

Pendampingan Desain Logo dan Kemasan untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal

Dicky Wisnu Usdek Riyanto

Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

email: dicky@umm.ac.id

Article History:

Received Juni 16, 2024;

Revised : Juni 30, 2024;

Accepted : Juli 18, 2024;

Publish : Juli 20, 2024

Keywords: Logo, packaging, SMEs

Abstract: *This service aims to increase the competitiveness of small and medium enterprises (SMEs) by developing effective logo and packaging designs. Logo and packaging design play an important role in building brand identity, attracting consumer attention, and differentiating products from competitors in a competitive market. However, many SMEs face challenges in managing and developing designs that suit the characteristics and values of their products. This service approach involves several strategic methods, including analysis of the needs and challenges of SMEs, workshops and training for education about design, direct assistance in design development, as well as ongoing monitoring and evaluation of design implementation. Through this approach, SMEs can increase their understanding of the importance of logo and packaging design, overcome implementation barriers, and increase their products' competitiveness in local and global markets. The service results showed a significant increase in the quality of logo and packaging design, positive responses from consumers, and an increase in SME brand recognition. The conclusion of this service highlights the importance of a holistic and sustainable approach in developing logo and packaging design as an integral part of SME marketing strategy. It is hoped that the experience from this service can provide inspiration and guidance for other SMEs to utilize logo and packaging design as a strategic tool in increasing the competitiveness and sustainability of their business.*

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha kecil menengah (UKM) melalui pengembangan desain logo dan kemasan yang efektif. Desain logo dan kemasan memainkan peran penting dalam membangun identitas merek, menarik perhatian konsumen, dan membedakan produk dari pesaing di pasar yang kompetitif. Namun, banyak UKM menghadapi tantangan dalam mengelola dan mengembangkan desain yang sesuai dengan karakteristik dan nilai-nilai produk mereka. Pendekatan pengabdian ini melibatkan beberapa metode strategis, termasuk analisis kebutuhan dan tantangan UKM, workshop dan pelatihan untuk edukasi tentang desain, pendampingan langsung dalam pengembangan desain, serta monitoring dan evaluasi berkelanjutan terhadap implementasi desain. Melalui pendekatan ini, UKM dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya desain logo dan kemasan, mengatasi hambatan dalam implementasi, dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun global. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas desain logo dan kemasan, respons positif dari konsumen, dan peningkatan dalam pengenalan merek UKM. Kesimpulan dari pengabdian ini menyoroti pentingnya pendekatan yang holistik dan berkelanjutan dalam mengembangkan desain logo dan kemasan sebagai bagian integral dari strategi pemasaran UKM. Diharapkan pengalaman dari pengabdian ini dapat memberikan inspirasi dan panduan bagi UKM lainnya untuk memanfaatkan desain logo dan kemasan sebagai alat strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Kata Kunci : Logo, kemasan, UKM

1. PENDAHULUAN

Dalam lanskap ekonomi global saat ini, usaha kecil dan menengah (UKM) sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan mempertahankan ekonomi lokal(Sivanya, 2020). Namun, UKM menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing di pasar yang dinamis. Salah satu aspek penting yang dapat membedakan UKM dalam lingkungan kompetitif ini adalah desain logo dan kemasan mereka. Strategi pemasaran, termasuk pelabelan dan pengemasan yang efektif, sangat penting bagi UKM untuk meningkatkan penerimaan produk dan meningkatkan nilai jual, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka (Taufikurrahman et al., 2022). Selain itu, ketika UKM menavigasi globalisasi dan meningkatnya persaingan, strategi yang digerakkan oleh pasar menjadi penting untuk kesuksesan mereka (Bilali, 2022). Dengan berfokus pada desain logo dan kemasan yang inovatif dan menarik, UKM dapat memperkuat posisi pasar mereka, menarik pelanggan, dan membedakan diri mereka di pasar global, berkontribusi pada daya saing dan keberlanjutan mereka secara keseluruhan.

Desain kemasan memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen dan membangun citra merek yang kuat (Yadav, 2024). Ini berfungsi sebagai alat strategis untuk membedakan produk dari pesaing, menarik konsumen, dan meningkatkan pengenalan merek. Desain kemasan yang efektif, termasuk elemen seperti warna, bentuk, dan informasi, tidak hanya bertindak sebagai penanda visual produk tetapi juga menciptakan hubungan emosional antara produk dan konsumen. Dengan menggabungkan warna, logo, simbol, dan keterangan yang menarik secara strategis, perusahaan dapat mempengaruhi perilaku konsumen, meningkatkan daya tarik merek, dan memandu keputusan pembelian. Selain itu, desain kemasan mengkomunikasikan informasi produk penting, mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas dan kesehatan, dan dapat secara signifikan mempengaruhi niat pembelian (Taufikurrahman et al., 2022). Oleh karena itu, berinvestasi dalam desain kemasan yang menarik dan efektif sangat penting bagi bisnis untuk membangun citra merek yang kuat, meningkatkan daya tarik konsumen, dan membedakan produk mereka di pasar.

Banyak UKM menghadapi tantangan dalam memahami dan berinvestasi dalam desain logo dan kemasan strategis karena berbagai faktor seperti kendala anggaran, pengetahuan terbatas tentang signifikansi desain, dan kesulitan dalam tetap diperbarui dengan tren saat ini. Penelitian menekankan pentingnya branding dan desain dalam menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing (Prabowo & Soekardi, 2023). Program pengabdian masyarakat telah berperan penting dalam mendidik UKM tentang pentingnya desain, branding, dan laporan keuangan, yang mengarah pada peningkatan kesadaran di antara para peserta. Sesi pelatihan

dan kegiatan telah menunjukkan bahwa meskipun ada kesadaran tentang pentingnya kemasan ramah lingkungan, tantangan seperti akses ke bahan dan harga tinggi menghambat adopsi penuh ^[1]. Selain itu, upaya untuk mengembangkan strategi branding berdasarkan sumber daya internal telah disorot sebagai hal penting untuk keberlanjutan UKM dalam menghadapi fragmentasi pasar dan digitalisasi .

Untuk menjembatani kesenjangan yang ada dalam pengembangan logo dan desain kemasan UKM, pendekatan komprehensif sangat penting. Dengan mengintegrasikan wawasan dari berbagai penelitian, termasuk pentingnya kemasan ramah lingkungan, peran warna dalam branding dan penciptaan nilai, pentingnya desain kemasan yang dipersonalisasi dan manusiawi, dan dampak desain kemasan pada nilai yang dirasakan dan keputusan pembelian, UKM dapat meningkatkan daya saing mereka. Melalui pendampingan intensif, penelitian terkini, dan penerapan praktik terbaik, UKM dapat mengoptimalkan potensi desain mereka, menciptakan kemasan pribadi yang memuaskan konsumen, dan mengkomunikasikan pesan merek mereka secara efektif. Pendekatan ini tidak hanya memberdayakan UKM untuk meningkatkan daya saing produk mereka tetapi juga berkontribusi positif bagi perekonomian lokal dengan memperkuat ekosistem UKM (Swasty & Mustafa, 2023).

Setelah melakukan kegiatan untuk membantu UMKM dalam membuat label dan menilai kemasan dan desain produk, sangat penting untuk mengatasi ketidakpatuhan terhadap standar label. Program pelatihan dan pendampingan di berbagai UMKM bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengemasan dan pelabelan. Ketidakpatuhan terhadap standar label dapat menghambat pengenalan produk dan kepercayaan konsumen, berdampak pada daya jual dan penjualan. Memastikan bahwa label produk mematuhi standar seperti persyaratan SNI sangat penting untuk menyampaikan informasi secara akurat dan membangun kredibilitas merek. Dengan memperbaiki perbedaan label produk, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan membangun kehadiran yang lebih kuat di pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Dalam pengabdian ini tentang pentingnya desain logo dan kemasan dalam konteks UKM, tantangan-tantangan khusus yang dihadapi, serta kerangka kerja dan metodologi yang kami terapkan dalam pengabdian ini. Dengan demikian, diharapkan pengabdian ini tidak hanya memberikan solusi praktis, tetapi juga wawasan strategis yang berharga bagi UKM untuk berinovasi dan berkembang dalam pasar yang kompetitif saat ini.

2. MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada usaha tahu dan pisang di desa Kidangbang Kecamatan Wajak. Kegiatan ini disesuaikan dengan tujuan, manfaat dan kebutuhan mitra. Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan pendampingan mengenai desain logo dan kemasan sehingga mampu meningkatkan nilai jual sebuah produk. Beberapa kegiatan akan dilakukan dalam pengabdian ini. Adapun table kegiatan yang dilakukan oleh pengabdian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No.	Metode Pelaksanaan	Deskripsi
1.	Analisis Kebutuhan dan Tantangan UKM	Melakukan wawancara dan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UKM terkait dengan desain logo dan kemasan.
2.	Workshop dan Pelatihan	Mengadakan workshop dan pelatihan untuk edukasi UKM tentang pentingnya desain logo dan kemasan, serta praktik terbaik dalam pengembangan identitas visual.
3.	Pendampingan Desain	Memberikan pendampingan langsung kepada UKM dalam mengembangkan desain logo dan kemasan yang efektif, berdasarkan kebutuhan dan karakteristik masing-masing.
4.	Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan	Melakukan monitoring terus-menerus terhadap implementasi desain logo dan kemasan, serta melakukan evaluasi untuk menyesuaikan strategi jika diperlukan.

Tabel 1, memberikan gambaran tentang berbagai metode yang dapat diimplementasikan dalam pengabdian untuk meningkatkan desain logo dan kemasan UKM. Setiap metode memiliki tujuan yang jelas untuk memastikan bahwa UKM dapat mengoptimalkan potensi desain dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Kidangbang Kecamatan Wajak pada usaha tahu dan kue. Kegiatan ini disesuaikan dengan tujuan, manfaat dan kebutuhan mitra. Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan pendampingan pembuatan logo dan kemasan sehingga mampu meningkatkan nilai jual sebuah produk. Adapun table kegiatan yang dilakukan oleh pengabdian adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Permasalahan dan Solusi Program Pengabdian Masyarakat

No		Kegiatan	Solusi Masalah
1.	Analisis Kebutuhan dan Tantangan UKM	1. Wawancara dan Survei 2. Identifikasi Kebutuhan	1. Melakukan wawancara dengan pemilik UKM, untuk memahami perspektif mereka tentang desain logo dan kemasan yang sudah ada, serta tantangan yang mereka hadapi. 2. Menetapkan kebutuhan spesifik dari berbagai UKM, seperti kebutuhan akan penyegaran desain, integrasi nilai-nilai merek, atau peningkatan daya tarik visual.
2.	Workshop dan Pelatihan	1. Workshop Edukasi 2. Pelatihan Praktis	1. Mengadakan sesi interaktif untuk memperkenalkan konsep dasar desain logo dan kemasan, menerangkan peran identitas visual dalam pemasaran produk, dan menyoroti studi kasus. 2. Memberikan latihan praktis dalam mengaplikasikan elemen desain, memilih palet

No		Kegiatan	Solusi Masalah
			warna yang cocok, dan memahami prinsip-prinsip desain yang efektif.
3.	Pendampingan Desain	Konsultasi Individu dan customization	Menyediakan sesi konsultasi reguler atau sesuai kebutuhan untuk membahas perkembangan desain, memberikan umpan balik, dan memandu UKM dalam proses kreatif. Memastikan desain logo dan kemasan yang dihasilkan sesuai dengan identitas merek dan tujuan bisnis UKM.
4.	Monitoring dan Evaluasi	1. Monitoring Implementasi 2. Evaluasi Kinerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pemantauan terus-menerus terhadap cara implementasi desain logo dan kemasan dilakukan oleh UKM, termasuk apakah desain tersebut digunakan secara konsisten. 2. Menyesuaikan strategi berdasarkan hasil evaluasi untuk memastikan bahwa desain logo dan kemasan tetap relevan dan efektif dalam mencapai tujuan bisnis UKM

Melalui pendekatan ini, diharapkan UKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam mengembangkan desain logo dan kemasan yang memadai, meningkatkan daya saing produk mereka, dan membangun keberlanjutan dalam pengelolaan identitas visual merek mereka.

Berikut hasil logo dan kemasan di usaha tersebut :

Gambar 1. Hasil logo untuk Tahu



Gambar 2. Hasil logo untuk Pisang





Gambar 3. Kemasan Produk



Gambar 4. Logo digunakan untuk seragam penjual

4 KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha kecil menengah (UKM) melalui pengembangan desain logo dan kemasan yang efektif. Melalui pendekatan yang terstruktur dan holistik, berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil: Pentingnya Desain Logo dan Kemasan bagi UKM:

Desain logo dan kemasan bukan hanya sekadar elemen visual, tetapi juga merupakan representasi dari identitas merek dan nilai-nilai produk. Desain yang kuat dapat meningkatkan daya tarik produk, membedakan UKM dari pesaing, dan membangun pengenalan merek yang lebih baik di pasar. Tantangan yang Diatasi: Pengabdian ini mengidentifikasi berbagai

tantangan yang dihadapi UKM terkait dengan desain logo dan kemasan, seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan tentang desain, dan kesulitan dalam mengikuti tren pasar. Melalui analisis kebutuhan yang mendalam, workshop, dan pendampingan langsung, berbagai tantangan ini berhasil diatasi untuk memberdayakan UKM dalam

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai pemberi dana Hibah pengabdian serta kepada mitra yang telah berpartisipasi dalam melaksanakan kegiatan dan pihak terkait yang telah membantu dalam proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terimakasih secara khusus diberikan pengeditan naskah secara cermat sehingga layak diterbitkan

REFERENSI

- Bilali, J. B. (2022). Small/medium Sized Enterprises (SMEs) Competitiveness: A Global Perspective Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprises. *Journal of Enterprise and Business Intelligence*, 2(2), 109–119. <https://doi.org/10.53759/5181/jebi202202012>
- Prabowo, P., & Soekardi, C. (2023). SMEs' Eco-Friendly Food Packaging Critical Factors: An Empirical Study. *International Journal of Application on Sciences, Technology and Engineering*, 1(2), 529–535. <https://doi.org/10.24912/ijaste.v1.i2.529-535>
- Sivanya, M. (2020). A Study On Impact Of Globalization On Business. *International Review of Business and Economics*, 4(2), 135–138. <https://doi.org/10.56902/irbe.2020.4.2.51>
- Swasty, W., & Mustafa, M. (2023). Using Multiple Case Studies to Examine the Role of Colours in SME Food Packaging. *Wacana Seni*, 22, 82–96. <https://doi.org/10.21315/ws2023.22.6>
- Taufikurrahman, T., Baihaqi Yusuf, A. R., Fatimatuzzahro, U., Febriari Rahmawati, E., Fadila Aprilia, F., Nur Fadillah, A., Setiawati, P., Tri Aidhaningtyas, F., Rahma Krisna, N., Surya Murti, D., Laksmana Putra, S. F., & Ardiyana, I. G. (2022). Pendampingan Pembuatan Label Pada Produk Kemasan Umkm Di Desa Besuk, Kecamatan Bantaran, Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 48–54. <https://doi.org/10.59066/jppm.v1i2.62>
- Yadav, S. (2024). The Influence of Packaging on Consumer Perception. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 08(04), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijsrem32315>