

PEMBUATAN DESIGN LOGO DALAM PENUNJANGAN UMKM “ENTIL” MAKANAN KHAS DESA PENATAHAN

LOGO DESIGN MAKING IN SUPPORTING “ENTIL” SPECIAL FOODS OF PENATAHAN VILLAGE

Ni Komang Triana Dewi¹, I Made Chandra Mandira^{2*},
Putu Sri Arta Jaya Kusuma³, Gede Crisna Wijaya⁴

Universitas Pendidikan Nasional

*Email: imadechandramandira@undiknas.ac.id

(Diterima 09-02-2023; Disetujui 06-03-2023)

ABSTRAK

Logo adalah sebuah tulisan, sketsa, atau gambar yang mempunyai makna tertentu dan bisa mewakili identitas atas suatu bentuk entitas, seperti lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk. Biasanya, suatu logo mengandung filosofi tertentu dan kerangka dasar berbentuk konsep yang bertujuan guna menciptakan sifat mandiri. Selain itu, setiap bentuk logo juga wajib mempunyai suatu ciri khas tertentu untuk membedakan logo yang satu dengan logo yang lainnya, baik itu dari segi bentuk maupun warnanya. Suatu logo yang digunakan akan menggambarkan kualitas seperti yang disimbolkan, seperti adanya pendekatan budaya perusahaan, penempatan posisi penting, atau aspirasi dari perusahaan itu sendiri. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan diantaranya wawancara, perencanaan, dan pelaksanaan. Berdasarkan analisis hasil dari program kerja ini, hasil dari kegiatan ini dikatakan bermanfaat dalam penunjang UMKM dalam pembuatan logo dalam bentuk *sticker* ini membantu pemilik “Entil” dalam mempermudah masyarakat luas atau warga mengetahui makanan Khas Desa Penatahan yaitu Entil.

Kata kunci: Logo, UMKM, Desain, Desa Penatahan

ABSTRACT

A logo is a text, sketch or image that has a specific meaning and can represent an identity for an entity, such as an institution, organization, company, region, country or product. Usually, a logo contains a certain philosophy and a basic framework in the form of a concept that aims to create a self-sufficient character. In addition, each form of logo must also have certain characteristics to distinguish one logo from another, both in terms of shape and color. A logo that is used will describe the quality as symbolized, such as the company's cultural approach, the placement of important positions, or the aspirations of the company itself. The Community Service carried out in several stages including interviews, planning and implementation. Based on the analysis of the results of this work program, the results of this activity are said to be useful in supporting MSMEs in making a logo in the form of a sticker.

Keywords: Logo, SME's, Design, Penatahan Village

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh setiap perguruan tinggi secara rutin dan memiliki peran penting dalam memecahkan suatu permasalahan yang ada di masyarakat. KKN merupakan kegiatan yang dilakukan secara rutin di suatu pedesaan bahkan sudah terkonsep di dalam kurikulum kampus itu sendiri. Dimana pengabdian masyarakat yang dijalankan oleh setiap mahasiswa dan mahasiswi melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Dilihat dari situasi dan kondisi saat ini banyak perusahaan yang berada di Desa Penatahan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan ini yang belum ada memiliki logo perusahaannya. Seiring dengan perkembangan

zaman, perkembangan dalam dunia bisnis pun ikut berkembang cepat. Perkembangan bisnis tersebut dapat dilihat dari produk-produk baru yang banyak bermunculan. Melalui banyaknya produk sejenis yang muncul, maka banyak pula nama-nama merek yang hadir, sehingga membuat persaingan merek semakin ketat dalam menarik perhatian konsumen. Usaha untuk membuat merek semakin dikenal dan menjadi kuat di masyarakat, maka pelaku usaha membuat adanya identitas merek atau logo.

Logo memiliki peran yang penting karena adalah wajah dari suatu merek. Melalui logo, khalayak dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu. Oleh sebab itu, terdapat pendapat bahwa logo harus merepresentasikan identitasnya. Logo sebagai bagian dari merek yang hendaknya berbeda dari yang lainnya. Beberapa penelitian ilmiah dilakukan guna mengetahui logo yang baik. Salah satunya (Hiswara & Noe'man, 2021) memaparkan bagaimana logo yang baik yaitu logo sebaiknya mudah terbaca, terlihat jelas, koheren, mudah dimengerti, mudah diingat, tak lekang oleh waktu, dan sederhana sehingga mudah dikenali. Seiring dengan pesatnya perkembangan desain di masyarakat, proses penciptaan karya desain pada umumnya dapat dilakukan oleh setiap orang yang memiliki kemampuan teknis dalam desain grafis, baik itu yang memiliki latar akedemis desain komunikasi visual maupun non akademis. Apapun yang melatarbelakangi peranan suatu perancang dalam merancang karya desain, baik itu logo maupun karya desain lainnya, unsur-unsur dan nilai-nilai yang terkandung dalam bidang desain komunikasi visual harus dipahami, sehingga suatu perancangan bisa disampaikan dengan tepat sasaran (Lubis et al., 2022).

UMKM memiliki banyak hal dalam keunggulan diantaranya inovasi dalam pengembangan produk, hubungan kemanusiaan yang akrab, menciptakan kesempatan kerja yang cukup banyak, dan mampu menyesuaikan pasar yang selalu berubah dengan cepat. Keunggulan-keunggulan inilah yang bisa digunakan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena semakin terbukanya pasar di dalam negeri, merupakan ancaman bagi UMKM dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar sebagai dampak globalisasi. Oleh karena itu, pembinaan dan pengembangan UMKM saat ini dirasakan semakin mendesak dan sangat strategis untuk mengangkat perekonomian rakyat, maka kemandirian UMKM dapat tercapai di masa mendatang. Dengan berkembangnya perekonomian rakyat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka kesempatan kerja, dan memakmurkan masyarakat secara keseluruhan (Lubis et al., 2022). Melihat kondisi saat ini, yang mana banyak UMKM yang membuka akses secara online untuk memperkenalkan produknya ke wilayah yang lebih luas dan juga pemasaran

produk tersebut secara online, maka solusi yang ditawarkan adalah mengawali dengan pembuatan logo untuk penguatan merek, berupa logo perusahaan yang akan menjadi ikon dan menarik dari sisi penglihatan konsumen, sehingga produk makanan siap dipasarkan secara online untuk bersaing di lapak *e-commerce* melalui pembuatan akun dan promosi facebook dan instagram bisnis (Nasir, 2019) Penerapan *branding* terhadap produk UMKM dapat memudahkan konsumen memilih produk di tengah 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 (Setiawan & Hendro Aryo Putro, 2020). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangatlah strategis memberikan dampak yang besar terhadap pembangunan ekonomi Indonesia (Diana Laksmi et al., 2020).

Facebook merupakan salah satu sosial media yang terbesar saat ini, berdasarkan data tahun 2017, Indonesia termasuk pengguna facebook terbesar ke-4 di dunia yang mencapai 130 juta jiwa atau sekitar 48% dari jumlah populasi penduduk Indonesia dan instagram merupakan sosial media yang lebih banyak digunakan anak muda karena tampilan pada instagram yang lebih sederhana (Kurniawan et al., 2022). Hal tersebut tentunya akan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan makanan yang semula hanya konvensional menjadi siap bersaing secara online karena penguatan merek yang telah dibangun melalui pembuatan logo. Gambar-gambar produk-produk roti yang ditawarkan melalui media sosial facebook dan instagram berupa foto maupun video dapat menjadi sarana untuk menarik minat pembeli di dunia online. Berdasarkan permasalahan tersebut maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan pelatihan dalam pemasaran dan promosi online dengan menggunakan facebook, instagram. Selain melayani penjualan di warung ini juga kadang-kadang mendapatkan pesanan untuk keperluan suatu acara tertentu.

Program pengabdian masyarakat ini difokuskan untuk pembuatan logo sebagai penguatan *branding* produk aneka jenis makanan, sehingga dengan adanya logo yang menarik akan menguatkan pasar dan memberi kesan profesional. Perlunya pembuatan logo juga akan diperkuat dengan penyebaran berkas kuesioner dan melihat respon dari para responden. Dalam pelaksanaan pembuatan desain penulis menggunakan referensi tentang Adobe PhotoShop (Mutiarani et al., 2020) dan Modul Corel Draw GraphicsSuiteX5 (Aswan, 2020). Target luaran yang ingin dicapai melalui kegiatan ini adalah menghasilkan sebuah logo produk aneka jenis makanan entil dan melakukan penguatan merek agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas. Luaran berikutnya adalah sebuah keterampilan mengelola pemasaran melalui media berbasis teknologi informasi, internet dan sosial

media. Untuk itu maka perlu dilakukan pembuatan desain logo yang baik dan menarik berkenaan dengan penguatan *branding* produk aneka jenis makanan entil dan juga melakukan pelatihan pemasaran produk makanan entil dengan media teknologi informasi, internet dan sosial media sehingga pada akhirnya akan mampu meningkatkan penjualan (Mulyani et al., 2023).

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode sosialisasi dan pendampingan pembuatan logo perusahaan makanan entil dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap sosialisasi dan wawancara

Pada tahap ini disosialisasikan pentingnya peranan logo dalam pemasaran produk. Pada tahap ini juga dilakukan diskusi dengan pemilik perusahaan makanan entil di Desa Penatahan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi perusahaan makanan tersebut. Pada tahap ini dapat diidentifikasi permasalahan perusahaan yaitu perlunya membuat logo perusahaan dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penjualan produk secara online.

2. Tahap perencanaan

Tahapan perencanaan ini merupakan tahapan merencanakan konten apa saja yang termuat dalam logo yang digunakan dengan simbol makanan, mengingat bahwa entil merupakan salah satu makanan khas Desa Penatahan. Hal ini penting dilakukan dengan memperhatikan target pemasaran yang ingin dituju. Disepakati bahwa dalam logo yang akan dibuat menampilkan koki yang mencirikan pembuat makanan di perusahaan tersebut.

3. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan pada tanggal 4 Februari 2023 berupa pembuatan desain logo perusahaan, dan dilanjutkan dengan penyerahan logo ke perusahaan entil yang berada di Desa Penatahan. Selain itu juga dilakukan pembuatan akun pada media sosial facebook dan instagram sebagai sarana pemasaran online dari perusahaan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian memberikan sosialisasi pentingnya pemberian logo untuk stempel dan stiker pada produk sebagai tanda pengenal produk tersebut kepada masyarakat luas. Stiker dibuat semenarik mungkin untuk menarik dan mudah diingat masyarakat luas. Label yang baik akan menciptakan minat konsumen (Marlein Tamtelahitu et al., 2021). Label

akan memberikan kesan menarik bagi konsumen, dan dalam label tersebut terdapat beberapa informasi terkait dengan produk (Januariyansah, 2020).

Label merupakan salah satu bagian dari suatu produk yang memuat keterangan meliputi gambar dan teks yang memiliki fungsi sebagai sumber informasi suatu produk untuk pembeli dari penjual. Pada umumnya isi dari label memuat identitas produk, merek, komposisi pembuatan, informasi nilai gizi, tanggal kadaluwarsa, dan keterangan legalitas.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *labelling* produk dapat meningkatkan persentase penjualan produk. Diperkuat pula oleh hasil pengabdian yang menyatakan bahwa pengemasan, *labelling*, dan *branding* pada suatu produk dapat meningkatkan tingkat penjualan dari produk tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa label sangat berpengaruh untuk meningkatkan pemasaran usaha khususnya UMKM.

Facebook merupakan salah satu sosial media yang terbesar saat ini, berdasarkan data tahun 2017, Indonesia termasuk pengguna facebook terbesar ke-4 di dunia yang mencapai 130 juta jiwa atau sekitar 48% dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Instagram merupakan sosial media yang lebih banyak digunakan anak muda karena tampilan pada instagram yang lebih sederhana (Anam et al., 2019). Hal tersebut tentunya akan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan makanan yang semula hanya konvensional menjadi siap bersaing secara online karena penguatan merek yang telah dibangun melalui pembuatan logo.

Gambar-gambar produk-produk yang ditawarkan melalui media sosial facebook dan instagram berupa foto maupun video dapat menjadi sarana untuk menarik minat pembeli di dunia online. Berdasarkan permasalahan tersebut maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan pelatihan dalam pemasaran dan promosi online dengan menggunakan facebook dan instagram.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Penatahan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan dilaksanakan pada tanggal 04 Pebruari 2023 dalam bentuk pembuatan desain logo penunjang UMKM “entil” makanan khas desa Penatahan dan pembuatan akun sosial media sebagai sarana pemasaran online. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa:

1. Pengenalan logo

Draf awal desain logo didiskusikan dengan pemilik perusahaan entil yang bernama bapak Ririn pada tanggal 04 Pebruari 2023 dengan tujuan untuk menjelaskan makna dari logo tersebut.

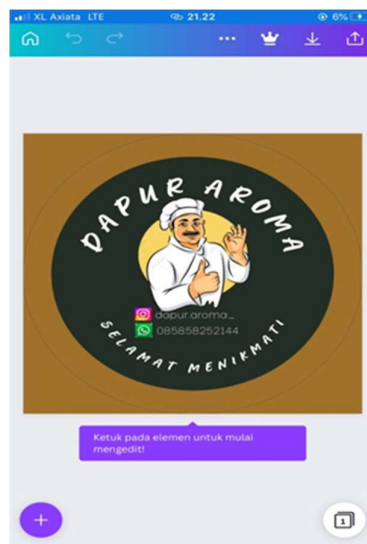


Gambar 1. Desain awal logo

Gambar 1 memperlihatkan desain awal logo yang diperlihatkan kepada pemilik perusahaan untuk meminta tanggapan sebelum diserahkan kepada perusahaan.

2. Penyediaan desain logo dalam bentuk *softcopy*

Dalam penyediaan desain logo ini membutuhkan peralatan komunikasi yaitu *handphone* sebagai alat utama untuk pembuatan desain logo yang dapat digunakan sebagai media pemasaran online di media sosial.



Gambar 2. Desain logo Dapur Aroma

Gambar 2 merupakan proses pembuatan logo dimana elemen yang terkandung didalamnya meliputi nama perusahaan, media sosial yang dapat ditemukan, nomor yang dapat dihubungi, dan juga elemen pelengkap lainnya seperti animasi 2d yang mampu mendukung dan menarik perhatian para konsumen nantinya.

3. Penyerahan logo dalam bentuk stiker kepada pemilik perusahaan entil

Desain logo yang telah disetujui pemilik perusahaan selanjutnya dicetak dalam bentuk stiker, dan diserahkan kepada pemilik perusahaan entil agar dapat ditempel pada kemasan produk.



Gambar 3. Penyerahan logo kepada owner entil.

Gambar 3 menunjukkan logo yang telah dicetak dan diserahkan kepada pemilik perusahaan dimana nantinya logo ini dapat ditempel pada kemasan produk agar konsumen mengetahui identitas perusahaan dan tertarik untuk membeli produk tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Banyak perusahaan di Desa Penatahan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan yang belum memiliki logo perusahaan padahal logo perusahaan tersebut merupakan identitas perusahaan yang diperlukan dalam persaingan dengan produk lainnya. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan membantu pembuatan logo perusahaan entil dan pemasaran secara online dengan menggunakan media sosial facebook dan instagram.

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>

- Anam, C., Nur Rochman, A., Fauzi, A., Nindyapuspa, A., Khadafi, S., Desain Produk, J., Komputer, S., & Teknologi Adhi Tama Surabaya -Jl Arief Rahman Hakim, I. (2019). Perancangan Desain Logo “R3-Viora” sebagai Identitas Baru UKM Viora Collection, Tanggulangin, Sidoarjo. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 3(1), 50–59. <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/jast>
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). *Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM*. 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5847>
- Aswan, R. (2020). *Analisis Bentuk, Makna, Dan Nilai Filosofis Pada Desain Logo Kedatuan Luwu Ke-XL: Vol. XIII* (Issue 1).
- Diana Laksmi, Diana, L., Amini, N. P., Ahsan, A. D., Revandra, M., & Harum, A. (2020). *Upaya Branding UMKM Kelurahan Dukuh Sutorejo Dengan Pembuatan Desain Logo Dan Kartu Nama*.
- Hiswara, A., & Noe'man, D. A. (2021). Published by Faculty of Computer Science- Universitas Bhayangkara Jakarta Raya This Journal is available in Universitas Bhayangkara Jakarta Raya online. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 2(1).
- Januariyansah, S. (2020). *Analisis Desain Logo Berdasarkan Teori: Efektif Dan Efisien Requirements Study Of Automotive Skills Program Instructor Development View project*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20543.97448>
- Kurniawan, B., Romzi, M., Studi Manajemen Informatika, P., Mahakarya Asia Jalan Jenderal Ahmad Yani No, U., Baru, T., Baturaja Timur, K., Ogan Komerling Ulu, K., & Selatan, S. (2022). Pelatihan Desain Logo Dan Vector Sebagai Peluang Wirausaha Mahasiswa Di Dalam Industri Kreatif. *Indonesian Community Service and Empowerment Journal (IComSE)*, 3, 287–292.
- 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.
- Marlein Tamtelahitu, T., Luturmas, J., Batlajery, V., Sameaputty, C., & Augustyn, A. N. A. (2021). *Pelatihan Teknik Desain Logo Kemasan, Pengemasan Dan Pemasaran Produk Di Kelompok Mama Romi*. 4(3). <https://doi.org/10.36257/aps.vxi>
- Mulyani, S., Fadli, R., & Seta, A. B. (2023). Pelatihan Pembuatan Logo Produk guna Mengoptimalkan Peluang Bisnis pada Remaja RT 02 RW 13 Kelurahan Rangkapan Jaya Lama Kota Depok. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(1), 134–139. <https://doi.org/10.35870/jpni.v4i1.129>
- Mutiarani, R. A., Novitasari, D., & Gede Andika, I. (2020). Perancangan Desain Logo Untuk Aplikasi Web Dan Android “Nulisbali.” In *Jurnal Nawala Visual* (Vol. 2, Issue 1). Online. <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Oscario, A. (2019). *Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand*.
- Setiawan, T., & Hendro Aryo Putro, F. (2020). *Pemanfaatan Graphics Designer Software Canva Untuk Meningkatkan Kreatifitas Promosi Produk Umkm Di Cepogo Boyolali*. www.canva.com
- Ula, R., Fauzi, A., Citaningtyas, D., Kadi, A., Indah, I., Ningrum, P., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(1). <https://ejournal.upm.ac.id/index.php/abdipancamarga>