

## PELATIHAN DESIGN KEMASAN LOGO PRODUK DALAM STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN SELURUH MITRA UMKM

**Muhamad Aji Pratama**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

[muhammadaji3245@gmail.com](mailto:muhammadaji3245@gmail.com)

**Ali Sri Majid**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

[alisrimajid@gmail.com](mailto:alisrimajid@gmail.com)

**Katarina Klaudia Indriani**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

[indrianiketi@gmail.com](mailto:indrianiketi@gmail.com)

### **Abstrak**

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk Mitra UMKM di Desa Jatidukuh, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto melalui pelatihan desain logo dan kemasan. Program Kuliah Kerja Nyata Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dilaksanakan dengan kolaborasi antara mahasiswa dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Desa Jatidukuh, yang mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian dan perdagangan, memiliki Mitra UMKM yang belum dikenal secara luas, menyebabkan penurunan penjualan. Dalam mengatasi permasalahan ini, mahasiswa menyelenggarakan pelatihan dengan fokus pada penerapan desain logo modern dan kemasan yang menarik. Metode pelaksanaan melibatkan survey lokasi, penandatanganan kesepakatan dengan kepala desa, dan pelatihan langsung di rumah mitra UMKM. Materi pelatihan mencakup penerapan desain logo modern, kunci sukses dalam kemasan dan logo, cara pembuatan logo yang menarik, desain yang sederhana, dan kemasan yang sesuai dengan makna logo. Program ini dijadwalkan selama 12 hari dengan intensitas penuh dalam satu hari, berlokasi di Balai Desa Jatidukuh. Diharapkan pelatihan ini dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk Mitra UMKM dan secara positif memengaruhi penjualan di wilayah tersebut.

**Kata Kunci:** UMKM, Pelatihan, Desain, Logo dan Kemasan

### **Abstract**

*This study aims to enhance the attractiveness and sales of UMKM Partner products in Jatidukuh Village, Gondang Subdistrict, Mojokerto Regency through logo and packaging design training. The Real Work Lecture Program at the 17th of August 1945 University Surabaya is conducted in collaboration between students and the Institute for Research and Community Service (LPPM). Jatidukuh Village, where the majority of the population is engaged in agriculture and trade, has UMKM Partners whose products are not widely known, leading to declining sales. To address this issue, students organized training with a focus on applying modern logo design and appealing packaging. The implementation method involves location surveys, signing agreements with the village chief, and direct training at the UMKM Partner's homes. Training materials include the application of modern logo design, keys to success in packaging and logos, how to create an attractive logo, simple design techniques, and packaging that aligns with the logo's meaning. The program is scheduled for 12 days with full-day intensity, located at the Jatidukuh Village Hall. It is expected that this training*

*will increase the community's interest in UMKM Partner products and positively impact sales in the area*

**Keywords:** MSMEs, Training, Design, Logo and Packaging

## **Pendahuluan**

Kuliah kerja nyata merupakan mata kuliah intra kurikuler yang diselenggarakan oleh akademik di seluruh perguruan tinggi yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa dengan tujuan meningkatkan kemampuan, dan wawasan mahasiswa sebagai bekal kehidupan dimasa mendatang. Program KKN ini menjadi bentuk kontribusi nyata mahasiswa kepada masyarakat. Program ini dilaksanakan dengan bantuan, dan bimbingan dari LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat). Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dilaksanakan di Desajatihdukuh, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Mayoritas Masyarakat di Desa jatihdukuh bekerja dibidang pertanian dan perdagangan. Di desa jatihdukuh sendiri memiliki Mitra UMKM yang mana Mitra UMKM tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat desa. Kemasan produk merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran karena kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pembungkus produk, namun untuk menambah nilai jual suatu produk Putri Noraisya (2009: 1 – 2). Dalam lingkup bisnis, penjualan tidak selalu meningkat, kadang-kadang turun, atau berubah- ubah. Karena persaingan yang ketat, banyak perusahaan pesaing menjual produk yang sama Anggun dan Anom (2023). Banyaknya manfaat penggunaan media sosial Instagram dalam mengembangkan UKM merupakan salah satu faktor pendorong yang kuat bagi UKM untuk terus memanfaatkan media sosial dalam rangka mengembangkan usahanya, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi. hal ini senada dengan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap manfaat penggunaan teknologi informasi merupakan salah satu faktor pendorong bagi UKM untuk menggunakan media teknologi Winda Dwi dan Ida Pratiwi (2023: 60 -61). Tagline adalah kalimat singkat yang digunakan dalam menyampaikan pesan yang jelas dengan cara yang mudah diingat Irfani Trinisa (2023:77). Hukum Permintaan menyatakan bahwa, ketika variabel lain tetap, kenaikan harga suatu produk atau jasa menyebabkan penurunan jumlah produk atau jasa yang diminta Dimas dan Suparta (2023: 129- 130).

Banyak produk dari Mitra UMKM belum dikenal oleh masyarakat, sehingga penjualan terus menurun dan tidak mencapai target bulanan. Produk Mitra UMKM seringkali terlalu sederhana tanpa desain logo dan kemasan yang menarik. Hal ini membuat nilai jual produk kurang, karena keberadaan seni dalam desain logo dan kemasan dapat membuat produk lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat. Pembuatan desain logo dan kemasan bertujuan untuk meningkatkan daya tarik merek dagang, memudahkan produk dikenali, dan meyakinkan masyarakat untuk membeli produk dari Mitra UMKM. Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya mengadakan pelatihan ini dengan harapan dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk Mitra UMKM dan meningkatkan penjualan di Desa Jatidukuh.

## **Metode Pelaksanaan**

### **Survey Lokasi**

Tujuan utama dari inisiatif pelatihan desain kemasan logo produk ini adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada semua mitra UMKM yang terlibat. Pelaksanaan KKN dijadwalkan pada tanggal 13 hingga 14 Januari 2024, dengan total durasi

program selama 12 hari. Program ini akan diterapkan dengan intensitas penuh dalam satu hari. Lokasi pelaksanaan kegiatan ini berada di Balai Desa Jatidukuh, Kecamatan Gondang,

Kabupaten Mojokerto. Pemilihan tempat ini didasarkan pada pertimbangan aksesibilitas dan partisipasi aktif mitra UMKM dari wilayah tersebut.

#### **Penandatanganan Mitra**

Kepala desa sebagai pihak yang memberikan ijin pelaksanaan program kerja kerangka berpikir kepada perwakilan mahasiswa untag Surabaya.

#### **Pelatihan**

Pada pelatihan ini diadakan di rumah masing – masing mitra UMKM Adapun beberapa aspek materi yang akan disampaikan yaitu:

1. Penerapan Desain logo yang modern
2. Kunci sukses di segala kemasan dan logo
3. Cara pembuatan logo yang menarik
4. Bagaimana membuat desain yang simple
5. Mendesain kemasan yang sesuai dengan makna logo

Sebelum program kerja dilakukan, terlebih dahulu dilakukan survey ke pada pelaku UMKM wilayah Desa Jatidukuh kecamatan Gondang kabupaten Mojokerto dengan membawa buku pelatihan untuk Mitra. Kami meminta ijin dan arahan ke kepala desa untuk mendapatkan waktu dan dapat bertemu dengan Mitra UMKM langsung kepada rumah produksi.

#### **Hasil Dan Pembahasan**

Sebelum itu banyak mitra yang membuat logo standar yang sudah ada di pasaran sehingga tidak memiliki ciri khas tersendiri yang membuat pelanggan tidak dapat mengetahui mana produk dari mitra tersebut. Pada kesempatan ini kami melakukan pelatihan kepada seluruh mitra ada berbagai mitra dari umkm singkong, pisang, dan samiler. Lalu untuk mitra produktif ada pada umkm samiler. Umkm ini memiliki kurang lebih 5 karyawan namun diantara semua karyawan tidak ada yang bisa desain logo maka dari itu bentuk inilah logo dari umkm samiler sebelum di ubah.



**Gambar 3.1 Kemasan Awal**

Setelah di lakukan pelatihan desain hasil dari pelatihan ini adalah desain produk yang langsung diaplikasikan pada produk yang telah dibuat. Hal ini ditujukan agar Mitra UMKM Samiler mempunyai gambaran kecocokan desain Logo dan kemasan dengan produk yang telah dibuat. Adapun hasil dari pelatihan logo ini dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 3.2 Logo UMKM Samiler**

Setelah mendapatkan hasil pelatihan dan logo yang sudah ditentukan Langkah selanjutnya adalah membuat kemasan yang sesuai dengan warna logo sehingga lebih bersinergi. Pembuatan kemasan harus ada logo, PIRT, keterangan rasa, gambar produk, kualitas produk, logo halal, keterangan berat, barcode, deskripsi produk, Alamat produk, dan produsennya.



**Gambar 3.3 Tampak depan kemasan**

Berikut ini adalah bentuk desain belakang kemasan pada mitra umkm Samiler



Gambar 3.4 Tampak belakang kemasan

Berikut ini merupakan hasil rendering dari situs smartmockeups.com tampak desain depan dan desain belakang



Gambar 3.5 Hasil Rendering Kemasan

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelatihan yang telah dilakukan kepada para pelaku mitra umkm hanya ada beberapa mitra umkm yang produktif yaitu umkm samiler. UMKM ini memang bertujuan untuk pengembangan yang lebih jauh dari sebelumnya dengan mengganti logo yang baru dan membuat kemasan yang menarik sehingga membuat pelanggan lebih mengetahui tentang umkm samiler. Disamping itu para pelaku umkm juga dapat meniru cara dari umkm samiler dengan membuat desain logo yang identik dan menarik setelah itu dilakukan pemasaran yang lebih mendalam.

## Daftar Pustaka

- Arifin, S. (2023, 06 14). Creative, Desain & Multimedia. From Mengenal Logo Lebih Dekat: Pengertian, Tujuan dan Manfaatnya: <https://www.gamelab.id/news/2538-mengenal-logo-lebih-dekat-pengertian-tujuan-dan-manfaatnya>
- Cinthya. (2023, 11 30). Marketing & Manajemen. From Pengertian Logo: Jenis, Fungsi dan Kriteria Logo yang Efektif: <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-logo/>
- Dewaweb Team. (2023, April 28). Digital Marketing. From Pengertian Canva, Fitur, dan Panduan Cara Menggunakannya: <https://www.dewaweb.com/blog/cara-menggunakan-canva/>
- FlexyPack. (2022, Februari 10). Mitra Flexy. From Desain Kemasan Produk: Pengertian, Fungsi dan Prinsipnya untuk Bisnis: <https://flexypack.com/news/desain-kemasan-produk>
- Indana, W. (2023, August 25). Tutorial. From Desain Kemasan Produk: Pengertian, Manfaat dan Cara Membuatnya: <https://www.opaper.app/blog/desain-kemasan-produk>
- Itsnaini, F. M. (2021, 04 16). Detikpedia. From Pengertian Desain, Fungsi, dan Tujuannya: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5534213/pengertian-desain-fungsi-dan-tujuannya>
- Nugroho, F. T. (2023, Agustus 22). Ragam. From Pengertian Desain Grafis, Unsur, Jenis, dan Prinsip-prinsipnya: <https://www.bola.com/ragam/read/5376755/pengertian-desain-grafis-unsur-jenis-dan-prinsip-prinsipnya>
- Sendari, A. A. (2023, Mei 19). Pengertian Desain. From Pengertian Desain dan Jenis-jenisnya, Kenali Lebih Dalam: <https://www.liputan6.com/hot/read/5290689/pengertian-desain-dan-jenis-jenisnya-kenali-lebih-dalam>
- Al Hakim, D. D., & Suparta, I. (2023). ANALISIS PERMINTAAN RUMAH TANGGA TERHADAP AIR PDAM DI KELURAHAN KEDUNGDORO KOTA SURABAYA. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 129 -138.
- Herdianti, I. T., Pujiyanto, A., & Andayani, S. (2023). PENGARUH TAGLINE DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LUWAK WHITE KOFIE PADA MASYARAKAT PENIKMAT KOPI DI SIDOARJO. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9, 1.
- Kurniawati, A. D., Maruta, A., & Andayani, S. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MOBIL MERK WULING PADA PT. PUTRA PERDANA INDONIAGA. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 16 - 17.
- Octavia, W. D., Pratiwi, N. I., & Nasution, U. C. (2023). Pengaruh Konten Instagram Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9, 60 - 61.
- Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Label Packaging pada Produk Olahan Pisang di Desa Kebondalem, Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 06, 1 -4.