

Strategi Pemberdayaan UMKM: Pendampingan Desain Logo dan Kemasan Produk Olahan Lele sebagai Upaya Peningkatan Citra Produk di Desa Begalanlimo

Amanda Rae Irawan

(Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: amandaraeirawan61@gmail.com

Christina Melyana Akede

(Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: christina.akede@gmail.com

Haidar Maulana Alfianto

(Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Email: haidarmaulana01@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini membahas strategi pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Begalanlimo melalui program pendampingan desain logo dan kemasan produk olahan lele. Tujuan utama dari penelitian ini adalah meningkatkan citra produk UMKM di tingkat lokal dan mendukung pertumbuhan ekonomi di desa tersebut. Penelitian dilakukan dengan pendekatan partisipatif, melibatkan pelaku UMKM beserta para anggota karang taruna dalam proses pengembangan desain. Analisis kebutuhan desain dilakukan dengan mempertimbangkan preferensi konsumen dan karakteristik pasar lokal. Selanjutnya, implementasi program pendampingan melibatkan bimbingan praktis dalam pembuatan logo dan kemasan, dengan fokus pada elemen-elemen yang dapat meningkatkan daya tarik produk. Hasil evaluasi program menunjukkan adanya perubahan positif dalam citra produk UMKM terutama olahan lele di Desa Begalanlimo. Peningkatan minat pada desain dan minat terhadap produk UMKM menjadi indikator keberhasilan, sementara perubahan persepsi masyarakat terhadap produk diharapkan dapat menciptakan dampak yang signifikan. Artikel ini juga membahas tantangan yang dihadapi selama implementasi dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan program serupa di desa-desa lain. Dengan menggabungkan pendekatan partisipatif dan strategi desain yang tepat, program ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat UMKM lokal dan menciptakan lingkungan bisnis yang berdaya saing. Artikel ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pemerintah lokal, lembaga pengembangan, dan pelaku usaha dalam mengembangkan program serupa untuk meningkatkan citra produk UMKM di tingkat desa.

Kata Kunci: Pendampingan, Desain, Logo, Kemasan, UMKM

ABSTRACT

This article discusses the empowerment strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises in Begaganlimo Village through a mentorship program focusing on the design of logos and packaging for processed catfish products. The primary objective of this research is to enhance the image of MSME products at the local level and support economic growth in the village. The study adopts a participatory approach, involving MSME actors and members of the youth organization (karang taruna) in the design development process. Design needs analysis considers consumer preferences and local market characteristics. Subsequently, the mentorship program implementation involves practical guidance in creating logos and packaging, with a focus on elements that can enhance product appeal. The program evaluation results indicate positive changes in the image of MSME products, particularly catfish-based products, in Begaganlimo Village. Increased interest in design and product preference serves as indicators of success, while changes in community perceptions are expected to create a significant impact. The article also discusses challenges faced during implementation and provides recommendations for the development of similar programs in other villages. By combining a participatory approach with effective design strategies, this program makes a tangible contribution to strengthening local MSMEs and creating a competitive business environment. This article aims to offer practical guidance for local governments, development agencies, and business stakeholders in developing similar programs to enhance the image of MSME products at the village level.

Keywords: Mentorship, Design, Logo, Packaging, MSMEs

PENDAHULUAN

Di tengah arus globalisasi dan perubahan dinamika pasar, peran sentral daya saing produk menjadi semakin menonjol sebagai faktor kunci dalam kesuksesan berbagai usaha. Dalam pandangan ini, desain logo dan kemasan bukan lagi sekadar elemen tambahan, melainkan fondasi utama dalam membentuk identitas produk dan menarik perhatian konsumen. Di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada produk olahan lele, desain tidak hanya menjadi penunjang estetika visual, tetapi juga menjadi instrumen strategis yang efektif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar global. Desa Begaganlimo, sebagai fokus penelitian ini, menjadi cerminan nyata dari dinamika masyarakat pedesaan yang turut serta dalam menggerakkan roda perekonomian lokal melalui UMKM, terutama dalam sektor produksi olahan lele. Dalam konteks

ini, desain logo dan kemasan produk tidak hanya berperan sebagai elemen visual yang mempercantik, tetapi juga menjadi wujud nyata dari keunikan dan kualitas produk olahan lele yang dihasilkan oleh UMKM setempat.

Pada dasarnya logo dan kemasan merupakan hal yang sangat krusial untuk suatu produk. Simbol atau lambang merupakan visualisasi dari identitas merek dalam berbagai bentuk seperti ideogram, simbol, lambang, ikon, atau tanda. Bagian fisik utama yang menandai suatu merek adalah logonya. Sebuah logo yang efektif diharapkan mampu mengkomunikasikan semua aspek non-materi yang membentuk inti perusahaan, termasuk visi, misi, nilai, dan budaya perusahaan. Bukan hanya itu logo juga sangat penting untuk suatu bisnis membangun sebuah merek. Menurut (Destrina et al., 2022), memiliki merek sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat. Selain logo, desain kemasan pun juga membantu sebuah produk menunjang kesuksesannya. Karena memang sesungguhnya kemasan produk memberikan pengaruh dimata konsumen. Melalui kemasan tersebut, konsumen menerima pesan mengenai isi produk di dalamnya. Hal ini dapat disampaikan baik melalui informasi tertulis yang terdapat pada kemasan maupun melalui penampilan kemasan itu sendiri yang memberikan citra atau kesan khusus di mata konsumen. Oleh karena itu, konsumen dapat membuat keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk berdasarkan informasi dan kesan yang diterima melalui kemasan tersebut. Sebuah desain kemasan yang bagus memberikan sebuah nilai tambah terhadap produk yang dikemasnya.(Christine Suharto Cenadi, 2000, Jurnal Nirmana, Vol.2 No.1 Hal.92). Dikarenakan fungsinya yang signifikan, maka kreativitas bentuk kemasan memang harus disesuaikan dengan perkembangan zaman dan trend pemasaran. Pengemasan merupakan proses perancangan dan pembuatan wadah atau bungkus sebagai bagian dari suatu produk (Kotler & Keller, 2009:27). Namun, sebenarnya kemasan tidak hanya berperan sebagai pembungkus semata, karena kemasan mampu menciptakan kesan yang mendalam pada pandangan pertama, memikat konsumen untuk menyukai suatu produk, dan akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian atau membatalkan pembelian tersebut.

Penelitian ini melibatkan penyelidikan mendalam mengenai strategi pemberdayaan UMKM, dengan fokus khusus pada program pendampingan desain logo dan kemasan. Pemahaman mendalam tentang produk olahan lele menjadi pusat perhatian, mengingat kekayaan sumber daya

lokal dan potensi pengembangan produk di sektor ini. Dalam pendekatan ini, desain tidak hanya dilihat sebagai unsur visual semata, melainkan sebagai alat strategis yang mampu menyampaikan narasi produk secara kuat, meningkatkan daya saing, dan memikat hati konsumen di pasar yang semakin kompleks.

Melalui artikel ini, kita akan menjelajahi bagaimana strategi pemberdayaan UMKM, terutama melalui desain logo dan kemasan produk olahan lele, dapat berfungsi sebagai pendorong utama dalam meningkatkan citra produk lokal. Dengan memahami kompleksitas faktor-faktor ini, kita dapat membuka pintu menuju pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan memberdayakan UMKM di Desa Begaganlimo serta di berbagai desa sejenis di seluruh dunia.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini mengadopsi metodologi yang komprehensif untuk mengimplementasikan program pendampingan desain logo dan kemasan produk olahan lele dengan tujuan utama meningkatkan citra produk UMKM di Desa Begaganlimo. Tahap awal melibatkan identifikasi para pelaku UMKM dan warga setempat, khususnya anggota karang taruna, yang akan menjadi fokus dalam pengimplementasian pendampingan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan representasi yang tepat sasaran dari para pelaku desa. Survei awal kemudian dilakukan untuk mengevaluasi pemahaman UMKM terkait desain logo dan kemasan produk, sambil mengidentifikasi masalah spesifik yang dihadapi. Hasil survei memberikan wawasan awal yang diperlukan untuk merancang program pendampingan yang relevan. Selanjutnya, desain program pendampingan dikembangkan berdasarkan temuan survei, termasuk strategi pelatihan seperti penyiapan materi, pendekatan melalui konsultasi dengan warga setempat, dan penyediaan sumber daya desain yang disesuaikan dengan kebutuhan unik UMKM. Program ini dirancang dengan memastikan keberlanjutan melalui pendekatan terpersonal dan penyesuaian materi pelatihan dengan kendala desain spesifik pada produk olahan lele.

Pelaksanaan program pendampingan melibatkan penyelenggaraan sesi pelatihan berkala dan sesi konsultasi individu dengan kelompok mahasiswa KKN R5 Untag Surabaya. UMKM diberdayakan untuk mengembangkan keterampilan desain praktis dan menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari pada produk mereka. Kolaborasi dengan warga lokal yang memahami desain menjadi komponen penting untuk memastikan bahwa nilai-nilai lokal tercermin dalam desain produk. Evaluasi perkembangan dilakukan melalui analisis berkala terhadap desain produk dan dampaknya

terhadap citra produk di pasar lokal. Data survei dan hasil evaluasi digunakan untuk mengevaluasi efektivitas program pendampingan dan menarik kesimpulan terkait perubahan citra produk dan keberhasilan UMKM dalam mengimplementasikan desain baru.

Penelitian ini akan ditutup dengan penyusunan laporan kelompok yang mencakup perubahan yang terjadi beserta rekomendasi untuk pengembangan program pendampingan desain logo dan kemasan produk di desa-desa lainnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan program pendampingan dapat memberikan dampak positif pada citra berbagai macam produk UMKM dan juga UMKM olahan lele yang baru dibentuk di Desa Begaganlimo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan desain logo dan kemasan produk olahan lele di Desa Begaganlimo berhasil memberikan dampak positif terhadap citra produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan pelaku UMKM dan anggota karang taruna termasuk masyarakat desa ini mampu meningkatkan minat terhadap desain dan produk UMKM di tingkat lokal. Evaluasi program menunjukkan adanya perubahan positif yang signifikan dalam persepsi masyarakat terhadap produk olahan lele, khususnya yang terkait dengan elemen desain. Melalui program dalam pengabdian ini Desa Begaganlimo terlihat memberikan dampak positif yang terukur terhadap citra produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam minat konsumen terhadap desain produk, yang tercermin dalam peningkatan penjualan dan daya tarik produk di pasar lokal. Data hasil evaluasi yang didapat adalah Peningkatan Minat Konsumen yang pada saat sebelum program dilaksanakan 40% responden menyatakan minat rendah terhadap desain-desain produk. Hampir banyak dari penduduk yang tidak seberapa memedulikan tentang masalah logo dan juga kemasan. Setelah program terlaksana minat dari para responden dan audiens meningkat menjadi 85%, menunjukkan peningkatan yang signifikan. Lalu, hasil lainnya yang didapat adalah dalam hal Persepsi Masyarakat terhadap Produk itu sendiri. Sebelum program berjalan 60% responden memiliki persepsi biasa terhadap produk olahan lele. Bahkan banyak dari para warga yang tidak seberapa berminat terhadap produk olahan lele dikarenakan produk olahan dari lele merupakan olahan yang bisa dibilang unik. Namun setelah program terlaksanakan, persepsi positif warga meningkat menjadi 90%, menunjukkan perubahan signifikan dalam citra produk. Peningkatan minat dan perspektif para warga sekaligus audiens menjadi indikator kesuksesan yang dapat

diukur, menandakan bahwa program pendampingan desain logo dan kemasan memberikan nilai tambah yang konkret bagi UMKM di Desa Begalanimo.

Peningkatan minat konsumen yang signifikan dapat diatribusikan kepada penerapan strategi desain yang efektif dan mempertimbangkan preferensi konsumen serta karakteristik pasar lokal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelibatan anggota karang taruna dan warga lokal dalam proses pengembangan desain menjadi faktor kunci keberhasilan program. Keterlibatan mahasiswa pengabdian Untag Surabaya dalam sesi pelatihan dan konsultasi individu juga berkontribusi positif terhadap peningkatan keterampilan desain UMKM. Selain itu, data peningkatan penjualan mencerminkan bahwa desain yang menarik mampu memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing produk olahan lele di tingkat lokal. Perubahan positif dalam persepsi masyarakat terhadap produk juga dapat menciptakan dampak jangka panjang terhadap loyalitas konsumen dan citra merek UMKM.

Strategi pemberdayaan UMKM melalui pendampingan desain logo dan kemasan produk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Desa Begalanimo. Desain bukan hanya menjadi unsur estetika, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing produk olahan lele di pasar yang semakin ketat. Keberhasilan program ini dapat dijadikan contoh untuk pengembangan program serupa di desa-desa lain.

Meskipun program ini berhasil mencapai hasil positif, beberapa tantangan selama implementasi perlu dicatat. Beberapa UMKM menghadapi kendala dalam mengadaptasi desain yang sesuai dengan karakteristik produk olahan lele. Oleh karena itu, rekomendasi untuk pengembangan program serupa di desa-desa lain melibatkan penyelarasan lebih lanjut dengan kebutuhan dan kendala unik masing-masing komunitas.

Dengan menggabungkan pendekatan partisipatif, pelibatan aktif warga lokal, dan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar, program ini bukan hanya memberikan solusi desain yang efektif tetapi juga memberdayakan UMKM untuk bersaing dalam pasar yang dinamis. Data hasil evaluasi menjadi landasan yang kuat untuk mereplikasi program serupa di berbagai konteks desa, memberikan panduan konkret bagi pemerintah lokal, lembaga pengembangan, dan pelaku usaha dalam meningkatkan citra produk UMKM di tingkat desa.

KESIMPULAN

Dalam konteks pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Begaganlimo melalui program pendampingan desain logo dan kemasan produk olahan lele, penelitian ini menghasilkan temuan yang menggembirakan. Tujuan utama penelitian ini adalah meningkatkan citra produk UMKM di tingkat lokal sambil mendukung pertumbuhan ekonomi desa. Dengan menerapkan pendekatan partisipatif dan strategi desain yang tepat, program ini berhasil menciptakan perubahan positif dalam citra produk, khususnya pada produk olahan lele di Desa Begaganlimo. Antusiasme warga sangat tinggi sehingga pelaksanaan program berjalan sesuai perencanaan.

Metodologi yang digunakan mencakup identifikasi responden dengan melibatkan pelaku UMKM beserta perwakilan anggota karang taruna, ibu-ibu PKK, dan warga sekitar sebagai penerima pendampingan. Survei awal dilakukan untuk mengevaluasi pemahaman UMKM tentang desain logo dan kemasan produk serta mengidentifikasi masalah yang dihadapi. Desain program pendampingan dikembangkan berdasarkan temuan survei, melibatkan strategi pelatihan dan pendekatan konsultasi individu. Selama pelaksanaan program, sesi pelatihan dan konsultasi individu dilakukan secara berkala dengan melibatkan kelompok mahasiswa sebagai fasilitator. Kolaborasi dengan desainer lokal dan pemantauan evaluasi terhadap perkembangan UMKM menjadi kunci sukses program ini. Hasil evaluasi program menunjukkan peningkatan minat pada desain dan produk, memberikan indikasi keberhasilan pendampingan. Meskipun terdapat beberapa tantangan selama implementasi, artikel ini memberikan rekomendasi untuk pengembangan program serupa di desa-desa lain. Solusi yang diusulkan melibatkan pelatihan khusus untuk desain logo, bimbingan praktis dalam merancang kemasan, penyediaan sumber daya desain, dan tambahan kolaborasi dengan desainer lokal.

Dengan demikian, program pendampingan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat UMKM lokal dan menciptakan lingkungan bisnis yang berdaya saing. Selain itu, artikel ini diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi bagi peneliti dan akademisi yang tertarik untuk menjalankan penelitian lebih lanjut mengenai pemberdayaan UMKM melalui pendampingan desain. Pada tingkat yang lebih luas, diharapkan artikel ini dapat menyumbang pada literatur mengenai pemberdayaan UMKM, dengan memberikan sudut pandang yang berfokus pada peran desain logo dan kemasan. Dengan merinci pendekatan partisipatif dan kolaboratif, artikel ini juga

diharapkan dapat mendorong penelitian lanjutan dalam bidang ini. Dengan kesuksesan program ini di Desa Beganganlimo, dapat menjadi inspirasi bagi desa-desa lain untuk mengadopsi strategi serupa dalam pemberdayaan UMKM mereka

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan tulus dan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dan memberikan dukungan dalam kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Pertama-tama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang senantiasa melimpah dalam setiap langkah kami.

Tak lupa, penghargaan juga penulis sampaikan kepada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan wadah dan kesempatan bagi kami untuk berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Desa Beganganlimo, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, yang telah membuka pintu dan memberikan kerjasama yang luar biasa selama pelaksanaan kegiatan ini.

Ucapan terima kasih setinggi-tingginya juga penulis tujukan kepada Ibu Rizky Dwijayanti, S.IP, M.IP, selaku dosen pembimbing lapangan dalam kegiatan pengabdian ini. Bimbingan, arahan, dan inspirasi yang Ibu berikan telah menjadi pilar utama dalam kesuksesan pelaksanaan kegiatan ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Untag Surabaya yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang sangat berarti dalam memperlancar seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat kami.

Tak lupa, penghargaan khusus juga penulis sampaikan kepada teman-teman satu kelompok pengabdian, Kelompok Reguler 5. Kerjasama, semangat, dan dedikasi yang luar biasa dari setiap individu dalam kelompok Reguler 5 menjadi pilar kesuksesan kita bersama dalam kegiatan pengabdian kali ini.

Semua dukungan, bimbingan, dan kerjasama yang telah diberikan oleh semua pihak tidak hanya memastikan kelancaran kegiatan pengabdian, tetapi juga menjadi landasan kuat untuk memberikan dampak positif pada masyarakat. Penulis berharap semoga setiap upaya yang penulis keluarkan dapat memberikan manfaat dan berkelanjutan dalam memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Terima kasih atas kepercayaan dan dukungan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

Masayu Endang Apriyanti. 2018. "PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN PRODUK PERUSAHAAN". sosio e-kons, Volume (10):20-27, April

Nurul Ainun.Altri Wahida. 2023. "PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM". Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, Volume (6): 2614-3259, Januari

Christine Suharto Cenadi, (2000), "Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran", Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, Vol. 2 No. 2, ISSN 0215-0905.

Panji Hendrarso, M.M. 2017, "DISTINCTIVE CAPABILITY AND CUSTOMER DEMANDS IN SUPPORTING VALUE CREATION AND ITS IMPLICATION ON CORPORATE IMAGE AND MARKETING PERFORMANCE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS: A SURVEY AT PRIVATE HIGHER EDUCATIONS IN JAKARTA". Asian Journal of Management Sciences & Education, Volume (6):100-110, April

Aulia Afra Destrina. 2022. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo". literasi, Volume (2)2:1473-1478, Agustus