



PENINGKATAN IDENTITAS VISUAL UMKM CATERING MELALUI PELATIHAN DESAIN LOGO KREATIF

IMPROVING THE VISUAL IDENTITY OF A HOME CATERING MSME THROUGH CREATIVE LOGO DESIGN TRAINING

Latifah^{1*}, Putri Nurnita Lasaufah², Siti Nabila³

^{1*,2,3} Program Studi Akuntansi, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

*email: latifahifah1907@gmail.com¹, putrilasaufa@gmail.com², sitinabila005@gmail.com³

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 catering 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: 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 capable of improving business competitiveness. One important aspect of visual identity is the logo as a representation of business character and image. This Student Community Service (PMKM) program aims to improve the visual identity of the Dapoer Ummi Husna MSME through creative logo design training. The activity was conducted on 15 May 2026 at Pondok Benda Indah, Block O1 No.17B, RT 05/RW 15, Pamulang. The implementation method included observation, interviews, needs analysis, training, mentoring, and evaluation. The results show an increased understanding among the partner regarding the importance of branding in business development, as well as the creation of a new, more professional and communicative logo suited to the character of the home catering business. The resulting logo is expected to enhance the business image, strengthen brand identity, and support sustainable marketing strategies for the MSME.

Keywords: MSME; Branding; Visual Identity; Creative Logo; Community Service.

Article History:

Received	Revised	Published
30 Mei 2026	10 Juli 2026	15 Juli 2026

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. Sejalan dengan hal tersebut, Munandar dan Astuti (2020) menemukan bahwa identitas visual yang konsisten berperan penting dalam membangun brand awareness pada UMKM, sehingga produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

Logo merupakan salah satu elemen utama dalam identitas visual yang berfungsi sebagai simbol komunikasi antara perusahaan dengan konsumen. Wheeler (2018) menjelaskan bahwa logo yang dirancang secara efektif mampu menciptakan kesan profesional, meningkatkan daya ingat konsumen, serta memperkuat citra suatu usaha. Ainun, Maming, dan Wahida (2023) juga menegaskan bahwa logo memegang peran penting dalam membangun branding UMKM, karena menjadi representasi visual pertama yang dilihat konsumen. Selain itu, Pratama dan Sari (2021) menunjukkan bahwa desain logo turut memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk UMKM. 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. Purwanto (2021) menyebutkan bahwa desain logo yang kurang optimal dapat menurunkan daya saing produk UMKM di pasar yang semakin kompetitif. 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, sejalan dengan pendekatan pelatihan serupa yang terbukti efektif pada UMKM lain (Agustina, Dwanoko, & Suprianto, 2021; Lestari & Wibowo, 2023). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya branding serta menghasilkan logo yang lebih profesional, menarik, dan sesuai dengan karakter usaha yang dijalankan.

Metode

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.

c. Analisis Kebutuhan

Data hasil observasi dan wawancara dianalisis untuk mengidentifikasi kelemahan logo yang digunakan sebelumnya dan menentukan konsep desain yang sesuai dengan karakter usaha, mengacu pada perancangan visual branding berbasis kebutuhan mitra sebagaimana diterapkan oleh Sary, Boer, Agustian, Sanjaya, dan Maudi (2025).

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 catering.

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 Kreatif

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. Proses Pendampingan Desain Logo

c. Analisis Perubahan Logo

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 catering rumahan. Bentuk lingkaran memberikan kesan profesional dan mudah diaplikasikan pada berbagai media promosi. Hasil ini sejalan dengan temuan Imsa, Fatimah, dan Fajar (2025) yang menunjukkan bahwa perancangan logo berbasis karakteristik usaha mampu memperkuat brand identity UMKM secara signifikan. 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.



Referensi

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan desain logo dan kemasan produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (JSolid)*, 4(1), 69.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Antiq, A. S., & Prameswari, N. S. (2023). Redesigning visual identity and its application on the promotional media of Dapur Bu Yudi Semarang. *Arty: Journal of Visual Arts*, 12(3), 197–209.
- Imsa, M. A., Fatimah, A., & Fajar, M. R. (2025). Perancangan logo utama UMKM fashion merek MPA sebagai brand identity. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 6(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, D., & Wibowo, A. (2023). Penerapan Canva sebagai media promosi digital bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 115–123.
- Munandar, A., & Astuti, R. (2020). Peran identitas visual dalam membangun brand awareness UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 33–41.
- Pratama, I., & Sari, N. (2021). Pengaruh desain logo terhadap persepsi konsumen pada produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 45–52.
- Purwanto, H. (2021). Analisis desain logo UMKM dalam meningkatkan daya saing produk. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 45–53.
- Rangkuti, F. (2019). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus integrated marketing communication*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan visual branding untuk meningkatkan identitas dan daya saing UMKM binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran*. Andi.
- Wheeler, A. (2018). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.