

Aikom: abdi I

nsan Komunikasi, Volume X, No. X, 20XX, hlm. X-XX

## Optimalisasi Identitas Visual Logo Untuk Meningkatkan Kualitas dan Daya Saing Produk UMKM di Co-Working Space Kecamatan Coblong, Kota Bandung

Diwan Setiawan<sup>1</sup>, Zulfanida Nurul Sadiyah<sup>2</sup>, Citra Kemala Putri<sup>3</sup><sup>1,2,3</sup>Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, Kota Bandung, Indonesia

### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di *Co-Working Space* Kecamatan Coblong, Kota Bandung membutuhkan dukungan yang signifikan untuk meningkatkan nilai produk dan daya saing produk di pasar melalui penguatan identitas visual logo produk yang khas. Karena UMKM menjadi salah satu kekuatan yang dapat menopang dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan perekonomian Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah. Maka dari itu untuk mengatasi permasalahan tersebut diberikan pelatihan dan pendampingan guna meningkatkan kualitas produk melalui identitas visual logo. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya merancang identitas visual logo produk yg efektif bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan awareness produknya sehingga mudah dikenal serta diingat oleh masyarakat. Metode yang digunakan adalah pemaparan informasi dan pelatihan pembuatan pembuatan logo pada kemasan produk. Target luaran kegiatan yaitu memberikan pengetahuan pentingnya perancangan identitas visual bagi para pelaku UMKM, menambah softskill tentang wawasan bagaimana merancang identitas logo produk. Hasil dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dapat dilihat dari dua indikator, yaitu pencapaian target luaran dengan terlaksananya kegiatan seminar dan peningkatan kemampuan peserta yang diukur melalui pemaparan materi dan juga simulasi yang luarannya berupa aplikasi kegiatan. Kegiatan ini berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan UMKM mengenai dasar pembuatan logo pada kemasan, meningkatkan keterampilan UMKM dalam penguasaan perancangan konsep logo pada kemasan produk, meningkatkan kreativitas UMKM dalam membuat berbagai pilihan konsep ilustrasi pada kemasan, dan meningkatkan produktivitas UMKM dalam mengaplikasikan visual logo pada berbagai bentuk kemasan produk.

Kata Kunci: UMKM, Identitas Visual, Logo.

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Co-Working Space Coblong District, Bandung City need significant support to increase product value and product competitiveness in the market through strengthening the visual identity of a distinctive product logo. Because MSMEs are one of the forces that can sustain and increase the contribution of Indonesia's economic growth and regional economic strength. Therefore, to overcome these problems, training and assistance are provided to improve product quality through logo visual identity. This activity aims to provide an understanding of the importance of designing an effective product logo visual identity for MSME players in increasing product awareness so that it is easily recognized and remembered by the public. The method used is information exposure and training in making logos on product packaging. The target output of the activity is to provide knowledge of the importance of designing visual identities for MSME actors, adding soft skills about insights into how to design product logo identities. The results of the implementation of this community service program can be seen from two indicators, namely the achievement of the output target with the implementation of seminar activities and the improvement of participants' abilities as measured through material exposure and also simulations whose output is in the form of activity applications. This activity plays an important role in increasing MSME knowledge about the basis for making logos on packaging, increasing MSME skills in mastering the design of logo concepts on product packaging, increasing MSME creativity in making various choices of illustration concepts on packaging, and increasing MSME productivity in applying logo visuals to various forms of product packaging.*

Keywords: MSME, Visual Identity, Logo.

Copyright © 20xx Author. All rights reserved

### PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk UMKM di *Co-Working Space* Kecamatan Coblong, Kota Bandung. *Co-Working Space* Kecamatan Coblong merupakan komunitas ruang tumbuh dan kolaborasi para pelaku ekonomi kreatif di Kecamatan Coblong Kota Bandung. UMKM adalah salah satu jenis usaha kecil yang memiliki peran dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat (Al Farisi & Fasa, 2022). Kriteria usaha kecil adalah usaha

ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian-bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil (Muttaqien et al., 2022). Karena skala usaha yang masih kecil, dimiliki dan dijalankan sendiri, maka proses desain visual logo produk UMKM cenderung sederhana dan apa adanya.

Pelaku UMKM di bawah binaan *Co-Working Space* Kecamatan Coblong yang aktif sejumlah 25 pelaku, dari total 65 pelaku UMKM. Jenis produk yang dihasilkan para pelaku UMKM Kecamatan Coblong yaitu Kriya, Fashion, Kuliner, Herbal, dan Seni Pertunjukan. Berdasarkan pada hasil observasi pada 16 mitra pelaku UMKM di Kecamatan Coblong diketahui bahwa sebagian pelaku UMKM belum menyadari betapa pentingnya sebuah logo yang dirancang dengan baik dalam membangun identitas merek yang kuat. Identitas visual logo secara efisien berdampak pada penciptaan citra di antara konsumen dan masyarakat umum (Arifudin et al., 2021). Identitas visual logo yang lemah sering kali membuat produk mereka kurang dikenal dan diingat oleh konsumen, mengurangi daya tarik dan diferensiasi di pasar yang kompetitif (Liu, 2023). Kemudian UMKM di Kecamatan Coblong menghadapi keterbatasan sumber daya dan tenaga ahli dalam merancang logo yang profesional dan menarik. Selain logo, masih rendahnya strategi *branding* yang komprehensif dan terintegrasi dalam meningkatkan daya saing produk UMKM.

Beberapa alasan antara lain kurangnya pengetahuan, wawasan serta keterampilan dalam menentukan konsep visual logo yang akan digunakan sebagai identitas visual dari produk. Kebutuhan wawasan, pengetahuan serta keterampilan dalam menentukan visual logo yang akan digunakan dalam berbagai media produk UMKM di era digital khususnya pada penjualan melalui media sosial. Penampilan logo secara visual menjadi salah satu nilai jual sangat diperlukan bagi pelaku UMKM, karena akan membuat produk lebih mudah dikenali dan di ingat oleh konsumen (Nugraha et al., 2022). Dalam konteks ini, penguatan identitas visual melalui logo menjadi strategi yang sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di *Co-Working Space* Kecamatan Coblong, Kota Bandung.

Para pelaku UMKM di *Co-Working Space* Kecamatan Coblong kurang memberi perhatian pada hal-hal yang mampu menambah nilai produknya, sehingga eksplorasi pada proses pembuatan visual logo kurang maksimal. Identitas visual logo memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM dalam membangun *branding*, meningkatkan daya saing, dan memaksimalkan pemasaran (Saputri et al., 2023). Logo yang kuat dan konsisten bukan hanya menjadi simbol pengenalan, tetapi juga menjadi representasi visual dari nilai-nilai dan kualitas yang diusung oleh UMKM. Dalam membangun *branding*, logo yang dirancang dengan baik membantu menciptakan kesan pertama yang positif, membedakan produk dari pesaing, dan membangun kepercayaan konsumen (Astuti & Kusuma, 2024). Selain itu, logo yang menarik dan mudah diingat meningkatkan awareness produk, sehingga lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat (Saputro, 2019). Hal ini sangat penting di era digital, di mana pemasaran melalui media sosial menjadi strategi utama untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Identitas visual yang konsisten di seluruh saluran pemasaran juga membantu UMKM menciptakan pengalaman merek yang kohesif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya akan memperkuat posisi produk di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, desain logo yang profesional dan strategis sangat penting bagi keberhasilan dan pertumbuhan UMKM.

Pelaku UMKM Kecamatan Coblong harus menemukan cara yang efektif dalam memikirkan konsep visual logo dari produknya sehingga identitas visual logo produk bisa mudah dikenal. *Visual branding* adalah tampilan sebuah merek atau logo dari sebuah perusahaan yang memberikan pengalaman khusus untuk konsumen (Wiratama et al., 2020). *Visual branding* melekat pada suatu merek seperti nama, istilah, simbol, desain, atau gabungan dari semuanya yang bertujuan untuk membedakan dari kompetitor (Cheţan & Iancu, 2023). Merek juga dapat memiliki makna dan arti yang lebih mendalam, emosional, atau tidak berwujud berkaitan dengan representatif merek. Visual branding dalam hal ini logo yang dirancang dengan baik dapat menciptakan asosiasi positif dengan produk, meningkatkan persepsi kualitas, dan kepercayaan konsumen.

Berdasarkan pada pemaparan di atas maka untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan intervensi yang tepat berupa pelatihan dan pendampingan dalam merancang identitas visual logo produk. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menciptakan logo yang mampu meningkatkan kualitas produk dan daya tariknya di mata konsumen. Kegiatan pelatihan dan pendampingan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya merancang identitas visual logo produk yang efektif bagi pelaku UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk melatih pelaku UMKM dalam pembuatan logo pada kemasan produk, sehingga dapat meningkatkan awareness produk di tengah pasar yang bersaing.

Untuk itu Fakultas Komunikasi dan Desain Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia (UNIBI) memfasilitasi pelaku UMKM di Kecamatan Coblong Kota Bandung dengan menyelenggarakan kegiatan seminar dan pelatihan mengoptimalkan

identitas visual logo untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya memiliki identitas visual logo pada produknya, serta diharapkan mampu memperoleh manfaat yang signifikan bagi UMKM di Kecamatan Cobleng dalam meningkatkan daya saing dan kontribusinya pada perekonomian daerah.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam program kegiatan ini adalah seminar dan pelatihan. Dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini dimulai dengan tahap persiapan, yaitu menentukan tempat dan waktu pelaksanaan, serta pembentukan keanggotaan dan fungsi setiap anggota. Seminar dimulai dengan pemaparan informasi tentang pentingnya identitas visual dan peran krusial logo dalam branding dan pemasaran produk yang diikuti oleh sesi tanya jawab. Melalui sesi seminar, pelaku UMKM akan mendapatkan wawasan dari ahli branding dan desain grafis mengenai prinsip-prinsip dasar desain logo yang efektif dan strategis. Setelah sesi seminar, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan praktis yang interaktif, di mana peserta akan diajarkan langkah-langkah teknis dan pembuatan konsep dalam merancang logo, mulai dari konsep hingga implementasi. Pelatihan ini menggunakan software desain yang umum digunakan, memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk langsung mempraktikkan pembuatan logo produk dengan bimbingan langsung. Kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi sebagai bentuk evaluasi dari kegiatan praktek. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menciptakan identitas visual logo dengan ciri khas yang kuat.

## HASIL PEMBAHASAN

Tahap persiapan mencakup berbagai aktivitas yang dilakukan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan program. Hal ini melibatkan koordinasi antara Fakultas Komunikasi dan Desain UNIBI dan pelaku UMKM di *Co-Working Space* Kecamatan Cobleng untuk menetapkan jadwal, tempat, dan kebutuhan logistik. Persiapan juga mencakup pembuatan materi presentasi yang relevan, dan mengundang pelaku UMKM. Observasi awal dilakukan untuk memahami pemetaan masalah peserta (Satyarini et al., 2023). Dalam hal ini untuk menegatahui kebutuhan dan tingkat pengetahuan peserta terkait dengan identitas visual dan logo produk. Tahap persiapan melibatkan berbagai kegiatan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program.

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan seminar, yaitu kegiatan menyampaikan materi mengenai pentingnya identitas visual dan peran logo dalam branding dan pemasaran produk UMKM oleh dosen sebagai narasumber. Materi yang disampaikan mencakup teori dasar desain logo, elemen-elemen visual yang efektif, dan studi kasus sukses dari UMKM yang telah berhasil meningkatkan daya saing melalui identitas visual yang kuat. Seminar ini bertujuan untuk memberikan pemahaman teoretis yang komprehensif kepada pelaku UMKM.



Gambar 1. Pelaksanaan Seminar

Kegiatan seminar berjalan lancar dan terdapat sejumlah pertanyaan yang diajukan oleh peserta yang berkaitan dengan identitas visual logo dikaitkan dengan pengalaman pribadinya. Sesi tanya jawab memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi lebih lanjut mengenai materi yang telah disampaikan. Peserta dapat menanyakan berbagai hal, mulai dari teknis pembuatan logo hingga strategi penerapan identitas visual dalam

pemasaran produk mereka. Sesi ini juga memungkinkan narasumber untuk memberikan saran dan solusi praktis terhadap permasalahan spesifik yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

Selanjutnya adalah tahap demonstrasi dan praktik. Merupakan sesi interaktif di mana peserta secara langsung terlibat dalam proses pembuatan logo. Dosen Fakultas Komunikasi dan Desain UNIBI sebagai narasumber mendemonstrasikan langkah-langkah teknis menggunakan perangkat lunak desain grafis, kemudian peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkannya sendiri. Peserta dibimbing untuk menerapkan teori yang telah dipelajari dalam merancang logo yang sesuai dengan produk mereka. Sesi ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis dan memberikan pengalaman praktis dalam pembuatan logo.

Tahap evaluasi dilakukan dengan bentuk diskusi untuk menilai keberhasilan program dan dampaknya terhadap peserta. Dalam sesi ini peserta berbagi pengalaman dan monitoring berdasarkan hasil desain yang dibuat oleh peserta pada saat pelatihan, serta menerima masukan dari narasumber dan rekan peserta lainnya. Evaluasi ini dilakukan untuk menilai pencapaian target luaran, peningkatan pengetahuan, dan perubahan sikap peserta. Diskusi ini juga berfungsi sebagai umpan balik untuk perbaikan program di masa mendatang, serta memastikan bahwa tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat telah tercapai dengan baik.



Gambar 2. Sesi Foto Bersama

Hasil dari pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat dapat dilihat dari dua indikator, yakni ketercapaian target luaran dan peningkatan pengetahuan peserta. Peningkatan ini diukur melalui presentasi materi dan menghasilkan *output* berupa pemahaman dan keterampilan baru setelah mengikuti kegiatan. Ketercapaian dipaparkan dalam indikator berikut:

a. Indikator Umum

1. Adanya budaya pelaksanaan dan orientasi produktivitas di kalangan peserta pelatihan dan tim pelaksana kegiatan Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia.
2. Adanya kemajuan dari para peserta dalam hal menciptakan identitas visual logo produk yang khas di *Co-Working Space* Cobleng setelah diadakannya kegiatan pelatihan yang dibuat oleh UNIBI.
3. Adanya alternatif pemahaman bagi para peserta untuk mengimplementasikan pengetahuan barunya berkaitan dengan pembuatan identitas visual logo produk UMKM.

b. Indikator Khusus

1. Tingkat keberhasilan program Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu peserta paham dan dapat berbagi ilmu maupun mengimplementasikannya sendiri.
2. Motivasi dan minat peserta pelatihan untuk semakin menambah pengetahuan dan meningkatkan keterampilan merancang konsep identitas visual logo pada kemasan produk masing-masing UMKM sehingga dapat diaplikasikan sesuai dengan kebutuhan dan selera masyarakat yang berkembang saat ini dan meningkatkan omsetnya.

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini indikator keberhasilan dinilai berdasarkan terealisasinya pelatihan dengan tercapainya pemaparan materi dan juga praktik yang mengeluarkan *output* berupa meningkatnya pengetahuan para peserta mengenai dasar pembuatan logo pada kemasan produknya, meningkatnya keterampilan para peserta dalam penguasaan perancangan konsep logo pada kemasan produknya, meningkatnya kreativitas para peserta dalam membuat berbagai pilihan konsep ilustrasi pada kemasan produknya dan meningkatnya produktivitas peserta dalam mengaplikasikan visual logo pada berbagai bentuk kemasan produknya.

## **KESIMPULAN**

Identitas visual logo pada produk UMKM memainkan peran krusial dalam membangun branding yang kuat, meningkatkan daya saing di pasar, dan memaksimalkan efektivitas pemasaran, terutama di media sosial. Logo yang dirancang dengan baik tidak hanya menjadi simbol pengenalan, tetapi juga mencerminkan nilai dan kualitas produk, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Pelaksanaan pelatihan dan seminar pengabdian kepada masyarakat tentang identitas visual logo memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman mendalam dan keterampilan praktis dalam merancang logo yang efektif dan profesional. Hasilnya, UMKM mampu menciptakan identitas visual yang kuat dan konsisten, yang tidak hanya meningkatkan daya tarik produk mereka, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan engagement dengan konsumen. Dengan demikian, pelatihan dan seminar ini berkontribusi langsung pada peningkatan kualitas dan daya saing produk UMKM di pasar yang kompetitif.

## PUSTAKA

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Arifudin, D., Linda, H., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5304>
- Astuti, I. P., & Kusuma, B. W. (2024). Branding Produk UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing dan Nilai Jual. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 7(1), 303–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.62411/ja.v7i1.1710>
- Cheţan, A., & Iancu, and I. (2023). The Role of Visual Identity in Music Perception: A Talk with Specialists on Song Likability, Perceived Quality and Emotional Reactions. *KOME: AN INTERNATIONAL JOURNAL OF PURE COMMUNICATION INQUIRY*, 11(1), 110–128.
- Liu, P. (2023). Research on Visual Identity System Design for Industrial Intelligent Manufacturing. *2023 8th International Conference on Intelligent Computing and Signal Processing (ICSP)*, 118–124. <https://doi.org/10.1109/ICSP58490.2023.10248858>
- Muttaqien, F., Cahyaningati, R., Rizky, V. L., & Abrori, I. (2022). No Title. *Indonesia Berdaya*, 3(3), 671–680. <https://doi.org/https://doi.org/10.47679/ib.2022287>
- Nugraha, N., Qeis, M. I., & Sukarwo, W. (2022). Perancangan Logo dan Kemasan sebagai Identitas Visual UMKM Bandeng Presto Kresya. *Cipta*, 1(2), 241–250. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/cipta.v1i2.1657>
- Saputri, Rinanda, F., Fianty, M. I., & Dewi, C. S. (2023). Visual Branding Strategies For Culinary Msmes In Legok Village: A Community-Centered Approach Through Design Training. *International Journal Of Community Service*, 3(4), 269–274.
- Saputro, K. S. (2019). *PERENCANAAN STRATEGI PROMOSI DAN PENDAMPINGAN PISANG NUGGET "BANACI" DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS*. Diss. Universitas Mercu Buana Jakarta, 2019. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Satyarini, N. W. M., Mulyana, Andy Ngarbingan, H. K., Akbara, A. Z., Lanisy, N. A., & Suryantari, Y. (2023). Optimalisasi Pemasaran Digital Kampung Ekowisata Ciwaluh, Kabupaten Bogor. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(1), 137–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jdun.v2i1.3647>
- Wiratama, D. A., Budiwaspada, A. E., & Wahjudi, D. (2020). Visual Communication Design Role in City Branding: Evaluation of City Brand Logo Designing Method in Indonesia. *International Conference on Aesthetics and the Sciences of Art*.