

Desain Logo dan Kemasan UMKM Desa Melati Jaya

Nirma^{1*}, Pamuji M Jaka², Yuli Maylena³, Gantas Pratama⁴

¹Universitas Nurul Huda, OKU Timur, Indonesia

²Universitas Nurul Huda, OKU Timur, Indonesia

³ Universitas Muhammadiyah Ahmad Dahlan, Cirebon, Indonesia

⁴Universitas Nurul Huda, OKU Timur, Indonesia

*e-mail korespondensi: nirma@unuha.ac.id

Abstract

This study aims to address the brand identity and packaging issues faced by the MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) of Ibu Sumiati's Banana Chips in Melati Jaya Village, Semendawai Timur District, OKU Timur Regency. The MSME possesses a competitive advantage as its main ingredient is sourced from its own garden. However, the product currently lacks a consistent brand identity, leading to inconsistent and unappealing packaging, which hinders competitiveness and market recognition. The methodology employed is Design-Based Research with an Action Research approach, involving four main stages: Observation and needs analysis, Visual Design, Implementation and Prototyping, and Evaluation. The outcome of this activity is the creation of a cohesive brand identity and packaging design for Ibu Sumiati's banana chips and banana sale (dried banana). The implementation of this design is expected to transform the image of Ibu Sumiati's MSME from a traditional scale to a professional one.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan identitas merek dan kemasan yang di hadapi oleh UMKM keripik Pisang Ibu Sumiati di Desa Melati Jaya, Kecamatan Semendawai Timur, kab. OKU Timur, dengan keunggulan bahan utama didapat dari kebun milik sendiri, namun produk belum memiliki identitas sehingga tidak konsisten dalam melakukan pengemasan hingga kurang menarik, hal ini menghambat daya saing dan pengenalan produk di pasar. Metode yang digunakan adalah Design-Based Reserch dengan pendekatan Action Research, melibatkan empat tahap utama : Observasi dan analisis kebutuhan, Perancangan Visual, Implementasi dan Prototype, serta Evaluasi. Hasil dari kegiatan ini menghasilkan identitas merek dan desain kemasan untuk produk keripik pisang dan sale pisang ibu Sumiati, implementasi desain ini diharapkan dapat mentransformasi citra UMKM ibu Sumiati dari skala tradisional menjadi profesional.

Kata Kunci: Logo; UMKM; Identitas; Kemasan

Accepted: 2025-12-23

Published: 2026-01-10

PENDAHULUAN

Program Pengabdian kepada masyarakat adalah bentuk nyata transfer ilmu yang bermanfaat dilakuakn oleh dosen dan mahasiswa kepada masyarakat (Priyatiningasih et al., 2023), pengabdian kepada Masyarakat ini dilakukan di Desa Melati Jaya, kab. OKU Timur, yang memiliki jarak sekitar 50 KM dari Universitas Nurl Huda. Masyarakat ikut berperan dalam pembagunan Ekonomi melalui Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) (Purnama et al., n.d.) yang tumbuh di indonesia salah satunya di OKU Timur. Pada era saat ini persaingan bisnis semakin ketat, usaha mikro harus memiliki taktik efisien yang cermat untuk meningkatkan posisi mereka di pasar produk, salah satu cara yang dapat dilakukan memperkuat citra bisnis melalui identitas visual, terutama desain logo, pembuatan desain logo akan menimbulkan daya tarik yang di perhatikan oleh konsumen sehingga mempengaruhi keputusan membeli produk (Hermati et al., 2025). Pembuatan desain logo tidak hanya sekedar tanda suatu produk namun juga menjadi alat komunikasi yang menyampaikan ciri khas dari produk itu sendiri (otavianingrum et al., 2023). Kemasan produk yang menarik adalah bagian penting dalam pemasaran yang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli, (Putra Arshellino & Reyhan Iskandar, 2025) karna kemasan tidak hanya memberikan fungsi membungkus produk tetapi untuk menambahkan nilai jual dari produk itu sendiri.

Pada bagian ini diuraikan analisis situasi fokus kepada kondisi terkini mitra yang mencakup hal-hal berikut. Saat melakukan survei terhadap UMKM Keripik pisang bu Sumiati di Desa Melati Jaya Kecamatan Semendawai Timur, Kabupaten OKU Timur, bu Sumiati memulai usahanya sudah berjalan dari beberapa tahun yang lalu dengan memanfaatkan bahan utamanya adalah pisang dengan di dapatkan dari kebun sendiri dan beberapa pengantaran dari tetangga sekitaran desa Melati Jaya, Keripik pisang Ibu Sumiati ini adalah produk utamanya, dan beliau juga menjual produk sale pisang, namun pada era saat ini menjadi permasalahannya adalah kemasan yang masih tradisional dan kurang menarik, terlebih kemasan yang di pasarkan pada warung sekitar belum memiliki merek yang konsisten karena masih bentuk kemasan polos tanpa identitas, hal ini mengakibatkan produk kurang dikenal pada area sekitar.

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, uraian permasalahan prioritas mitra mencakup hal-hal berikut ini:

- a. Identitas: Produk belum memiliki merek atau logo yang jelas dan konsisten, kemasan yang di gunakan masih polos tanpa identitas, sehingga sulit bagi konsumen untuk mengenali dan mengingat produk ibu Sumiati.
- b. Kemasan: Kemasan saat ini di anggap kurang menarik pada era persaingan pasar yang semakin ketat, kemasan tidak modern memperlihatkan kurang profesional dan sulit bersaing dengan produk kemasan yang lebih menarik.
- c. Kurangnya pengenalan produk: akibat dari poin di atas, produk pisang ibu sumiati kurang dikenal, bahkan di area sekitar, ketiadaan merek dan kemasan yang memadai menghambat upaya promosi dan membangun brand awareness.

METODE

Identifikasi masalah dengan pendekatan Kualitatif dengan fokus untuk menghasilkan upaya-upaya berdasarkan hasil observasi secara langsung dengan pihak UMKM Keripik Pisang bu Sumiati (Putra Arshellino & Reyhan Iskandar, 2025).

a. Persiapan dan Observasi Awal

Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM keripik Pisang bu Sumiati selaku pelaku usaha untuk memahami permasalahan yang di hadapai terkait identitas brand, menggali informasi tentang sejarah usaha, keunggulan produk, dan pemasaran saat ini, wawancara dilakukan secara offline di kediaman ibu sumiati di desa Melati Jaya.

b. Perancangan (Desain)

Dari data yang telah dikumpulkan pada tahap observasi awal maka akan dilakukan tahap perancangan desain yang bersifat interaktif dimana desain akan dievaluasi dan diperbaiki, desain yang di buat akan di diskusikan pada pihak pemilik UMKM untuk mendapatkan persetujuan atau kesepakatan Bersama dengan Tim.

c. Tahap Implementasi

Setelah desain final disepakati, tahap selanjutnya adalah finalisasi desain, mencetak logo label yang siap pakai dan kemasan yang siap untuk dipasarkan, serta memberikan informasi percetakan yang di rekomendasikan.



Gambar 1. Flowchat metode penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari observasi awal diketahui bahwa keripik pisang bu Sumiati belum memiliki identitas produk, mulai dari kemasan kurang menarik sehingga belum menampilkan ciri khas dari produknya sehingga belum sepenuhnya melekat pada ingatan masyarakat setempat. Pemasaran baru dilakukan di area setempat dari mulut kemulut.

Tim pengabdian berinisiatif melakukan perancangan logo serta kemasan produk keripik pisang bu sumiati agar lebih dikenalan dengan adanya branding yang konsisten yang memuat berbagai informasi dari produk itu sendiri. Tim peneliti melakukan perancangan logo dengan mempertimbangan hasil dari observasi awal dari pemilik usaha keripik pisang, bahwa pemilik berkeinginan logo yang simpel namun informatif yang menyampaikan ciri khas dari produk ibu Sumiati. Simbol grafis merupakan logo yang menjadi wakil dari suatu perusahaan atau organisasi yang akan menjadi nilai jual yang di kenal oleh masyarakat untuk alat komunikasi pemasaran yang efektif.

Setelah melakukan perancangan logo dengan menghasilkan desain final maka tim melakukan cetak label untuk masuk pada tahap implementasi, implementasi ini langsung dilakukan di kediaman ibu Sumiati selaku pemilik UMKM Keripik Pisang.

Pembuatan label kemasan ini tidak hanya berbicara tentang aspek visual, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri untuk ikut serta dalam persaingan pasar secara profesional, dengan adanya label dan gaya kemasan yang baru akan meningkatkan ketertarikan untuk mengembangkan elemen identitas lain nya.

Produk juga harus terus dikenalkan kemasyarakat luas untuk peningkatan pendapatan, mulai dari menwarkan, memasarkan dari berbagai cara untuk penghasilan yang maksimal (Priyatiningasih et al., 2023). Upaya bentuk keseriusan tim dalam hal ini maka dikutserkan dalam bazaar UMKM yang bekerjasama dengan Dinas Koperasi.



Gambar 2. Label



Gambar 3. Kemasan Baru



Gambar 4. Label dan kemasan baru melikiki 2 ukuran

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan bahwa pentingnya branding logo dalam peningkatan kepercayaan diri terhadap produk untuk bersaing dengan pasar yang lebih luas lagi. Tim pengabdian juga tidak hanya memberikan pemahaman pentingnya sebuah logo untuk suatu produk juga memberikan bantuan atau kontribusi alat packaging produk. Hal ini dilakukan tidak hanya semata-mata penyelesaian tugas saja namun diharapkan bisa menggambarkan inovasi kreatifitas, dan komitmen dalam menjaga kualitas produk.

Saran yang dapat diberikan kepada UMKM Keripik Pisang bu Sumiati semoga dapat memanfaatkan dan maksimal kegunaan dari identitas yang sudah di buat dan digunakan secara konsisten, untuk peneliti selanjutnya mungkin dapat melakukan pemasaran dengan pemanfaatan media sosial untuk jangkauan lebih luas lagi hingga luar kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Hermati, N. F., kurnia, andri, & ramadhan, m. irham. (2025). *Pendampingan Pembuatan Desain Logo untuk Penguatan Citra Usaha Mikro*.
- otavianingrum, ayu, hidayati nur, dwi, & nawangsari rining, ertien. (2023). *Strategi Branding Membangun Brand Identity Pada UMKM*.
- Priyatiningsih, N., Harjono, S., Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Daerah, P., & Keguruan dan Ilmu Pendidikan, F. (2023). PENGABDIAN MASYARAKAT BRANDING PRODUK UMKM KWT GUYUB LESTARI SUKOHARJO UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN. *Communnity Development Journal*, 4, 7669–7673.
- Purnama, I., Adwiyyah, R., Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, S., & Korespondensi, I. (n.d.). Pengembangan Desain Kemasan Produk sebagai Marketing untuk Meningkatkan Daya Tarik Pelanggan pada UMKM Mie Goreng Zaitun Development of Product Packaging Design as Marketing to Increase Customer Attractiveness in Umkm Goreng Olive. *Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian*, 2, 142–147. <https://doi.org/10.62383/transformasi.v2i3.1733>
- Putra Arshellino, M., & Reyhan Iskandar, T. (2025). Pembuatan Rebranding Logo dan Packaging Pada UMKM Kaliren Boss. In *Inovasi dan Seni* (Vol. 1, Issue 2). <https://ardvis.upnjatim.ac.id/>