


Pendampingan Pembuatan Desain Logo Pada Kue Batang Macis Sagu Desa Tatabau

Sarni Sabonak^{1*}, Ade Putra Ode Amane², Firna G Gimpe³, Wa Nova⁴, Ardiansyah⁵, Muhammad Afandi⁶, Zulfikar⁷, Archindra⁸

¹Ilmu Komunikasi, ²Ilmu Pemerintahan, ³Ilmu Akuntansi, ^{4,5,6,7}Ilmu Manajemen, ⁸Bisnis Digital, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Jl. KH Ahmad Dahlan 79 Luwuk

E-mail: sarnisabonak@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2355>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 29 July 2025

Revised: 13 August 2025

Accepted: 30 August 2025

Kata Kunci:

Desain Logo, Kue Batang Macis Sagu, Desa Tatabau

Keywords:

Logo Design, Macis Sago Stick Cake, Tatabau Village

ABSTRACT

Logo memiliki peran yang penting karena adalah wajah dari suatu merek. Melalui logo, khalayak dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu. Pada wilayah Desa Tatabau terdapat UMKM yang menjadi potensi peningkatan ekonomi masyarakat. Tokoh ibu – ibu di Desa Tatabau mendominasi sektor ini dengan mayoritas memproduksi makanan olahan. Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi. Salah satu masalah yang dihadapi UMKM yang berada di Desa Tatabau adalah belum adanya logo atau identitas produk. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM karena biasanya pelaku UMKM adalah ibu – ibu yang kurang berinteraksi dengan digital. Tujuan pelaksanaan pengabdian ini untuk membantu UMKM di Desa Tatabau memiliki logo produk guna meningkatkan minat pembeli dan memberikan identitas pembeda produk. Metode pengabdian berupa observasi, koordinasi bersama UMKM, dan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Hasil dari kegiatan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman terkait branding, pentingnya logo produk dan strategi pemasaran.

A logo plays a crucial role as the face of a brand. Through a logo, the public can recognize a product and associate it with certain associations. In Tatabau Village, there are MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) that offer potential for economic growth. The women in Tatabau Village dominate this sector, with the majority producing processed foods. The existence of MSMEs is undeniable, as they have proven their resilience and are driving the economy, especially after the economic crisis. On the other hand, MSMEs also face numerous challenges, including limited capital and limited mastery of science and technology. One of the challenges faced by MSMEs in Tatabau Village is the lack of a logo or product identity. This is due to a lack of knowledge among MSME owners, as they are typically women who have limited digital interaction. The purpose of this community service program is to help MSMEs in Tatabau Village develop product logos to increase buyer interest and provide a distinctive product identity. The community service method includes observation, coordination with MSMEs, and implementation of community service activities. The results of the community service program have had a positive impact on increasing understanding of branding, the importance of product logos, and marketing strategies. Keywords: Mentoring, Design, MSMEs, Tatabau Village



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Sarni Sabonak, et al (2025). Analisis Strategi Penjualan Produk Digital di Shopee: Studi Observasi dan Eksperimen pada Toko Pribadi, 4 (1) 5079-5084. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2355>

PENDAHULUAN

Branding adalah aktivitas untuk memperkenalkan citra individu/produk ke khalayak ramai agar menarik minat serta mempersuasi untuk menyukai hingga membeli (produk). Branding usaha memiliki peran penting, merek memiliki makna untuk mewakili sebuah produk secara menyeluruh. Setiawati dkk (2019) memaparkan merek berfungsi sebagai identitas dan pembeda dari produk-produk yang lain. Jadi, merek merupakan gambaran nilai dan value yang ditawarkan dan memiliki makna penting (N. A. Dewi & Suwaidi, 2023). Regulasi yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis memberikan kepastian hukum kepada pemilik usaha terkait perlindungan merek dagang (V. Dewi et al., 2024).

Desa Tatabau, Kecamatan Buko Selatan, Kabupaten Banggai Kepulauan secara keseluruhan sebagian besar dihuni oleh suku Banggai. Mereka terbagi dalam dua kelompok utama: Suku Sea-sea yang tinggal di daerah pegunungan, dan suku Banggai yang mendiami kawasan pesisir. Budaya dan bahasa mereka memiliki kesamaan dengan suku Saluan dan Balantak. Mayoritas penduduk beragama Islam dan bekerja sebagai petani, nelayan, serta berbagai profesi lainnya.

Pada wilayah Desa Tatabau terdapat UMKM yang menjadi potensi peningkatan ekonomi masyarakat. Tokoh ibu – ibu di Desa Tatabau mendominasi sektor ini dengan mayoritas memproduksi makanan olahan. Perlu adanya peningkatan UMKM dengan membantu masyarakat mendesain logo produk dan pengemasan agar menarik serta menambah minat pembeli. Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi. Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap (Seftianti & Aziz, 2021).

Salah satu masalah yang dihadapi UMKM yang berada di Desa Tatabau adalah belum adanya logo atau identitas produk. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM karena biasanya pelaku UMKM adalah ibu – ibu yang kurang berinteraksi dengan digital. Menciptakan kemasan yang menarik khususnya produk makanan dan oleh-oleh khas Desa Tatabau. Setiawan & Oemar, (2015) mengemukakan peran kemasan sangat penting karena menciptakan kesan pertama bahkan sebelum produk dikonsumsi. Pada awalnya kemasan (package) adalah satu komponen penting digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar tetap dalam kondisi yang baik (Kurniawan et al., 2021). Siswanto et al. (2022) mengatakan bahwa ciri-ciri logo yang baik yaitu tidak menggunakan terlalu banyak warna, penggunaan font yang sesuai, keaslian (bukan tiruan) dan tidak menimbulkan kesalahpahaman pemaknaan (Cahyani et al., 2023).

Logo memiliki peran yang penting karena adalah wajah dari suatu merek. Melalui logo, khalayak dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu (N. K. T. Dewi et al., 2023). Oleh sebab itu, terdapat pendapat bahwa logo harus merepresentasikan entitasnya. Program pengabdian masyarakat ini difokuskan untuk pembuatan logo sebagai penguatan branding produk aneka jenis makanan, sehingga dengan adanya logo yang menarik akan menguatkan pasar dan memberi kesan profesional.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 3 hari, mulai dari observasi, koordinasi bersama UMKM, dan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Adapun mitra kegiatan yang menjadi subjek pengabdian ini adalah UMKM Kue Batang Macis Sagu Desa Tatabau.

Observasi

Pada tanggal 24 Juli 2025 dilakukan observasi terhadap UMKM yang ada di Desa Tatabau Kecamatan Buko Selatan. Mayoritas pelaku UMKM di Desa adalah ibu – ibu yang masih kurang memahami pentingnya identitas produk agar menarik minat pembeli dan meningkatkan pemasaran. Oleh karena itu pelaksana pengabdian melakukan pendampingan pembuatan desain logo pada UMKM yang memproduksi kue batang macis sagu.

Kordinasi Bersama UMKM

Koordinasi bersama UMKM kue batang macis sagu dilaksanakan pada 25 Juli 2025 berupa survey dan izin pengabdian serta diskusi bersama mitra UMKM terkait masalah yang ada di UMKM tersebut

agar pelaksanaan pendampingan pembuatan logo UMKM kue batang macis sagu dapat sesuai dengan ciri khas mitra pengabdian.

Pelaksanaan Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan pada 26 Juli 2025, pelaksana pengabdian bersama mitra UMKM mengumpulkan bahan dan alat, membuat kue batang macis sagu, melakukan pengemasan serta mendesain logo stiker yang kemudian ditempelkan pada toples kemasan.



Gambar 1. Pembuatan Kue Batang Macis Sagu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melaksanakan pelatihan pembuatan logo, pelaksana pengabdian terlebih dahulu memberikan edukasi kepada UMKM terkait pentingnya identitas produk berupa logo untuk membangun citra. Tujuan dari pemaparan materi adalah untuk meningkatkan pemahaman para pelaku usaha mengenai pentingnya logo dalam meningkatkan output dan daya bersaing dengan produk-produk berkualitas tinggi yang saat ini dihasilkan oleh organisasi-organisasi besar. Materi yang disampaikan meliputi bentuk logo, pemilihan warna, pemaknaan logo, serta strategi pemasaran.

Observasi Kegiatan

Pada tanggal 24 Juli 2025 dilakukan observasi terhadap UMKM yang ada di Desa Tatabau Kecamatan Buko Selatan. Observasi adalah suatu kegiatan peninjauan untuk mengamati suatu keadaan/gejala tertentu, yang dilakukan pada tempat tertentu guna memperoleh data atau informasi sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, dilakukan dengan cara pemotretan dan perekaman keadaan yang diamati serta pencatatan atas semua yang telah diamati, (Kusumawati et al., 2023); (Amane et al., 2023); (Zanariyah, 2024). UMKM Kue Batang Macis Sagu Desa Tatabau belum memiliki logo produk sehingga mahasiswa tertarik melakukan pendampingan dalam desain logo.

Koordinasi Bersama UMKM

Koordinasi bersama UMKM kue batang macis sagu dilaksanakan pada 25 Juli 2025. Kegiatan ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi kapan akan dilaksanakan kegiatan, persiapan yang harus dilakukan, permasalahan yang dialami UMKM, serta diskusi logo yang harus disiapkan. Label memberikan kesan yang menarik kepada konsumen dan memberikan berbagai informasi terkait produk. Identifikasi label, produk, merek, logo, komposisi pembuatan, informasi tanda gizi, serta tanggal kadaluarsa, (Rahman et al., 2022); (Alfaris et al., 2023); (Muafidah et al., 2024).

Pelaksanaan Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan pada 26 Juli 2025, pelaksana pengabdian bersama mitra UMKM mengumpulkan bahan dan alat pembuatan kue batang macis sagu, melakukan pembuatan kue batang macis sagu, serta melakukan pengemasan serta mendesain logo stiker yang kemudian ditempelkan pada toples kemasan. Merk yang ditampilkan melalui suatu logo dapat mencerminkan image khas suatu produk yang menjadi pembeda dengan produk lain sehingga dapat mempengaruhi proses pemilihan produk atau jasa serta membuat produk memiliki nilai bagi konsumen dan penjual, (D et al., 2023); (Muslimin et al., 2023); (Amane et al., 2023); (Alaslan et al., 2023)



Gambar 2. Desain Logo Produk UMKM Kue Batang Macis Sagu

Salah satu capaian dari pelaksanaan pengabdian ini adalah desain logo produk kue batang macis sagu yang kemudian akan ditempelkan pada kemasan toples. Logo ini dirancang menggunakan aplikasi Canva oleh mahasiswa bersama mitra UMKM bersama sama. Canva adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk membuat berbagai desain konten visual untuk website atau blog secara gratis seperti poster, presentasi, grafis media sosial, dan konten visual lainnya (Magdalena et al., 2023). Informasi terkait komposisi, tanggal kadaluarsa, serta ilustrasi gambar produk menjadi unggulan yang wajib untuk diketahui konsumen. Warna gold pudar dan cokelat menjadi warna dasar pada logo produk mencerminkan citra yang eksklusif dan rasa manis coklat yang ada pada kue batang macis sagu.



Gambar 3. Logo Ditempelkan pada Kemasan Produk

Setelah desain rampung, selanjutnya desain dicetak pada kertas stiker yang kemudian ditempelkan pada setiap kemasan toples kue batang macis sagu. Pelaku UMKM merasa senang dengan adanya logo produk yang didesain oleh pelaksana pengabdian dan seterusnya akan menggunakan logo tersebut untuk mempertahankan citra serta sebagai strategi menarik minat pembeli. Dengan adanya logo ini, UMKM kue batang macis sagu memiliki identitas visual yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan branding, baik di kemasan produk, media sosial, maupun promosi cetak.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan pembuatan desain logo pada kue batang macis sagu Desa Tatabau dapat disimpulkan telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman terkait branding, pentingnya logo produk dan strategi pemasaran. Hasil pengabdian berupa logo produk yang selanjutnya akan digunakan oleh UMKM untuk menarik minat pembeli serta memberikan informasi terkait produk UMKM kepada pembeli. Kegiatan pengabdian ini dapat membantu usaha UMKM agar mampu memperluas jangkauan pasar produk dan lebih dikenal Masyarakat secara luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga jurnal pengabdian masyarakat ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis

menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Ade Putra Ode Amane, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan jurnal ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman penulis lainnya yang telah bekerja sama dengan baik, saling mendukung, serta memberikan kontribusi nyata sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan maksimal.

REFERENSI

- Alaslan, A., Amane, A. P. O., Suharti, B., Laxmi, Rustandi, N., Sutrisno, E., Rustandi, Rahmi, S., Darmadi, & Richway. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In A. Hidir (Ed.), *Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI) (Pertama)*.
- Alfaris, L., Azmidar, Manullang, K. R., Indrawati, I., Papilaya, P. P. E., Efendi, R., Setiawan, J., Irwanto, Sari, K., Adil, A., Amane, A. P. O., Subasman, I., & Fajrillah. (2023). *Metodologi Penelitian Eksperimen (Ariyanto (ed.); Pertama)*. Get Press Indonesia.
- Amane, A. P. O., Kertati, I., Hastuti, D., Purwanto, R., Shodiq, L. J., & Ridho'i, M. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (Perspektif bidang ilmu Sosial) (Efitra & Sepriano (ed.); Pertama)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Cahyani, R., Kosasih, U., Sulastri, Y., Gita, T. W., & Amanda, R. A. (2023). Pendampingan Pemasaran UMKM Camilan di Kampung Jamuju Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 5(2), 150–158. <https://doi.org/10.29244/jpim.5.2.150-158>
- D, N. U. K., Rizki, M. F., & Nuraini, S. U. (2023). Pendampingan Pembuatan Nib Dan Logo Kemasan Sebagai Upaya Optimalisasi Pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 817–822. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.171>
- Dewi, N. A., & Suwaidi, R. A. (2023). Pendampingan Pembuatan Legalitas Usaha Dan Branding Produk UMKM Desa Ngampungan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi*, 2(3), 01–06. <https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i3.164>
- Dewi, N. K. T., Mandira, I. M. C., Kusuma, P. S. A. J., & Wijaya, G. C. (2023). Pembuatan Design Logo Dalam Penunjangan Umkm “Entil” Makanan Khas Desa Penatahan. *Abdimas Galuh*, 5(1), 617–624. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.9973>
- Dewi, V., Rindiani, A., Yuliana, S., & Alenda, I. (2024). Pendampingan Pembuatan Logo Dan Merek Sebagai Identitas Umkm Di Desa Sungkap Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(6), 1827–1833.
- Dewi, V., Rindiani, A., Yuliana, S., & Alenda, I. (2024). Pendampingan Pembuatan Logo Dan Merek Sebagai Identitas Umkm di Desa Sungkap Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(6), 1827–1833. <https://pekatpkm.my.id/index.php/JP/article/view/524>
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 1–8. <https://doi.org/10.35799/vivabio.3.1.2021.31380>
- Kusumawati, I., Mitrin, A., Zahari, M. E. I., Sari, A., Mole, P. N., Iman, T., Santoso, Nugraha, D. Y., Arifin, Amane, A. P. O., Prahara, S., & Arman. (2023). *Metode Penelitian Sosial (Arman (ed.); Pertama)*. PUSTAKA AKADEMIKUS.
- Muslimin, D., Majid, M. N., Effendi, N. I., Simarmata, N., Ristiyana, R., Langelo, W., Safitri, T. A., Seto, A. A., Sunariyanto, Amane, A. P. O., Indriyati, R., Sulistiyani, Triwijayati, A., Hadawiah, & Januarsi, Y. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. In N. Mayasari (Ed.), *Global Eksekutif Teknologi (Pertama)*.
- Muafidah, Z., Rohman, T., Arofah, E. A., & Prabawa, A. F. (2024). Optimalisasi produk UMKM melalui pelatihan desain logo dan kemasan di Desa Kalijambe Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i1.1027>
- Rahman, A., Sari, N. M. W., Fitriani, Sugiarto, M., Sattar, Abidin, Z., Irwanto, Nugroho, A. P., Indriana, Ladjin, N., Haryanto, E., Amane, A. P. O., Ahmadin, & Alaslan, A. (2022). *Metode Penelitian Ilmu Sosial (A. Masruroh (ed.); Pertama)*. Widina Media Utama.

- Seftianti, A., & Aziz, I. A. (2021). Pendampingan Produksi UMKM Dalam Meningkatkan Usaha Sale Pisang Di Desa Padamulya. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 40–45. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v1i1.2908>
- Zanariyah, S. (2024). Teknik Observasi Yang Efektif Dan Efisien Pada Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(3), 23–27