

## PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN LOGO DAN KEMASAN PADA UMKM JAHE

Diah Ajeng Sri Indah Sari<sup>1</sup>, Iqbal Miftahul Ilmi<sup>2</sup>,  
*Manajemen<sup>1</sup>, Ilmu Hukum<sup>2</sup>*

*Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

Email: [diah.ajeeng14@gmail.com](mailto:diah.ajeeng14@gmail.com)<sup>1</sup> [iqbalilmi1712@gmail.com](mailto:iqbalilmi1712@gmail.com)<sup>2</sup>

Doan Widhiandono

*Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*

Email : [doanwidhi@untag-sby.ac.id](mailto:doanwidhi@untag-sby.ac.id)

**Abstract.** In the era of digitalization, the marketing of a product has developed greatly, for example with social media or with e-commerce. The problem faced by the people of Jiyu Village is product marketing through digitization. In addition, several Micro, Small and Medium Enterprises are required to re-design the logo, because business actors really need creative and innovative logo designs. Micro, Small and Medium Enterprises in Tumpang Sari Hamlet, one of the hamlets in Jiyu Village, are Micro, Small and Medium Enterprises of instant ginger and ginger. This powder drink product was formed and developed due to the wishes of the mothers as well as the harvest of the local residents, which were dominated by ginger and temulawak in the Tumpangsari Hamlet area, Jiyu Village, Kutorejo District, Mojokerto Regency. Ginger Micro, Small and Medium Enterprises Partners also need to re-design their logo and packaging, so they can attract customers on social media. Because indeed in real work lectures we have a focus on marketing products through social media and e-commerce. Here, August 17 University students intend to do community service by making packaging logo designs and digitizing for businesses. This activity was carried out in order to increase sales and to be able to find out directly the point where to buy ginger products. The method used in this community service is the redesign method, namely redesigning product packaging to make it look more modern without changing the identity of the packaging. Making Gmaps for micro, small and medium enterprises. Community output is planning and social planning. As a place for micro, small and medium enterprises, the right strategy is needed to increase sales. One of them

is the packaging design which is a means of sales promotion. With a new, more modern packaging design, it is expected that sales will increase, customer reach will increase and access to Micro, Small and Medium businesses

**Keywords:** Design, micro small medium enterprises, Jiyu Village, digitization, Ma

**Abstrak.** Dalam era digitalisasi pemasaran suatu produk sudah sangat berkembang, contohnya dengan media sosial ataupun dengan e-commerce. Permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Jiyu adalah pemasaran Produk melalui digitalisasi. Selain itu beberapa Usaha Mikro Kecil Menengah diperlukan untuk re desain logo, karena memang pelaku usaha membutuhkan desain logo yang kreatif dan inovatif. Usaha Mikro Kecil Menengah yang di Dusun Tumpang sari salah satu Dusun yang ada di Desa Jiyu adalah Usaha Mikro Kecil Menengah Jahe dan temulawak instan. Produk minuman bubuk ini yang terbentuk dan berkembang karena keinginan ibu ibu serta hasil panen warga setempat yang dominan jahe dan temulawak di wilayah Dusun Tumpang Sari, Desa Jiyu, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Mitra Usaha Mikro Kecil Menengah Jahe pun perlu melakukan re desain tentang logo dan kemasannya, agar bisa menarik pelanggan yang ada di media sosial. Karena memang dalam kuliah kerja nyata kita memiliki fokus untuk memasarkan produk melalui media sosial dan e-commerce. Disini Mahasiswa Universitas 17 Agustus bermaksud melakukan pengabdian masyarakat dengan melakukan pembuatan desain logo kemasan dan digitalisasi untuk usaha. Kegiatan ini dilakukan untuk agar penjualan bertambah serta dapat mengetahui langsung titik tempat untuk membeli produk jahe. Metode yang digunakan dalam pengabdian mahasiswa di masyarakat ini adalah metode perancangan ulang desain, yaitu mendesain ulang kemasan produk agar terlihat lebih modern tanpa mengubah identitas kemasan. Pembuatan Gmaps untuk usaha mikro, kecil dan menengah. Output masyarakat adalah perencanaan dan perencanaan sosial. Sebagai tempat usaha mikro, kecil dan menengah, diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan. Salah satunya adalah desain kemasan yang menjadi sarana promosi penjualan. Dengan desain kemasan baru yang lebih modern diharapkan penjualan semakin meningkat, jangkauan pelanggan semakin meningkat dan akses ke tempat usaha Mikro Kecil Menengah.

Kata kunci : Desain, UMKM, Desa Jiyu, digitalisasi, Pemasaran

## **Pendahuluan**

Di Desa Jiyu memiliki beberapa dusun yang memiliki icon tersendiri, salah satunya yaitu Dusun Tumpangsari yang memiliki icon yaitu UMKM Jahe dan Temulawak yang sudah dikenal di Kabupaten Mojokerto, dan beberapa daerah di Jawa Timur. Selain Produksi Jahe dan temulawak, di Dusun Tumpangsari sendiri memiliki beberapa UMKM yang tidak kalah bersaing dengan dusun lain yaitu pembuatan tas rajut, pigora. Dusun Tumpangsari Mempunyai greenhouse yang menanam tanaman toga, salah satunya jahe dan Temulawak. Dari hasil menanam tersebut salah satu masyarakat memanfaatkan hasilnya dengan menjual produk jahe merah instan.[1] Dan hasilnya dibuat untuk pemasukan kas dusun tumpangsari sendiri.

Kondisi dari UMKM jahe sendiri sudah sangat baik dalam pemasaran atau pengenalan produk, selain itu produk jahe Dusun Tumpangsari sudah sangat dikenal se-Kabupaten Mojokerto. Karena setiap kali pemerintah daerah Kabupaten Mojokerto menyelenggarakan festival atau bazar UMKM. Produk yang dijual adalah jahe bubuk instan. Tidak hanya menjual jahe bubuk saja melainkan dengan menjual temulawak bubuk. Namun penentuan strategi pengembangan produk yang tepat untuk tahap selanjutnya tetaplah selalu memiliki tantangan tersendiri. Para pelaku UMKM masih kesulitan menjangkau konsumen lebih luas. Bukan itu saja hambatan yang ditemukan dilapangan karena kurangnya manajemen pemasaran, terutama dalam memberikan pemahaman kepada konsumen tentang produk. Dengan perkembangan teknologi informasidan komunikasi, pemasaran UMKM harus mampu memanfaatkan pemasaran berbasis online, baik itu membuat akun Toko Online, dan pemasaran produk UMKM dengan memanfaatkan Media Sosial. Oleh karena itu, kami mencoba untuk memberikan beberapa pengoptimalan strategi pengembangan produk e-commerce yang efektif serta pembuatan akun E-Commerce. Dan Diharapkan pengoptimalan strategi dan pembuatan akun ini dapat bermanfaat untuk meningkatkan pembelian, baik oleh customer baru maupun customer yang pernah bertransaksi membeli produk UMKM di Dusun Tumpangsari.

## **Metode**

Kegiatan pengabdian mahasiswa ini bertujuan untuk mengembangkan desain kemasan baru yang sesuai dengan kebutuhan pemilik UMKM jahe untuk meningkatkan promosi pemasarannya. Metode pelaksanaannya adalah metode sosialisasi dan metode pelatihan terhadap pelaku usaha langsung. Langkah pertama adalah melakukan riset terlebih dahulu ke tempat usaha produksi untuk mendapatkan informasi desain kemasan produk yang saat ini digunakan. Pemilik usaha kemudian ditanya tentang model desaiun yang memenuhi kebutuhan dan keinginan pemilik. Hal ini dilakukan untuk menggali ide desain. Kemudian dilakukan perbandingan logo yang dapat memenuhi persyaratan standar, fungsi, estetika dan tampilan umum kemasan. Hasil desain logo yang digunakan pertama didiskusikan kembali dengan pemilik untuk menentukan hasil akhir dari logo yang di inginkan. Yang kedua melakukan metode sosialisasi pada metode ini dilakukan sebuah sosialisasi atau pengenalan terhadap pelaku UMKM jahe. Sebelummya melakukan

koordinasi terhadap Ibu kepala dusun untuk mengundang para pelaku UMKM berkumpul dirumahnya untuk acara sosialisasi ini. dalam sosialisasi ini disampaikan mengenai bagaimana cara membeli canva di akun shopee, bagaimana cara mendaftar di canva dan bagaimana cara mendesain produk di canva. Pelaku UMKM diberi penjelasan pentingnya gmaps untuk memudahkan konsumen mengetahui lokasi dari UMKM. Yang ketiga melakukan metode pelatihan pada metode ini dilakukan sebuah pelatihan terhadap pelaku UMKM jahe.[2] Setelah diberikan sosialisasi tentang bagaimana cara membeli canva di akun shopee, bagaimana cara mendaftar di canva dan bagaimana cara mendesain produk di canva pelaku UMKM mempraktikkannya. Pelaku UMKM juga dilatih membuat gmaps sesuai dengan yang disosialisasikan sebelumnya. Mahasiswa memantau perkembangan mengenai cara membuat desain logo kemasan produk agar sesuai dengan alur yang dijelaskan. [3] Jika diruntut akan menghasilkan urutan sebagai berikut:

1. Perencanaan: dalam metode perencanaan kami menyusun program tentang mitra UMKM setelah dilakukannya survey dan mengetahui permasalahan yang ada. Permasalahannya adalah tentang pemasaran secara langsung maupun secara digital dan juga dibutuhkannya desain logo dan kemasan untuk hasil yang lebih modern.
2. Diskusi dengan pelaku usaha: menanyakan bagaimana desain logo yang diinginkan dan menanyakan aturan pembuatan logo yang tertulis di sertifikat serta pemilihan warnanya, tata letak tulisannya.
3. Pelaksanaan: dalam pelaksanaan program kerja ini dilakukan selama 3 hari. Pelaksanaan yang berupa pendampingan dan juga praktik langsung dengan mitra bertempat di rumah pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah jahe. kegiatan yang juga dibantu oleh mitra untuk menentukan desain seperti apa yang diinginkan dan dibutuhkan.
4. Melakukan pemantauan: pelaksanaannya dengan melakukan kunjungan setiap hari dengan menanyakan bagaimana perkembangan atau menanyakan tentang kepaahaman pelatihan program kerja. Kegiatan ini bertujuan agar pelaku Usaha Mikro Kecil menengah paham akan langkah langkahnya supaya tidak ada kesalahan dalam menjalankan desain logo kemasan produk.
5. Evaluasi: Tahap ini dilakukan setiap kali setelah memantau bagaimana hasil dari program kerja yang telah dijalankan agar pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah memahami apa yang sudah disosialisasikan dan dipraktekan pada hari hari sebelumnya. Materi yang diberikan bisa diterapkan dalam keseharian untuk mencapai target yang diinginkan.

## Hasil dan Pembahasan

Mengunjungi rumah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah, dan berdiskusi menanyakan bagaimana logo awal, warna seperti apa yang di minta apa yang harus dirubah serta ukuran yang akan dicetak menjadi stiker.



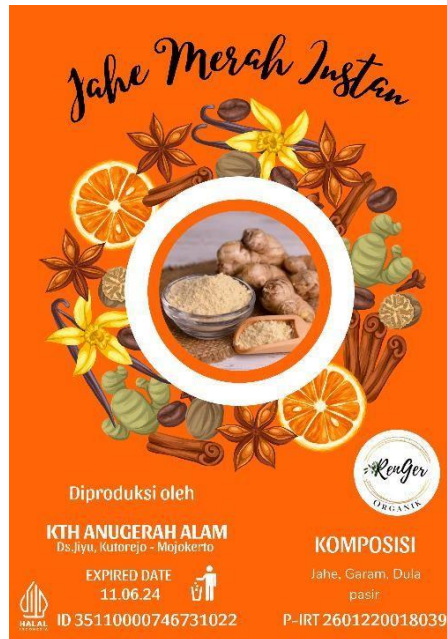
Gambar 1. Sedang melakukan diskusi dengan pelaku usaha

Kemasan logo produk jahe memiliki ukuran 6cm X 6cm seperti gambar dibawah ini.



Logo desain awal milik UMKM

Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM. Desain logo kemasan ingin dibuat dengan ukuran yang lebih besar karena, tulisan terlalu kecil sehingga sulit dibaca. Desain kemasan yang baru dibuat lebih besar agar informasi yang ada di desain logo kemasan terbaca dengan jelas. Dibawah ini adalah desain logo kemasan yang baru dengan ukuran 10cm X 7cm dengan desain yang modern serta warna yang lebih menarik. Desain logo yang dibuat sudah sesuai dengan yang daftarkan dalam hak cipta.



Logo Desain yang baru

Dengan desain logo yang baru ini dibuat lebih simple dan sederhana. Paduan warna oren yang segar dimata serta tulisan informasi yang dibuat lebih besar agar pembeli bisa melihat jelas. Logo sebelumnya sangat kecil sehingga pembeli kesulitan untuk membaca informasi yang tercantum dalam produk jahe.

## Simpulan

Melalui visual branding dengan menggunakan label dan logo produk yang telah didesain tentunya akan mempermudah mitra dalam mengenalkan produk minuman bubuk kepada masyarakat selain di lingkungan sekitarnya. logo produk menjadi pembeda antara merek produk mitra dengan produk kompetitornya, sehingga produk dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen dan tentunya diharapkan akan meningkatkan daya tarik pembeli secara lebih luas. Penjualan UMKM Jahe dapat ditingkatkan dengan desain ulang kemasan produk. Kemasan produk yang diperbaharui tidak meninggalkan karakter apapun bagi pelanggan lama, namun memberikan kesan baru yang lebih menarik dan mudah diingat bagi calon pelanggan baru. Desain logo dan kemasan yang baru diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan di dalam dan kota, tidak selalu warga lokal desa.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji bagi Allah SWT, Berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis sendiri, melainkan juga adanya bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berdana di Desa Jiyu, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto.
2. Bapak Doan Widhiandono, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Lapangan
3. Terima kasih kepada pemilik UMKM Jahe, Bu Sum yang telah menerima tim kami dengan sangat baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Wahyudi, P., & Nurcahyo, Y. E. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2023). Perancangan Logo Produk Minuman Jamu Cair Herbal Merek Alenk Jaya: Perancangan Logo Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 4(01), 7-16.

br Purba, A. S., & Panjaitan, F. A. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2022). PELATIHAN UMKM DALAM MENGEMBANGKAN PACKAGING USAHA IBU-IBU PKK di DEMAK SELATAN SURABAYA. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 1(02), 570-576.

Intan Kusumaningayu, S. T., & Rolalisasi, A. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (2020). RE-DESAIN KEMASAN SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN OMSET PADA UMKM PIA “MAHEN” DI KECAMATAN PANDAAN, KABUPATEN PASURUAN.

- [1] Adiati Trihastuti, “Pendampingan Usaha UMKM Fajar dalam Menghadapi Dampak Pandemi COVID-19,” *J. Adipati*, vol. 01, no. No 01, p. 8, 2022, doi: 2828 5980.
- [2] Indartuti, E., & Maduwinarti, A. (2021). PKM Pemanfaatan Limbah Kurma Dan Buahnya Menjadi Minuman Kopi, Susu Kurma Pada UMK OEMAH KURMA “NAF” Di Kelurahan MedokanAyu, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- [3] S. Nasional, H. Riset, A. Dutahatmaja, F. R. Masruchin, L. Hakim, and A. Fajar, “Pendampingan Branding Desain dan Kemasan Produk Di Wisata Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo E-proceeding 2 nd SENRIABDI 2022,” vol. 2, pp. 63–80, 2022.
- [4] I. Kusumaningayu, A. Rolalisasi, I. K. L. E. Cahyo, and M. R. Kurniawan, “Re-Desain Kemasan Sebagai Strategi Peningkatan Omset Pada Umkm Pia ‘Mahen’ Di Kecamatan Pandaan,Kabupaten Pasuruan,” pp. 111–118, 2020.