Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol.3 No. 2 2026

PENINGKATAN IDENTITAS VISUAL UMKM CATERING MELALU PELATIHAN DESAIN LOGO KREATIF

Latifah[a,1], Putri Nurnita Lasaufah[b,2], Siti Nabila[c,3]
[a,b,c]Program Studi Akuntansi, Universitas Pamulang
[1]*latifahifah1907@gmail.com*; [2]*putrilasaufa@gmail.com*; [3]*sitinabila005@gmail.com*
**sitinabila005@gmail.com*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Namun demikian, masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam membangun identitas visual yang mampu meningkatkan daya saing usaha. Salah satu aspek penting dalam identitas visual adalah logo sebagai representasi karakter dan citra usaha. Kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PMKM) ini bertujuan untuk meningkatkan identitas visual UMKM Dapoer Ummi Husna melalui pelatihan desain logo kreatif. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 15 Mei 2026 di Pondok Benda Indah, Blok O1 No.17B, RT 05/RW 15, Pamulang. Metode pelaksanaan meliputi observasi, wawancara, analisis kebutuhan, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha serta terciptanya logo baru yang lebih profesional, komunikatif, dan sesuai dengan karakter usaha katering rumahan. Logo yang dihasilkan diharapkan mampu meningkatkan citra usaha, memperkuat identitas merek, serta mendukung strategi pemasaran UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *UMKM, Branding, Identitas Visual, Logo Kreatif, Pengabdian Masyarakat.*

Abstract

Title in English. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting national economic growth. However, many MSMEs still face challenges in building a visual identity that can boost their business competitiveness. One important aspect of visual identity is the logo, which represents the character and image of the business. This Student Community Service (PMKM) activity aims to improve the visual identity of Dapoer Ummi Husna MSME through creative logo design training. The activity took place on May 15, 2026, at Pondok Benda Indah, Block O1 No.17B, RT 05/RW 15, Pamulang. The implementation methods include observation, interviews, needs analysis, training, mentoring, and evaluation of activity results. The results show an increase in partners' understanding of the importance of branding in business development, as well as the creation of a new logo that is more professional, communicative, and in line with the character of the home catering business. The resulting logo is expected to enhance the business image, strengthen brand identity, and support MSME marketing strategies in a sustainable way.*

Keywords: *MSMEs, Branding, Visual Identity, Creative Logo, Community Service.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Selain berperan dalam menciptakan lapangan kerja, UMKM juga menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku UMKM dituntut untuk mampu membangun keunggulan kompetitif agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Salah satu faktor yang dapat mendukung keberhasilan UMKM adalah kemampuan dalam membangun identitas merek (brand identity). Menurut Kotler dan Keller (2016), merek merupakan aset penting yang berfungsi sebagai identitas pembeda suatu produk atau jasa dibandingkan dengan kompetitor. Identitas merek yang kuat mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat posisi usaha di pasar.

Logo merupakan salah satu elemen utama dalam identitas visual yang berfungsi sebagai simbol komunikasi antara perusahaan dan konsumen. Wheeler (2018) menjelaskan bahwa logo yang dirancang secara efektif mampu menciptakan kesan profesional, meningkatkan daya ingat konsumen, serta memperkuat citra suatu usaha. Oleh karena itu, desain logo menjadi bagian penting dalam strategi branding UMKM.

Dapoer Ummi Husna merupakan UMKM yang bergerak di bidang catering rumahan dan melayani berbagai kebutuhan konsumsi masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa UMKM tersebut telah memiliki logo usaha, namun desain yang digunakan masih sederhana dan belum mampu merepresentasikan identitas usaha secara optimal. Kondisi tersebut berpotensi menghambat proses pengenalan merek kepada konsumen dan mengurangi efektivitas kegiatan promosi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim Pengabdian Mahasiswa Kepada Masyarakat (PMKM) Universitas Pamulang melaksanakan kegiatan pelatihan desain logo kreatif sebagai upaya membantu UMKM dalam meningkatkan identitas visual usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya branding serta menghasilkan logo yang lebih profesional, menarik, dan sesuai dengan karakter usaha yang dijalankan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PMKM dilaksanakan pada tanggal 15 Mei 2026 di UMKM Dapoer Ummi Husna yang beralamat di Pondok Benda Indah, Blok O1 No.17B, RT 05/RW 15, Pamulang.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahapan, yaitu:

a. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung untuk mengetahui kondisi usaha, aktivitas operasional, strategi pemasaran yang digunakan, serta identitas visual yang telah dimiliki oleh UMKM.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pemilik UMKM untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan usaha, kendala yang dihadapi, serta harapan terhadap pengembangan identitas visual.Ff

c. Analisi Kebutuhan

Data hasil observasi dan wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi kelemahan logo yang digunakan sebelumnya dan menentukan konsep desain yang sesuai dengan karakter usaha.

d. Pelatihan dan Pendampingan

Tim PMKM memberikan materi mengenai branding, identitas visual, serta prinsip-prinsip dasar desain logo. Selanjutnya dilakukan proses pendampingan dalam pembuatan desain logo baru yang lebih representatif.

e. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan serta mengumpulkan tanggapan dari pemilik UMKM terkait hasil yang telah dicapai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kondisi Awal UMKM

Hasil observasi menunjukkan bahwa Dapoer Ummi Husna telah menggunakan logo sebagai identitas usaha. Namun, logo tersebut masih memiliki keterbatasan dalam aspek visual, seperti penggunaan elemen grafis yang sederhana, kurangnya karakteristik usaha yang ditampilkan, serta tampilan yang belum mencerminkan profesionalisme usaha katering.

Logo lama hanya berfungsi sebagai penanda nama usaha tanpa memberikan kesan visual yang kuat kepada konsumen. Akibatnya, identitas usaha menjadi kurang menonjol ketika digunakan pada media promosi maupun kemasan produk.

Gambar 1 Logo lama UMKM

b. Pelaksanaan Pelatihan Desain Logo Krreatif

Pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya branding dalam pengembangan UMKM. Pemilik usaha diberikan pemahaman bahwa identitas visual merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalisme usaha.

Selanjutnya dilakukan proses perancangan logo baru dengan mempertimbangkan karakteristik usaha catering rumahan. Desain logo dibuat menggunakan kombinasi elemen visual berupa ilustrasi koki berhijab, bentuk lingkaran, tipografi yang lebih modern, serta pemilihan warna yang mencerminkan kehangatan dan profesionalisme.

Gambar 2 Setelah wawancara

c. Analisis Perubahan Logo

Logo lama memiliki desain yang sederhana dengan fokus utama pada nama usaha dan nomor kontak. Meskipun telah berfungsi sebagai identitas usaha, logo tersebut belum memiliki unsur visual yang cukup kuat untuk membangun citra merek.

Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, logo baru berhasil dirancang dengan mempertimbangkan prinsip desain visual yang lebih baik. Penggunaan ilustrasi koki berhijab memberikan representasi langsung terhadap bidang usaha katering rumahan. Bentuk lingkaran memberikan kesan profesional dan mudah diaplikasikan pada berbagai media promosi.

Perubahan ini menunjukkan bahwa identitas visual yang baik tidak hanya berfungsi sebagai simbol usaha, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang mampu menyampaikan karakter dan nilai usaha kepada konsumen.

Gambar 3 Logo Baru UMKM

d. Dampak Kehidupan Terhadap UMKM

Kegiatan PMKM memberikan dampak positif bagi UMKM Dapoer Ummi Husna. Selain memperoleh logo baru yang lebih menarik, pemilik usaha juga memperoleh pengetahuan mengenai pentingnya branding dalam meningkatkan daya saing usaha.

Logo baru dapat digunakan pada berbagai media pemasaran seperti banner, media sosial, kemasan produk, kartu nama, dan materi promosi lainnya. Dengan identitas visual yang lebih profesional, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Mahasiswa kepada Masyarakat (PMKM) yang dilaksanakan pada UMKM Dapoer Ummi Husna berhasil meningkatkan identitas visual usaha melalui pelatihan desain logo kreatif. Kegiatan ini memberikan pemahaman kepada pemilik usaha mengenai pentingnya branding sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pengembangan usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas identitas visual melalui perancangan logo baru yang lebih profesional, komunikatif, dan sesuai dengan karakter usaha catering rumahan. Logo tersebut diharapkan dapat mendukung peningkatan citra usaha, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan daya saing UMKM di masa mendatang.

REFERENSI (Minimal 10 jurnal)

Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.

Rangkuti, F. (2019). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Aaker, D. A. (2017). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. Pearson Education.

Kartajaya, H. (2019). *Brand Operation*. Jakarta: Erlangga.

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Perkembangan Data UMKM Indonesia.

Wheeler, A. (2020). *Designing Brand Identity (6th Edition)*. Wiley.

Rustan, S. (2017). *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia.