



## Pendampingan Pembuatan Desain Logo untuk Penguatan Citra Usaha Mikro

### *Assistance in Logo Design Development for Strengthening the Image of Micro Enterprises*

Novi Fitri Hermati<sup>1\*</sup>, Andri Kurnia<sup>2</sup>, M. Irham Ramadhan<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

Email: [novi\\_fitria@pelitabangsa.ac.id](mailto:novi_fitria@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [kurniaandry12@gmail.com](mailto:kurniaandry12@gmail.com)<sup>2</sup>, [muhamadirhamm798@gmail.com](mailto:muhamadirhamm798@gmail.com)<sup>3</sup>

Korespondensi penulis: [novi\\_fitria@pelitabangsa.ac.id](mailto:novi_fitria@pelitabangsa.ac.id)\*

#### Article History:

Received: April 12, 2025;

Revised: Mei 18, 2025;

Accepted: Juni 27, 2025;

Published: Juni 30, 2025

**Keywords:** Brand Image, Logo Design, MSMEs

**Abstract:** *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Indonesian economy, especially in job creation and income distribution. Despite this, many MSMEs face challenges in building a strong and professional brand image. One of the efforts to overcome these problems is through assistance in logo design. The logo serves as a visual identity that can strengthen the brand's position in the minds of consumers. This study aims to analyze the effect of logo design assistance on strengthening the image of micro businesses. The method used is a literature study of various scientific journals and community service reports in Indonesia that are relevant to this topic. The study results show that logo design assistance is able to increase brand awareness, consumer confidence, and encourage increased sales of MSME products. Thus, graphic design assistance programs such as logos can be an effective strategy in improving the competitiveness and sustainability of MSMEs in local and global markets.*

#### Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan. Meskipun demikian, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang kuat dan profesional. Salah satu upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui pendampingan dalam pembuatan desain logo. Logo berfungsi sebagai identitas visual yang dapat memperkuat posisi merek di benak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendampingan desain logo terhadap penguatan citra usaha mikro. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dari berbagai jurnal ilmiah dan laporan pengabdian masyarakat di Indonesia yang relevan dengan topik ini. Hasil studi menunjukkan bahwa pendampingan desain logo mampu meningkatkan kesadaran merek, kepercayaan konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan produk UMKM. Dengan demikian, program pendampingan desain grafis seperti logo dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di pasar lokal maupun global.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Desain Logo, UMKM.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam situasi persaingan bisnis yang semakin ketat, usaha mikro di Indonesia harus menciptakan taktik pemasaran yang efisien untuk meningkatkan posisi mereka di pasar. Salah satu pendekatan yang sangat penting adalah memperkuat citra bisnis melalui identitas visual yang menonjol, terutama lewat desain logo. Logo berfungsi sebagai gambaran visual yang dapat memengaruhi cara pandang konsumen terhadap produk dan layanan yang disediakan. (Riqqoh 2023). menyatakan bahwa logo yang dirancang dengan baik tidak hanya

memperkuat pengenalan merek, tetapi juga menambah kepercayaan konsumen terhadap usaha mikro tersebut. Karena itu, pengembangan desain logo menjadi bagian yang esensial dalam menciptakan citra bisnis yang profesional dan menarik.

Selain berperan sebagai ciri visual, proses pendampingan dalam desain logo juga menyampaikan edukasi krusial terkait dengan konsep branding dan pemasaran yang selama ini belum banyak diketahui oleh pelaku usaha mikro. (Farih and Anggalih 2023) menekankan bahwa bimbingan yang diterima oleh pelaku usaha mikro tidak hanya menciptakan logo yang menarik, tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka mengenai pentingnya konsistensi merek dalam usaha pemasaran. Bimbingan ini mendukung pelaku usaha untuk menggabungkan elemen visual ke dalam rencana pemasaran mereka sehingga usaha mikro dapat lebih gampang dikenali dan dipercaya oleh konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wiliandika 2022) menunjukkan bahwa adanya logo yang mudah diingat dan konsisten sangat berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap usaha kecil. Logo bukan sekadar tanda, tetapi juga alat komunikasi yang menyampaikan nilai serta ciri-ciri khas dari produk yang disediakan. Oleh karena itu, bantuan dalam merancang logo menjadi langkah yang efektif untuk mendukung pelaku usaha dalam menyesuaikan desain logo yang cocok dengan identitas dan sasaran pasar usaha mereka.

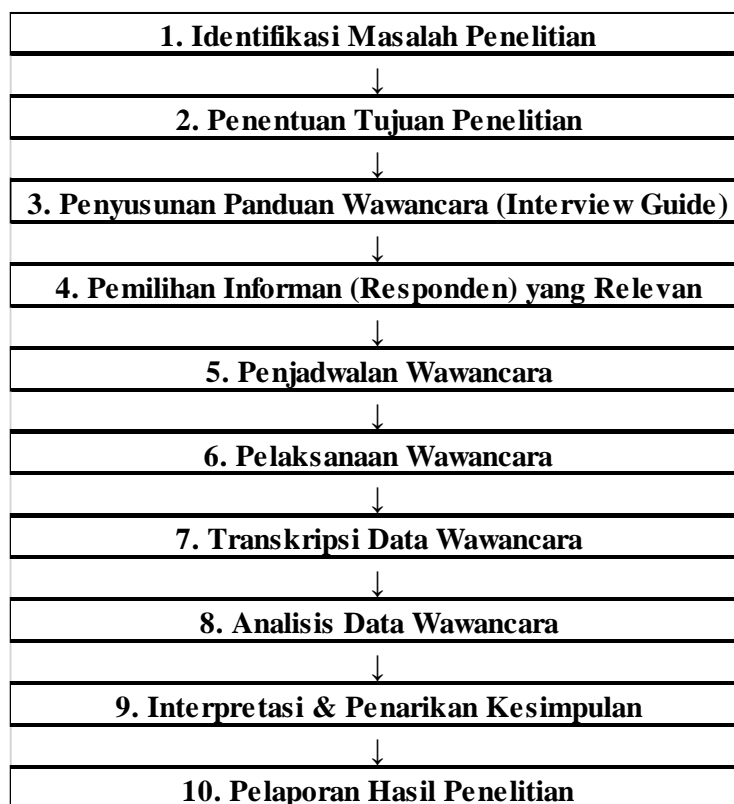
Begitu pula, bantuan dalam merancang logo memiliki peran yang signifikan sebagai upaya untuk memberdayakan pelaku usaha mikro agar dapat lebih mandiri dalam mengatur citra bisnis mereka.. (Agustina et al. 2024) menyatakan bahwa program pelatihan yang sistematis dan terus-menerus dapat memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam melakukan perbaikan dan inovasi pada pendekatan pemasaran visual mereka. Bantuan yang diberikan tidak hanya menciptakan desain logo yang baik, tetapi juga memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam mengelola merek secara mandiri, sehingga memberikan dampak positif bagi pertumbuhan usaha yang berkelanjutan, (Prameswari et al. 2021).

Walaupun demikian, keberhasilan pendampingan sangat tergantung pada metode yang digunakan.(Isabella and Sanjaya 2022) Menegaskan bahwa bimbingan yang mengedepankan metode partisipatif dan disesuaikan dengan karakteristik khas usaha mikro akan menghasilkan peningkatan citra usaha yang lebih baik. Dengan demikian, model bimbingan yang fleksibel dan peka terhadap kebutuhan usaha mikro sangat krusial untuk menghasilkan logo yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga dapat memperkuat posisi usaha dalam persaingan di pasar.

## 2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pendampingan ini adalah pendekatan kualitatif dengan fokus studi lapangan. Teknik utama untuk mengumpulkan data yang diterapkan adalah melakukan wawancara mendalam dengan pelaku usaha mikro yang menjadi mitra dalam program pendampingan. Wawancara dilakukan secara langsung untuk menggali informasi mengenai identitas usaha, nilai-nilai yang ingin disorot, preferensi visual, serta tantangan yang dihadapi dalam membangun citra usaha. Data yang dihasilkan dari wawancara ini menjadi dasar dalam merancang desain logo yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing usaha. (Harini et al. 2023)

Selain itu, (Rahmawati et al 2024) wawancara juga bertujuan untuk memahami pandangan pelaku usaha mengenai pentingnya identitas visual dalam pemasaran dan komunikasi bisnis. Hasil wawancara dianalisis secara deskriptif untuk menemukan tema-tema utama yang berkaitan dengan proses desain, seperti harapan pemilik usaha mengenai logo, pemahaman mereka tentang branding, serta tanggapan awal terhadap konsep desain yang disajikan. Dengan pendekatan ini, proses pendampingan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan partisipasi, sehingga desain logo yang dihasilkan benar-benar mencerminkan karakter dan tujuan dari usaha mikro tersebut. (Matana and Baan 2024)



**Gambar 1.** Flow Chard Proses Wawancara

### **3. HASIL**

Hasil dari kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha mikro belum memahami secara mendalam mengenai pentingnya identitas visual dalam membangun citra usaha mereka. Dari hasil wawancara yang dilakukan, terungkap bahwa banyak pelaku usaha yang hanya menggunakan logo sederhana atau bahkan tidak memiliki logo sama sekali. Mereka cenderung lebih memperhatikan kualitas produk tanpa memikirkan bagaimana produk itu ditampilkan secara visual kepada pelanggan. Namun, seperti yang dinyatakan oleh (Sulistyo and Wikartika 2024), logo memiliki fungsi penting dalam memengaruhi pandangan konsumen terhadap sebuah usaha. Melalui pendampingan, pelaku usaha diinstruksikan untuk mengenali nilai-nilai inti dari usaha mereka, seperti keunikan produk, filosofi bisnis, dan target pasar yang ingin dijangkau. Informasi ini kemudian diolah menjadi elemen visual seperti bentuk, warna, dan tipografi yang sesuai dengan karakter masing-masing usaha (Farih and Anggalih 2023).

Proses pendampingan (Oktavia and Indarwati 2023) yang dilakukan secara partisipatif terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran branding di kalangan pelaku usaha mikro. Hasil wawancara menunjukkan bahwa dengan melibatkan pelaku usaha secara langsung dalam proses desain mulai dari pembuatan konsep hingga pemilihan elemen visual mereka merasa lebih terikat dengan logo yang mereka ciptakan. Mereka juga mulai menyadari bahwa logo bukan sekadar simbol estetis, melainkan merupakan alat komunikasi yang mengandung nilai dan karakter usaha kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan yang diungkap oleh (Hikmah 2025) yang menyatakan bahwa pendampingan yang disertai edukasi mengenai branding dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran visual yang lebih konsisten. Dalam beberapa kasus, logo yang baru dirancang berhasil menarik perhatian pelanggan karena lebih mudah diingat, memiliki makna yang jelas, serta mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan.

Lebih jauh lagi, efek dari pendampingan ini tidak hanya terlihat pada aspek desain visual, tetapi juga pada peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha dalam mengelola identitas merek mereka secara mandiri. Sebagaimana diungkapkan oleh (Agustina et al. 2024), program pelatihan yang berlangsung terus-menerus mampu memperkuat kapasitas inovasi dan adaptasi pelaku usaha terhadap perubahan pasar. Setelah pendampingan, beberapa mitra usaha mulai memperbarui media promosi mereka seperti kemasan, spanduk, dan media sosial agar sesuai dengan desain logo baru. Mereka juga menunjukkan ketertarikan untuk mengembangkan elemen identitas merek lainnya seperti slogan, warna khas, dan gaya komunikasi yang konsisten. Ini menunjukkan bahwa desain logo bukanlah hasil akhir, melainkan tahap awal dari proses transformasi visual usaha mikro menuju citra yang lebih profesional dan bersaing di

pasar. Dengan demikian, pendampingan desain logo tidak hanya berdampak pada hasil visual, tetapi juga pada peningkatan literasi branding dan keberlanjutan usaha mikro secara menyeluruh. (Batubara et al. 2023)

#### **4. DISKUSI**

Dalam kegiatan pendampingan pembuatan desain logo guna memperkuat citra bisnis mikro, telah dilakukan beberapa pertemuan antara pendamping dan para pelaku bisnis tersebut. Diskusi ini menghasilkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1) Kehadiran Identitas Visual yang Penting

Pelaku usaha menyadari bahwa logo bukan sekadar gambar; ia merupakan elemen penting dalam membangun identitas visual dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Logo dianggap mampu menciptakan kesan profesional serta membedakan usaha mereka dari kompetitor.

2) Kurangnya Pengetahuan tentang Desain

Banyak pelaku usaha menyatakan bahwa mereka belum sepenuhnya memahami prinsip-prinsip dasar dalam menciptakan logo yang efektif, seperti kesederhanaan, keterbacaan, dan relevansi dengan jenis bisnis. Oleh karena itu, mereka membutuhkan pendampingan yang tidak hanya bersifat teknis tetapi juga bersifat edukatif.

3) Kebutuhan akan Logo yang Mudah dan Multifungsi

Usaha mikro cenderung membutuhkan logo yang dapat dengan mudah diterapkan di berbagai media, baik yang berbentuk cetak maupun digital (seperti kemasan produk, media sosial, spanduk, dan lain-lain). Hasil diskusi menunjukkan adanya preferensi terhadap desain yang fleksibel dan tidak terlalu rumit.

4) Keterlibatan Aktif dalam Proses Desain

Pelaku usaha berpartisipasi langsung dalam proses pembuatan logo, mulai dari pencarian ide, pemilihan warna dan simbol, hingga revisi desain. Hal ini membuat mereka merasa memiliki dan lebih memahami filosofi di balik logo tersebut.

5) Dampak Positif pada Citra Bisnis

Diskusi juga mengungkapkan bahwa dengan adanya logo yang baik, para pelaku usaha merasa lebih percaya diri dalam mempromosikan produk dan membangun hubungan dengan pelanggan. Beberapa di antaranya mulai memperbarui tampilan kemasan dan materi promosi mereka agar lebih seragam secara visual.



**Gambar 2.** Proses Wawancara

Gambar 2. wawancara dengan pemilik usaha mikro menunjukkan bahwa banyak di antara mereka yang belum memiliki logo yang menggambarkan usaha mereka secara profesional. Setelah mendapatkan pendampingan, mereka merasa lebih paham mengenai pentingnya identitas visual. pemilik usaha menyatakan bahwa logo membuat produknya lebih dikenal dan dapat meningkatkan kepercayaan dari pelanggan. Secara keseluruhan, pendampingan ini dianggap sangat membantu untuk memperkuat citra usaha mereka.



**Gambar 3.**Tempat UMKM dan Logo

Gambar 3. pelaku usaha tidak hanya mendapatkan hasil berupa desain logo yang sesuai dengan identitas usaha mereka, tetapi juga memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya branding dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis. Logo yang dirancang bersama tidak sekadar menjadi simbol visual, melainkan juga menjadi representasi nilai dan karakter dari produk atau layanan yang ditawarkan.

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan dalam proses pembuatan desain logo untuk usaha mikro menunjukkan bahwa identitas visual memiliki peranan signifikan dalam meningkatkan citra dan daya saing usaha di tengah persaingan pasar yang ketat. Melalui metode partisipatif dan wawancara mendalam, para pelaku usaha mikro dapat menentukan nilai-nilai dasar dari usaha mereka yang kemudian dituangkan ke dalam bentuk visual yang sesuai dan menarik. Pendampingan ini tidak hanya menghasilkan logo yang mencerminkan karakteristik usaha, tetapi juga meningkatkan pemahaman para pelaku usaha tentang pentingnya branding dan konsistensi visual dalam pemasaran. (Ainun, Maming, and Wahida 2023) Dengan adanya logo yang tepat dan bermakna, usaha mikro lebih mudah untuk dikenali, dipercaya, dan dapat membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan.

Disarankan adanya program lanjutan berupa pelatihan branding terpadu yang mencakup penggunaan logo dalam berbagai media promosi, pengelolaan media sosial, dan pembuatan identitas visual yang konsisten. Selain itu, perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk menilai sejauh mana logo dan elemen visual lainnya telah diimplementasikan dalam strategi pemasaran pelaku usaha mikro. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, maupun komunitas desain diharapkan dapat berperan aktif dalam memperluas akses pendampingan serupa bagi pelaku usaha mikro lainnya, sehingga semakin banyak UMKM yang mampu bersaing secara visual dan profesional di pasar lokal maupun global.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas semua karunia dan berkah-Nya yang telah membuat pelaksanaan kegiatan pendampingan dan penyusunan laporan ini dapat berjalan dengan baik. Penulis juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan partisipasi mereka dalam kegiatan ini.

Ucapan terima kasih ditujukan khususnya kepada para pelaku UMKM yang telah bersedia menjadi mitra dalam pendampingan serta berbagi pengalaman selama proses ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada institusi akademis dan lembaga yang telah memberikan kesempatan, sarana, serta arahan yang sangat membantu selama kegiatan berlangsung.

Di samping itu, penulis menghargai sumbangsih dari seluruh tim pelaksana dan narasumber yang telah menyisihkan waktu dan tenaga mereka untuk mendukung kelancaran kegiatan ini. Semoga semua dukungan dan kerjasama yang telah diberikan menjadi amal yang baik dan membawa manfaat bagi perkembangan UMKM di Indonesia.

## DAFTAR REFERENSI

- Agustina, A., Andanty, F. D., Setiawan, R., Susanto, F., Soelistijowati, J. O., & Putri, N. T. (2024). Pengembangan UMKM basreng: Kreativitas dan inovasi dalam pemasaran tanpa modal di Desa Kalensari Comreng. *Jurnal*, 4(1), 32–37.
- 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>
- Batubara, C., Safitri, D., Sari, D. P., Luthfiah, H. T., & Putra, B. U. (2023). Strategi pengembangan identitas visual UMKM melalui pembuatan logo: Studi kasus pada program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Aras. *Journal of Human and Education*, 3(2), 420–427.
- Farih, F. N., & Anggalih, N. N. (2023). Perancangan identitas visual UMKM Ibu Musriani di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Desgrafia*, 1(1), 145–156. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/>
- Harini, N., Suhariyanto, D., Indriyani, I., Novaria, N., Santoso, A., & Yuniarti, E. (2023). Pendampingan pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan perekonomian desa. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagemet*, 4(2), 363–375. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2834>
- Hikmah, S. W. (2025). Perancangan identitas visual melalui... [Nama jurnal tidak dicantumkan], 6(3), 272–284.
- Isabella, A. A., & Sanjaya, P. N. (2022). Efektivitas pendampingan konsultan pendamping UMKM terhadap kinerja UMKM: Studi kasus pada UMKM Kabupaten Mesuji. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 279–285.
- Matana, H., & Baan, A. (2024). Pendampingan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Lembang To' Pao Kecamatan Rembon. [Nama jurnal tidak dicantumkan], 5(6), 11768–11771.
- Oktavia, D. D., & Indarwati, P. (2023). Pendampingan UMKM dalam memanfaatkan aplikasi Gobiz sebagai sarana pemasaran digital. *Berdaya Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–10. <https://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/PkM/article/view/190>
- Prameswari, N. S., Haq, M. D., Gunadi, G., & Widagdo, P. B. (2021). Strategi pembentukan citra produk UKM melalui perancangan desain kemasan stick snack 'Sabilla Djaya.' *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.33479/cd.v3i01.357>
- Rahmawati, A., Halimah, N., Setiawan, A. A., Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Syekh-yusuf, & Universitas Muhammadiyah Purwokerto. (n.d.). Optimalisasi teknik wawancara dalam penelitian field research melalui pelatihan berbasis participatory action research pada mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang, 135–142.

- Rini, A., Seby, Y., & Suprianto, D. (2020). Pelatihan desain logo dan kemasan produk UMKM di wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks*, 11(1), 1–14.
- Riqqoh, A. K. (2023). Peranan identitas visual berupa logo sebagai brand identity pada UMKM Andyni Collection. *Jurnal Tanra Desain Komunikasi Visual*, 10(3), 257–264. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Sulistyo, Y., & Wikartika, I. (2024). Pembuatan logo guna membangun branding pada UMKM Sambel Pecel Lima Dua Kelurahan Gunung Anyar. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(1), 48–54.
- Wiliandika, I. M. S. (2022). Rebranding logo dan media komunikasi.