

# **Pelatihan Pembuatan Design Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam**

Christianingrum<sup>1</sup>, Darman Saputra<sup>2</sup>, Yusuf<sup>3</sup>, Daniyal Ulyana<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bangka Belitung  
Kampus Terpadu UBB, Jl. Raya Balunijuk, Merawang, Bangka  
E-mail : christianingrum02@gmail.com

## **ABSTRAK**

UMKM di Bangka Belitung merupakan tulang punggung penghasilan Bangka Belitung selain dari hasil tambangnya. Tapi disisi lain tantangan yang tidak mudah dihadapi UMKM Bangka Belitung terkhusus kecamatan Air Itam. Banyak permasalahan dan kendala bagi UMKM dalam mengembangkan perannya dalam bersaing dan membedakan produk yang dijual dengan produk yang dari luar Bangka Belitung. 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 Kecamatan Air Itam Kota Pangkalpinang. Pelatihan pembuatan logo ini menggunakan metode *linear strategy* karena urutan pada tahapan perancangan yang sederhana dan relatif sudah dipahami komponennya. Ada enam tahapan yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan *brand identity* dengan cara membuat sebuah logo, tahap metode ini antara lain. (1) kenali ciri khas produk atau profil usaha milik sendiri; (2) Pengumpulan informasi; (3) Perancangan (4) Pembuatan Logo; (5) Pengujian; (6) 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 : Bangka, Pelatihan, UMKM, Digitalisasi, Brand, Logo.**

## **ABSTRACT**

MSMEs in Bangka Belitung are the backbone of Bangka Belitung's income apart from mining products. But on the other hand, the challenges that are not easy for MSMEs in Bangka Belitung, especially in Air Itam sub-district. There are many problems and obstacles for MSMEs in developing their role in competing and differentiating products sold from products from outside Bangka Belitung. Therefore, it is necessary to carry out Community Service activities (PKM) to overcome it. PKM activities have been carried out for MSME players who are members of the Joint Business Group (KUBE) in Air Itam District, Pangkalpinang City. This logo making training uses the method *linear strategy* because the sequence at the design stage is simple and the components relatively well understood. There are six stages that must be taken to be able to develop a *brand identity* by creating a logo, this method stage, among others. (1) identify the product characteristics or the profile of one's own business; (2) Information gathering; (3) Design (4) Logo creation; (5) Testing; (6) Implementation. The method of making the MSME logo facility is (1) providing material on logos (2) conducting a product survey, (3) determining various aspects of logo creation, (4) the process of making a logo which is carried

out in discussion with business owners to produce a product logo with the product name , (5) making supporting media.

**Keyword : Bangka, Training, MSMEs, Digitalization, Brand, Logo.**

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dan tak terduga menyebabkan hampir seluruh aktivitas di dunia serba *online*. Fenomena ini bisa diartikan *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. Walter Landor, pendiri Landor Associates, lebih spesifik mengatakan bahwa brand diciptakan dalam pikiran. 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).

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung adalah salah provinsi yang berupa kepulauan sehingga banyak pengunjung dari dalam maupun luar negeri menggunakan fasilitas pesawat dan kapal untuk mengunjungi daerah yang disebut negeri serumpun sebalai.

Kecamatan air itam merupakan kecamatan yang paling dekat dengan fasilitas bandara dan pusat ibukota provinsi Kepulauan Bangka Belitung yaitu Kota Pangkalpinang. Hal tersebut menjadikan kecamatan air itam 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). UMKM di Bangka Belitung merupakan tulang punggung penghasil Bangka Belitung selain dari hasil tambangnya. Tapi disisi lain tantangan yang tidak mudah dihadapi UMKM Bangka Belitung terkhusus kecamatan Air Itam. Banyak permasalahan dan kendala bagi UMKM dalam mengembangkan perannya dalam bersaing dan membedakan produk yang dijual dengan produk yang dari luar Bangka Belitung.

Berdasarkan permasalahan diatas, pengabdian bermaksud untuk memberikan pelatihan kepada Sebagian kelompok kecil pelaku UMKM di Kecamatan Air itam untuk mengenal apa itu *branding* dan membuat sebuah logo pada produknya dengan harapan dapat membantu UMKM di Kecamatan Air Itam agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat dan bisa bersaing dengan produk yang lain.

## 2. PERMASALAHAN

Banyak UMKM kecamatan Air itam banyak yang belum memiliki logo bahkan label pada kemasan produk yang dipasarkan. Fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya produk UMKM kecamatan air itam 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 Air Itam akan pentingnya sebuah *Brand Identity* pada produknya. Oleh karena itu, rumusan permasalahan dalam kegiatan ini yaitu:

- a) Keterbatasan pengetahuan para pelaku UMKM akan *branding* produk.
- b) Kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM akan cara membuat logo dan label untuk produknya.
- c) Kurangnya kesadaran para pelaku akan pentingnya mempunyai logo sendiri.

### 3. METODOLOGI )

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di salah satu Rumah Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Kecamatan Air Kota Pangkalpinang. Kegiatan tersebut dilakukan selama satu hari yaitu pada tanggal 19 Juli 2020. Kegiatan ini dilakukan disaat *New Normal* diberlakukan di Provinsi Bangka Belitung, maka dari itu kegiatan ini dibatasi dengan jumlah peserta sebanyak 10 orang dan dilakukan dengan menaati protokol Kesehatan.

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 enam tahapan yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan *brand identity* dengan cara membuat sebuah logo, tahap metode ini antara lain. (1) kenali ciri khas produk atau profil usaha milik sendiri; (2) Pengumpulan informasi; (3) Perancangan (4) Pembuatan Logo; (5) Pengujian; (6) Pengimplementasian.

Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (1) pemberian materi mengenai logo (2) melakukan survey produk dan berdiskusi dengan para pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam 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.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan mulai dari awal bulan juli 2020 yang bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kecamatan Air Itam Kota Pangkalpinang. Kegiatan tersebut diikuti oleh para pelaku UMKM di kecamatan Air Itam. 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 Kecamatan Air Itam Kota pada awal juli 2020 bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kecamatan Air Itam Kota Pangkalpinang. Hasil yang diperoleh yaitu:

- a) Informasi seputaran UMKM di kecamatan Air Itam 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 19 Juli 2020 bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kecamatan Air Itam Kota Pangkalpinang. Peserta yang akan hadir berjumlah 10 orang yang terdiri dari para pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam.

c) Fasilitas yang dipersiapkan adalah media pembuatan desain berupa Laptop untuk para peserta.

## 2) Tahap Pelaksanaan Pengabdian

Kegiatan observasi dilakukan pada tanggal 19 Juli 2020 bertempat di di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kecamatan Air Itam Kota Pangkalpinang. Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (1) pemberian materi mengenai logo (2) melakukan survey produk dan berdiskusi dengan para pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam 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. Berikut penjelasan metode yang digunakan yaitu:

### a) Pemberian Materi mengenai Logo

Materi yang telah disiapkan oleh pihak pengabdian akan disampaikan kepada para pelaku UMKM secara langsung. Ada enam tahapan yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan *brand identity*

dengan cara membuat sebuah logo, tahap metode ini antara lain. (1) kenali ciri khas produk atau profil usaha milik sendiri; (2) Pengumpulan informasi; (3) Perancangan (4) Pembuatan Logo; (5) Pengujian; (6) Pengimplementasian. Materi yang disampaikan sebagai berikut :

|          |   |
|----------|---|
| 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           |

Tabel 1. Materi yang Diberikan Kepada Peserta

### b) Survey Produk untuk Bahan Pembuatan Logo

Pengabdian 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 pengabdian 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, pengabdian 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.

d) Proses Pembuatan Logo

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 pengabdian yang membantu memvisualisasikan sketsa peserta dengan mengubahnya menjadi gambar digital dengan bantuan Software Photoshop. Hasil terlihat seperti gambar 1 dibawah yang menunjukkan salah satu dari logo buatan peserta.



Gambar 1. Logo Peserta dengan Usaha Kuliner berupa Kue Brownis

e) Pembuatan Media Pendukung

Setelah logo selesai, pengabdian mengarahkan peserta untuk membuat sebuah label seperti gambar 2 yang menunjukkan label sebuah makanan, juga pembuatan sebuah kemasan plastik seperti gambar 3. Dan yang terakhir adalah pembuatan stiker yang juga diarahkan pengabdian sebagai media promosi yang lebih menarik dalam bidang jasa seperti gambar 4.



Coklat     Balaado     Original

Gambar 2. Label Produk Keripik Pisang



Gambar 3. Kemasan Plastik



Gambar 4. Stiker

3) Penutupan

Kegiatan penutupan dilakukan pada akhir acara dengan agenda pemberian penghargaan berupa sertifikat dan foto Bersama sebagai bentuk apresiasi kepada peserta sebagai bukti suksesnya pelatihan dapat membuat sebuah logo sendiri untuk produk yang dipasarkan. Kegiatan ini dapat dilihat seperti gambar 5 dibawah.



Gambar 5. Foto Bersama Peserta

## 5. KESIMPULAN

Pelatihan dilakukan pada tanggal 19 Juli 2020 bertempat di salah satu rumah peserta yang tergabung di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Kecamatan Air Itam Kota Pangkalpinang. Metode kegiatan fasilitas pembuatan logo UMKM adalah (1) pemberian materi mengenai logo (2) melakukan survey produk dan berdiskusi dengan para pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam 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. Hasilnya para pelaku UMKM di Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dapat membuat logo sendiri sebagai *brand identity* produk sendiri.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Terima kasih kami sampaikan kepada Pihak Universitas Bangka Belitung melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah membiayai kegiatan Pengabdian kami ini dalam Skema Pengabdian Dosen Tingkat Universitas Tahun 2020, Kami sampaikan juga apresiasi kepada Rumah Inspiratif pangkal pinang yang telah bersedia menjadi mitra dan

membantu terlaksananya kegiatan pengabdian pada tahun ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Choirul Anam , Alfian Nur Rochman, Achmad Fauzi, A. N., & Khadafi, S. (2019). *UNITR I Perancangan Desain Logo "R3 - Viora" sebagai Identitas Baru UKM Viora Collection , Tanggulangin, Sidoarjo*. 3(1), 50–59.
- Darmawan, D. (2019). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Gelar, M., & Ekonomi, S. (2019). *Persepsi pelaku umkm terhadap penerapan peraturan pemerintah nomor 23 tahun 2018 di kota pangkalpinang*.
- Hamsani. (2020). *The Big Five Personality, Pemetaan Kepribadian Pengusaha UMKM Untuk Meningkatkan Inovasi UMKM Di Kota Pangkalpinang*. 11, 1–15.
- Jepara, D. I. K. (2017). Penerapan Branding Pada Ukm Makanan Ringan Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 16–23. <https://doi.org/10.14710/jab.v6i1.16602>
- Kumalasari, H., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2020). *Brand Identity Untuk Kampung Singkong Salatiga Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek*. 8(1), 1–9.
- Lembaga, F., & Bogor, I. P. (2020). *Strategi Pengembangan Sektor Potensial di Desa Legok Kaler , Kabupaten Sumedang ( Potential Sector Development Strategies In*

- Legok Kaler Village ,  
Sumedang District ). 2(4),  
549–554.*
- Lembaga, F., Masyarakat, P., & Bogor, I.  
P. (2020). *Peningkatan  
Kapasitas Pelaku Mikro  
Usaha Kecil Menengah (   
UMKM ) di Desa Anggrawati  
melalui Kegiatan  
Pendampingan ( Capacity  
Enhancement of Micro , Small  
and Medium Enterprises (   
MSMEs ) in Anggrawati  
Village through Mentoring  
Activities ). 2(3), 488–492.*
- Nurdiarti, R. P., Wulandari, A., & Akbar,  
M. (2019). *Peningkatan  
Manajemen Usaha Berbasis  
Creative. 3(2), 127–133.*
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran  
Logo dalam Membangun  
Brand. *Humaniora, 4(1), 191.*  
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>