekaligus menekan biaya pembuatan desain di percetakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pelatihan pembuatan logo dan kemasan berjalan dengan sukses dan lancar, dengan Kehadiran para pelaku UMKM dalam kegiatan ini 100%, yang dimana dari 10 pelaku UMKM yang kami undang, malah melebihi dari yg kami undang. Kegiatan pendampingan dalam pelatihan ini tentu saja untuk memudahkan peserta untuk membuat desain logo dan kemasan produk, sehingga mampu menarik minat konsumen.

Adapun beberapa hasil yang dicapai pada kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan pemahaman dan ketrampilan SDM desa ditunjukkan dengan kreatifitas para peserta dalam membuat desain media. Salah satu contoh desain logo yang dihasilkan



Gambar 1. Contoh logo yang dibuat untuk UMKM

Gambar 1 merupakan contoh logo UMKM yang dibuat oleh koordinator proyek desa berdasarkan keinginan dari pemilik produk dengan memberikan nama serta gambar sesuai dengan keinginan para pelaku UMKM. Logo ini didesain dengan bentuk 2 dimensi untuk memudahkan proses cetak dan pengenalan produk. Logo produk juga didesain dengan warna yang sederhana tetapi cukup menarik bagi konsumen.

2. Aktifitas Pelatihan

Berikut ini ditampilkan beberapa foto aktifitas pada saat pelatihan kemasan dan pembuatan logo :



Gambar 2. Memperkenalkan kemasan di berbagai UMKM di Desa rato



Gambar 3. Memperkenalkan beberapa logo logo di UMKM yg ada di Desa rato



Gambar 4. Pencatatan pembuatan logo untuk UMKM yang ada di Desa rato



Gambar 5. Dokumentasi bersama,berbagai UMKM yang ada di Desa rato

KESIMPULAN

Program pendampingan pelatihan ini menghasilkan desain logo dan kemasan produk yang dapat dijadikan sebagai identitas dari produk olahan pelaku UMKM. Selain itu pelatihan tersebut memberikan wawasan baru, menambah keterampilan peserta terkait desain dan menggunakan kemasan yang baru sesuai dengan perkembangan jaman. Pelatihan ini juga memberikan manfaat efektifitas waktu pengerjaan desain dan efisiensi dalam biaya desain yang dikeluarkan oleh pelaku UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama, terima kasih kami sampaikan kepada ketua STIE BIMA Bapak Firdaus ST.MM yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang mendukung dalam pelaksanaan kegiatan ini. Bantuan dan dukungan yang diberikan sangat berarti dalam menunjang kelancaran tugas kami.

Terakhir, kami tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Rato yang telah menghadiri kegiatan program proyek desa ini. Sambutan hangat dan kerjasama yang diberikan sangat kami hargai, dan tanpa kehadiran para pelaku UMKM, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Semoga semua bantuan dan dukungan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat dari Tuhan Yang Maha Esa.

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. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Diansyah, H., Farmadani, G. A., Juandri, Y., Aditia, T., & Andika, M. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Desain Logo Terhadap Produk Baru Berupa Cake Singkong Caramel Di Desa Alai Selatan Kecamatan Lembak. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1564. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10507>
- Kristian, D., & Gofur, A. (2022). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Dipademangan Jakarta Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 106(1), 106–115.
- Legowo, H., Wulandari, R., & Oktyawati, D. (2018). Pelatihan Pengemasan Produk Wingko Ungu Hasil Produksi Kelompok Usaha Wingko Ungu Desa Banjararum, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(2), 91. <https://doi.org/10.22146/jp2m.43466>
- Nugroho, A., Bagiarta, I Gusti Ngurah Nyoman, Santoso, J., & Edwar. (2020). PKM Pembuatan Logo Dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Social Media Pada Pabrik Roti" HM" Karangasem. *Widyabhakti*, 2(2), 117–122. <https://mail.widyabhakti.stikom-bali.ac.id/index.php/widyabhakti/article/view/171>
- Sukirno, S. (2008). Mikroekonomi: Teori Pengantar. Edisi Ketiga. PT RajaGrafindo Persada.
- Freeman. (2004). Stakeholder Theory and the Corporate Objective Revisited *Organization Science*, 15(3).
- Kotler, P. dan A. (2001). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Erlangga.