

## EFEKTIVITAS SOSIALISASI DAN WORKSHOP PENTINGNYA LOGO DAN PENGEMASAN PRODUK BAGI PENINGKATAN DAYA JUAL PRODUK UMKM DESA CIBURIAL, KABUPATEN BANDUNG

Ade Yunita Mafruh<sup>1\*</sup>, Ria Haryatiningsih<sup>2</sup>, Meidy Haviz<sup>3</sup>, Ahmad Arif Nurrahman<sup>4</sup>,  
Muhammad Fauzi Arif<sup>5</sup>, Lovie Dwifany Lesmana<sup>6</sup>, Khofifah Alya Prameswari<sup>7</sup>, Muhammad  
Rafky Razif Kiransyah<sup>8</sup>, Ghirah Jihad Fie Sabilillah<sup>9</sup>

<sup>1,2,3,6,7</sup>Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung.

<sup>4</sup>Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung.

<sup>5,8,9</sup>Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung.

Penulis Korespondensi : [ade.yunita.mafruh@unisba.ac.id](mailto:ade.yunita.mafruh@unisba.ac.id)

### Abstrak

*UMKM Desa dapat memberikan peran yang cukup besar dalam pembangunan ekonomi tingkat Nasional. Besarnya peran ini membuat UMKM Desa menjadi solusi yang efektif dalam pemulihan ekonomi nasional. Namun, perannya ini masih belum optimal karena UMKM Desa masih banyak menghadapi berbagai tantangan salah satunya dalam peningkatan daya saing produknya yakni terkait logo dan pengemasan. Untuk membantu mengatasi permasalahan tersebut maka pengabdian menyelenggarakan kegiatan Sosialisasi dan Workshop terkait pentingnya Logo dan Pengemasan Produk UMKM Desa yang profesional. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi: sosialisasi, workshop, dokumentasi, dan penyusunan laporan akhir. Hasil dari kegiatan PKM ini, para pelaku UMKM Unggulan terpilih Desa Ciburial meningkat keberdayaan UMKM Desa Ciburial perihal logo dan pengemasan produk khususnya dalam hal peningkatan pengetahuan, keterampilannya Dengan meningkatnya keberdayaan ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM efektif.*

**Kata kunci:** *Workshop; Sosialisasi; UMKM Desa, Logo, Kemasan.*

### Abstract

*Village MSMEs can play a significant role in national economic development. The magnitude of this role makes Village MSMEs an effective solution in national economic recovery. However, this role is still not optimal because Village MSMEs still face many challenges, one of which is in increasing the competitiveness of their products, namely related to logos and packaging. To help overcome these problems, the pengabdian organized Socialization and Workshop activities related to the importance of professional Logo and Packaging of Village MSME Products. The implementation methods used include: socialization, workshops, documentation, and preparation of the final report. The results of this PKM activity, the selected leading MSME players in Ciburial Village increased the empowerment of Ciburial Village MSMEs regarding logos and product packaging, especially in terms of increasing their knowledge, skills With this increase in empowerment, it shows that PKM activities are effective.*

**Keywords:** *Workshop; Socialization; Branding.*

### 1. Pendahuluan

Menurut (Nur Sarfiah et al., 2019), Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pilar penting bagi perekonomian Indonesia. Hal ini karena dengan adanya UMKM, perekonomian Indonesia pasca krisis

ekonomi tahun 1998, mampu pulih dengan cepat. Cepatnya pemulihan ekonomi akibat krisis ekonomi ini disebabkan peran UMKM yang strategis yakni sebagai pelaku utama kegiatan ekonomi, mampu menyediakan lapangan kerja terbesar, mampu mengembangkan

perekonomian lokal dan pemberdayaan Masyarakat, mampu menciptakan pasar baru dan sumber inovasi. Walaupun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai masalah terkait sumber daya manusia, pemasaran produk, daya saing, kemampuan manajerial, dan pemodal (Anggraeni et al., 2021; Nur Sarfiah et al., 2019; F. Putri et al., 2021; Suci, 2017). Untuk meningkatkan daya saing UMKM dan salah satu strategi UMKM untuk dapat bertahan, upaya yang dapat dilakukan yakni dengan perbaikan kualitas dan kuantitas produk mulai dari kekhasan rasa, kenyamanan produk dan tampilan produk (logo dan pengemasan) (Akuntansi et al., 2020; Mas'udah et al., 2021; A. D. Putri et al., 2023). Pengamatan menunjukkan bahwa UMKM di Desa Ciburial, Kabupaten Bandung, juga menghadapi masalah yang sama. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa produk UMKM Desa Ciburial sudah siap masuk pasar dan bersaing dengan produk serupa karena produk tersebut merupakan produk unggulan Desa Ciburial. Namun, produk tersebut masih belum berkembang secara optimal dalam pemasaran karena terkendala kemasan dan logo yang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan ini maka keterampilan pelaku UMKM Desa Ciburial perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, tujuan dilaksanakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yakni untuk membantu pelaku UMKM dalam mengemas produk mereka dengan tampilan yang menarik dan memiliki daya jual yang tinggi. Untuk mencapai tujuan kegiatan PKM ini dua metode pendekatan perlu digunakan untuk optimalisasi pengemasan produk: pertama, perlu sosialisasi pentingnya keterampilan pengemasan yang baik dan benar; kedua, praktik membuat logo dan mengemas produk sesuai standar pengemasan dengan bantuan mesin.

## 2. Bahan dan Metode

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) terkait sosialisasi dan workshop Pentingnya logo dan Produk UMKM Lokal di Desa Ciburial Kabupaten Bandung ini merupakan bagian Hibah dari LPPM Unisba. Waktu pelaksanaan pengabdian 27 Mei 2023. PKM ini melibatkan mitra Pemerintah Desa Ciburial. Peran mitra dalam pengabdian yakni menyediakan tempat untuk pelaksanaan sosialisasi dan memastikan UMKM Unggulan Desa Ciburial.

### A. Metode Pelaksanaan

Terkait metode pelaksanaan PKM, terdapat lima tahap pelaksanaan:

- a. Tahap identifikasi masalah Focus Group Discussion, pada tahap ini menentukan UMKM Unggulan yang akan di optimalkan dengan metode *Focus Group Discussion* dengan pihak Pemerintah Desa. Ketika UMKM Unggulan telah

ditentukan dari hasil diskusi maka dilakukan survei langsung ke pelaku UMKM Unggulan yang telah di tetapkan.

- b. Tahap Pelaksanaan Sosialisasi dan Workshop, pada tahap ini dilaksanakan dua kegiatan. Pertama, kegiatan sosialisasi pentingnya logo dan pengemasan produk untuk menciptakan branding produk UMKM yang kuat di pasar. Kedua, kegiatan workshop tentang pembuatan logo menggunakan Corel Draw. Kegiatan terakhir, terdapat praktek penggunaan alat mesin pengemasan produk.
- c. Tahap Evaluasi, pada tahap ini dilaksanakan dengan menyebarkan questioner kepada pada peserta pada saat sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi dan workshop dilaksanakan.
- d. Tahap Evaluasi lanjutan, dengan mengolah hasil questioner untuk melihat perbedaan pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan dan juga untuk menghitung besaran efektifitas dari kegiatan.
- e. Tahap Dokumentasi, pada tahap ini kami membuat video yang di unggah melalui YouTube sebagai tempat bukti dan publikasi dokumentasi keberlangsungan acara kegiatan.
- f. Tahap Pembuatan Laporan Akhir, pada tahap ini kami membuat laporan akhir yang nantinya dapat dijadikan sebagai bukti akhir pelaksanaan PKM.

### B. Metode Pendekatan

Terdapat tiga metode pendekatan dalam upaya menyelesaikan permasalahan terkait pengoptimalan daya saing UMKM Unggulan Desa Ciburial. Pertama metode persuasi, dimana pada metode ini dilakukan dengan penjelasan detail terkait branding disertai dengan pemutaran video. Kedua metode ceramah dan diskusi, dimana pada metode terdapat penjelasan mengenai materi dan mengajak para peserta untuk berdiskusi terkait kesulitan mereka terhadap branding sebuah produk. Ketiga metode praktik, dimana pada metode ini sebagai upaya untuk melatih keterampilan dari peserta kegiatan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan satu hari penuh yakni pada tanggal 27 Mei 2023. Tujuan dilaksanakannya kegiatan PKM terkait logo dan pengemasan yakni untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM Unggulan Desa Ciburial dalam menguatkan daya saingnya di pasar melalui penciptaan nilai tambah produk. Untuk mencapai tujuan PKM ini, maka metode pelaksanaan yang dipilih yakni sosialisasi dan workshop. Sosialisasi dalam hal ini yakni pemberian pengetahuan terkait branding: logo, pengemasan dan mekanisme pemasaran daring. Workshop dalam hal ini yakni praktek bersama bagaimana penggunaan aplikasi-aplikasi pembuatan logo produk, mengambil photo produk yang

baik, pengemasan produk dan mekanisme masuk ke *market place*.

Pertama, pelaksanaan sosialisasi. Pada pelaksanaan sosialisasi terdapat materi yang disampaikan yakni terkait materi pengemasan dan logo yang baik dan benar. Materi pengemasan dan logo ini menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan karena terkait optimalisasi daya saing sehingga menarik minat para konsumen untuk membeli produk. Kedua, praktik membuat logo menggunakan Corel Draw dan mencetak sticker logo menggunakan mesin cutting. Walaupun tidak semua peserta yang hadir tidak dapat menggunakan computer, maka kami pilih perwakilan untuk mengefektifkan waktu.



**Gambar 1. Sosialisasi dan Workshop Pembuatan Logo Produk menggunakan Corel Draw**

Ketiga, praktik menggunakan berbagai alat pengemas sederhana. Untuk mengoptimalkan kegiatan praktik, peserta dikenalkan terlebih dahulu dengan alat-alat sederhana yang beredar di pasaran dan dapat dimanfaatkan. Setelah diperkenalkan, peserta difokuskan untuk bisa merakit dan menggunakan alat pengemas sederhana yang dapat mengemas sekaligus mencetak kode produksi dan kadaluarsa produk. Praktik pun diikuti dengan sangat antusias oleh keseluruhan peserta.



**Gambar 2. Workshop Pengemasan Produk menggunakan Mesin Pengemasan dan Cutting**

Untuk memastikan kegiatan telah dilaksanakan dengan baik, maka dilakukan pre-test dan post-test pada setiap materi dan praktik yang disampaikan pada peserta adapun penjelasan terkait hasil pre-test dan post-test akan di jelaskan sebagai berikut.

### Hasil Validasi Empiris Kegiatan Sosialisasi dan Workshop

Untuk melihat efektifitas kegiatan yang telah dilaksanakan pada setiap sosialisasi dan workshop ini disebar kuesioner pre-test dan post-test kepada para

peserta. Hasil t-Test berpasangan terlihat bahwa rata-rata skor sebelum dan sesudah materi menunjukkan adanya perbedaan dan memiliki hubungan yang kuat antara sebelum dan sesudah diadakannya sosialisasi dan workshop. Untuk lebih jelasnya terkait hasil uji beda dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Beda Kegiatan Sosialisasi dan Workshop Logo dan Pengemasan Produk

Komponen Uji Beda	Nilai
<b>Mean</b>	<b>-6.92308</b>
Std. Deviation	5.45377
Std. Error Mean	1.51260
t	-4.577
df	12
<b>Sig. (2-tailed)</b>	<b>.001</b>
<b>Sig. Correlation</b>	<b>0.05</b>

$\alpha = 0.1$

Berdasarkan Tabel 1. dapat dikatakan bahwa kegiatan sosialisasi dan workshop branding efektif. Keefektifan ini ditunjukkan dengan hasil uji beda dan uji korelasi dimana terdapat hubungan dan perbedaan pemahaman dan keterampilan antara sebelum dan sesudah kegiatan. Perbedaan ini ditunjukkan dengan nilai Sig. (2-tailed)  $< \alpha$  (.001  $< 0.1$ ). Selain menunjukkan perbedaan, ternyata kegiatan sebelum dan sesudah pun memiliki hubungan yang kuat yakni ditunjukkan dengan Sig. Correlation  $< \alpha$  (0.05  $< 0.1$ ).

### Efektivitas Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan hasil perhitungan, secara keseluruhan kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan kegiatan dapat dikatakan sangat efektif. Perhitungan ini dihitung dengan membandingkan skor yang dicapai dengan skor maksimal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Efektifitas Kegiatan Sosialisasi dan Workshop Logo dan Pengemasan Produk

Komponen	Nilai
Jumlah UMKM	10
Jumlah Pertanyaan	11
Skor Sangat Setuju	84
Skor Setuju	26
Skor Tidak Setuju	0
Skor Sangat Tidak Setuju	0
<b>Skor rata-rata</b>	<b>524</b>
<b>Skor Maksimal</b>	<b>550</b>
<b>Presentasi Rata-rata</b>	<b>95.27</b>
<b>Kriteria Efektivitas</b>	<b>Sangat Kuat</b>

Pada table tersebut, presentasi akhir yakni 95,27 yang mengartikan bahwa efektifitas kegiatan pengabdian pengemasan produk dan logo yang dilakukan di Desa

Ciburial sudah sangat efektif. Hal ini tidak terlepas karena antusias peserta yang ingin belajar sangat tinggi. Tingginya antusias ini karena kegiatan pengabdian sesuai dengan kebutuhan UMKM, dimana perekonomian pasca covid ini memerlukan inovasi dan penguasaan teknologi yang tinggi karena pola konsumsi Masyarakat sudah berbeda dibandingkan kondisi sebelum adanya Covid 19.

#### Pihak yang Terlibat

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan di Desa Ciburial, Kabupaten Bandung melibatkan UMKM Unggulan Desa Ciburial, Pemilik UMKM di Desa Ciburial, Paguyuban UMKM Desa Ciburial, Narasumber Internal, Narasumber eksternal, Tim Pengabdian yang terdiri dari; Dosen dan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisba; Dosen Fakultas Teknik; Dosen dan Mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba.

#### Peran Peserta

Peserta PKM mengikuti kegiatan PKM dari awal sampai akhir secara aktif. Perannya ini ditunjukkan dengan berpartisipasi untuk mengungkapkan pendapat atau kesulitan yang berkaitan dengan cara branding usaha yang dimiliki, melakukan praktek pada aplikasi Canva, PhotoRoom, dan mencoba alat cutting dalam finishing logo dengan didampingi oleh fasilitator dari pengabdian. Peserta PKM mengikuti kegiatan PKM dari awal sampai akhir secara aktif.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan PKM di Desa Ciburial yakni; kegiatan PKM Sosialisasi dan Workshop pengemasan produk di Desa Ciburial dianggap efektif dan diikuti dengan antusias oleh peserta; pengetahuan dan keterampilan peserta PKM meningkat.

#### SARAN

Antusias pelaku UMKM tinggi dan sudah terbentuk Paguyuban Desa khusus untuk mengembangkan UMKM. Disarankan, pihak Paguyuban lebih Proaktif untuk bisa memelihara dan meningkatkan keterampilan yang sudah diperoleh, sehingga Masyarakat yang masih belum melek teknologi di dorong untuk lebih melek teknologi. Hal ini tentunya sebagai upaya memperluas pasar.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Islam Bandung yang telah memfasilitasi program pengabdian masyarakat ini. Terima kasih juga pengabdian sampaikan pada mitra baik Pemerintah Desa Ciburial dan para pelaku UMKM Desa Ciburial yang telah berkomitmen mengikuti rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini dari awal hingga akhir.

#### Daftar Pustaka

- Akuntansi, J., Bertahan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-, S., & Laura Hardilawati, W. (2020). The Survival Strategy Of Smes During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1), 89–98. [Http://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae](http://ejournal.umri.ac.id/index.php/jae)
- Anggraeni, W. C., Ningtias, W. P., & Alimah, N. M. (2021). Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan Umkmdi Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Journal Of Government And Politics(JGOP)*, 3(1), 47–65.
- Mas'udah, K. W., Achmad, Z. A., Chayani, I. S. P., Multazam, N. A., & Putra, R. F. A. (2021). Pelatihan Desain Pengemasan Dan Pemasaran Kelompok UMKM Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kelurahan Dupak Kecamatan Krembangan Kota Surabaya Jawa Timur. *SHARE: "Sharing - Action - Reflection,"* 7(2), 129–135. <https://doi.org/10.9744/share.7.2.129-135>
- Nur Sarfiah, S., Eka Atmaja, H., & Marlina Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa Msmes The Pillar For Economy. *Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(1). <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119–123.
- Putri, F., Lusianingrum, W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan Labeling Kemasan Produk Umkm Mitra Binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4105>
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.