



PERANCANGAN DESAIN LOGO DAN KONTEN MARKETING DALAM UPAYA PROMOSI PRODUK UMKM DI DESA TELUK BAKAU KECAMATAN GUNUNG KIJANG, KABUPATEN BINTAN, PROVINSI KEPULAUAN RIAU

LOGO DESIGN AND MARKETING CONTENT IN AN EFFORT TO PROMOTE MSME PRODUCTS IN MANGROVE BAY VILLAGE

Octojaya Abriyoso^{1*}, Armansyah¹, Sri Kurnia², Fendy¹, Sandry²

¹Program Studi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Indonesia

octojaya26@gmail.com*

Abstrak. Desa Teluk Bakau menjadi salah satu tempat dimana para pelaku UMKM mengembangkan kreatifitas yang sejalan dengan usaha dan minat mereka untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pengabdian ini dilakukan dengan melaksanakan program Kuliah Kerja Nyata untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada UMKM di Desa Teluk Bakau yaitu dengan mengadakan seminar. Program seminar yang kami laksanakan di Desa Teluk Bakau meliputi “perancangan desain logo dan konten marketing yang menginspirasi” dengan sasaran pemberdayaan kepada masyarakat dan setiap pelaku UMKM. Metode yang digunakan meliputi metode observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil analisis yang ditemukan dalam pelaksanaan program seminar yang dilakukan dapat membuat masyarakat dan pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan tentang seberapa penting logo, cara-cara apa yang harus dilakukan dalam membuat logo dan cara membuat konten-konten yang menarik serta unik. Selain itu, membantu dan menambah kemampuan masyarakat serta pelaku UMKM lebih meningkat dalam mempromosikan produk lewat aplikasi sosial media yang tren.

Kata Kunci: UMKM, Logo, Konten Marketing

Abstract. *Teluk Bakau Village is one of the places where MSME actors develop creativity that is in line with their efforts and interests in maintaining and developing elements of tradition and culture of the local community. This community service was carried out by implementing a real work lecture program to overcome problems that occur in MSMEs in Teluk Bakau Village, namely by holding seminars. The seminar program that we carry out in Teluk Bakau Village includes “designing logo designs and inspiring marketing content” with the target of empowering the community and every MSME player. The methods used include observation, interviews, documentation and literature studies. The results of the analysis found in the implementation of the seminar program can enable the public and MSME players to gain knowledge about how important a logo is, what methods must be used to create a logo and how to create interesting and unique content. Apart from that, it helps and increases the ability of the community and MSMEs to promote products through trending social media applications.*

Keywords: MSME, Logos, Marketing Content

PENDAHULUAN

Desa Teluk Bakau terletak di Kecamatan Gunung Kijang, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. Salah satu sector yang diharapkan dapat menjadi tulang punggung Desa Teluk Bakau yaitu bidang usaha mikro kecil dan menengah, dimana peningkatan jumlah penduduk Desa Teluk Bakau membuat posisi daerah ini cukup strategis untuk perkembangan sektor tersebut. Desa Teluk Bakau menjadi salah satu tempat dimana para pelaku UMKM mengembangkan kreatifitas yang sejalan dengan usaha dan minat mereka untuk



mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat setelah melakukan pengamatan pada beberapa UMKM yang ada di Desa Teluk Bakau. Maka penulis memilih beberapa UMKM menjadi focus pengamatan, yaitu UMKM D kelor Bintan milik Ibu Poniti, UMKM otak-otak sotong Wak Lambung, UMKM sarapan pagi milik Bu Siti Robiah, dan UMKM warung Mak Yanto.

Tim pengabdian Masyarakat memilih beberapa UMKM tersebut sebagai objek pengabdian dikarenakan UMKM ini masih belum terlalu berkembang. Setelah melakukan observasi dan wawancara, maka tim pengabdian Masyarakat menemukan beberapa permasalahan dan kendala yang dihadapi pada UMKM tersebut. Permasalahan dan kendala yang dihadapi yaitu: UMKM belum memiliki desain logo, belum memiliki nama usaha dan pemasaran belum dilakukan melalui sosial media kecuali WhatsApp. Menurut (Ainun et al., 2023) dan (Agusven et al., 2023) Pengembangan logo bagi UMKM akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri. Komponen-komponen ini membantu pembeli dalam memvisualisasikan, menggambarkan, dan membedakan barang yang ditawarkan. Kekuatan logo adalah pelanggan akan segera menghubungkannya dengan merek. Menurut (Destrina et al., 2022) dan (Abriyoso et al., 2023) memiliki merek sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat. Menurut (Danurwindo, 2021) dan (Afriyadi et al., 2023) menjelaskan bahwa strategi *Digital Content Marketing* merupakan strategi yang tepat agar dapat menjangkau calon konsumen secara lebih luas dengan biaya yang lebih murah, karena itu maksimalisasi konten dalam *digital marketing* merupakan strategi pemasaran yang paling cepat berkembang.

Dalam pengabdian ini bertujuan untuk membantu usaha UMKM D kelor Bintan milik Ibu Poniti, UMKM otak-otak sotong Wak Lambung, UMKM sarapan pagi milik Bu Siti Robiah, dan UMKM warung Mak Yanto. untuk mengembangkan UMKM tim pengabdian mengadakan pelatihan perancangan pembuatan desain logo dan pembuatan konten yang menginspirasi untuk memasarkan produk pelaku usaha agar pemasaran semakin luas dan nilai jual UMKM tersebut semakin meningkat. Pembuatan logo bagi UMKM akan berdampak pada nilai jual produk, karena dengan adanya logo pelanggan dapat membedakan, menggambarkan suatu produk dan menjadi identitas suatu produk agar dapat dikenal.



METODOLOGI

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam permasalahan desain logo dan konten marketing dalam memasarkan produk UMKM yang ada di Desa Teluk Bakau yaitu menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data dengan mengamati objek yaitu UMKM secara langsung. Setelah melakukan observasi, kami menemukan beberapa masalah atau kendala saat wawancara, seperti UMKM yang belum memiliki desain logo, belum memiliki nama usaha dan pemasaran belum dilakukan melalui sosial media kecuali menggunakan WhatsApp. Hal tersebut menjadi alasan untuk mengevaluasi perancangan desain logo dan konten marketing kepada pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Teluk Bakau. Kemudian merancang beberapa program kerja untuk menyelesaikan masalah tersebut, dengan mengadakan “seminar perancangan desain logo dan konten marketing yang menginspirasi.” Seminar dilaksanakan pada Hari Selasa, tanggal 31 Oktober 2023 di Kantor Balai Desa Teluk Bakau. Sebagai narasumber yaitu Bapak Satrio Bimo Syahputro M.M untuk memberikan arahan dengan memaparkan materi yang berkaitan sesuai dengan seminar yang diadakan kepada pelaku masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Teluk Bakau. Berikut adalah bentuk realisasi pemecahan masalah yang dibuat dalam bentuk jadwal kegiatan :

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No	Tanggal	Waktu	Keterangan
1.	21/09/2023- 03/10/2023	08.00 – 17.00 WIB	Pengumpulan data profil usaha, data hasil wawancara, data produk yang dijual dan survei lokasi kegiatan seminar serta pelatihan di Desa Teluk Bakau.
2.	31/10/2023	08.00 – 13.40 WIB	Pelaksanaan Seminar Perancangan Desain Logo dan Konten Marketing Yang Menginspirasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seminar ini dilakukan dengan maksud untuk menambah keterampilan kepada masyarakat terutama pada setiap pelaku UMKM yang ada di Desa Teluk Bakau. Sebelum melaksanakan seminar desain logo dan konten sebagian pelaku UMKM yang ada di Desa Teluk Bakau menyatakan bahwa dari hasil wawancara yang dilakukan, pelaku UMKM masih belum mengerti seberapa penting suatu desain logo dan konten akan berpengaruh pada kelangsungan UMKM, dan juga pelaku UMKM yang tidak mengetahui bagaimana cara membuat desain logo untuk produk mereka serta konten yang dapat mengembangkan usaha setiap pelaku untuk dikenal lebih luas ke berbagai daerah. Dari hasil ini menunjukkan bahwa keterampilan desain

logo dan konten pada pelaku UMKM di Desa Teluk Bakau masih cukup rendah sehingga membutuhkan seminar-seminar yang dapat meningkatkan kemampuan dalam membuat desain logo yang sesuai dengan produk serta konten-konten yang menarik.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok Kerja Nyata (KKN) 13 di desa Teluk Bakau dilakukan observasi dari tanggal 21 November 2023 dengan hasil sebagai berikut :



Figure 1 Observasi Kepada Pelaku UMKM Warung Mak Yanto

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim KKN dimulai dengan tahap observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan UMKM di Desa Teluk Bakau. Seperti yang terlihat pada Figur 1, tim melakukan kunjungan langsung dan wawancara ke salah satu pelaku UMKM, yaitu Warung Mak Yanto. Kunjungan ini merupakan bagian dari tahap awal pengumpulan data untuk mengidentifikasi permasalahan secara lebih detail. Melalui observasi dan wawancara langsung ini, tim dapat menggali informasi lebih dalam tentang kendala-kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka, khususnya terkait dengan aspek branding dan pemasaran digital.

Hasil observasi mengungkapkan beberapa permasalahan krusial yang dihadapi UMKM di Desa Teluk Bakau, di antaranya: belum memiliki desain logo yang representatif, beberapa UMKM bahkan belum memiliki nama usaha yang tetap, keterbatasan pemasaran yang hanya mengandalkan aplikasi WhatsApp, serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya identitas brand dan konten marketing. Permasalahan-permasalahan ini menjadi dasar bagi tim untuk merancang program intervensi yang tepat dalam membantu pengembangan UMKM di Desa

Teluk Bakau. Tim KKN menyadari bahwa dalam era digital saat ini, keberadaan identitas visual dan strategi pemasaran digital yang efektif menjadi kunci keberhasilan sebuah usaha. Setelah melakukan analisis mendalam terhadap temuan observasi, tim memutuskan untuk fokus pada pengembangan kapasitas pelaku UMKM dalam hal desain logo dan konten marketing. Hal ini didasari oleh pemikiran bahwa identitas visual yang kuat melalui logo dapat membantu UMKM membangun brand awareness, sementara kemampuan membuat konten marketing yang menarik dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka. Selain itu, penggunaan media sosial yang lebih optimal dapat membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau.



Figur 2 Seminar Bersama Pelaku UMKM Desa Teluk Bakau

Seperti yang terlihat pada Figur 2, seminar perancangan desain logo dan konten marketing dilaksanakan di Kantor Balai Desa Teluk Bakau pada tanggal 31 Oktober 2023. Kegiatan ini merupakan implementasi dari program yang dirancang berdasarkan hasil observasi dan analisis permasalahan yang dihadapi UMKM di Desa Teluk Bakau. Pemilihan lokasi di Balai Desa bertujuan untuk memudahkan akses bagi para pelaku UMKM yang tersebar di berbagai wilayah desa. Seminar ini dihadiri oleh berbagai pelaku UMKM lokal, termasuk UMKM D kelor Bintang milik Ibu Poniti, UMKM otak-otak sotong Wak Lambung, UMKM sarapan pagi milik Bu Siti Robiah, dan UMKM warung Mak Yanto.

Antusiasme peserta terlihat jelas dari tingkat kehadiran dan partisipasi aktif mereka selama sesi pemaparan materi. Para pelaku UMKM menunjukkan ketertarikan yang tinggi, terutama ketika materi yang disampaikan berkaitan langsung dengan kebutuhan

pengembangan usaha mereka. Seminar ini dirancang dengan pendekatan yang komprehensif, mencakup aspek teoritis dan praktis dalam pengembangan identitas visual dan strategi pemasaran digital. Materi yang disampaikan tidak hanya berfokus pada teknik desain logo, tetapi juga mencakup pemahaman tentang pentingnya branding dan strategi konten marketing yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Pelaksanaan seminar ini sejalan dengan tujuan pengabdian untuk membantu UMKM mengembangkan kreativitas yang sejalan dengan usaha dan minat mereka, sekaligus mempertahankan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga kesempatan untuk berdiskusi dan berbagi pengalaman dengan sesama pelaku usaha, yang dapat memperkaya perspektif mereka dalam pengembangan usaha.



Figur 3 Foto bersama dengan narasumber

Figur 3 menampilkan narasumber seminar, Bapak Satrio Bimo Syahputro, M.M., yang dipilih berdasarkan keahlian dan pengalamannya dalam bidang desain logo dan konten marketing. Sesuai dengan metodologi yang telah dirancang, pemilihan narasumber merupakan bagian penting dari strategi pelaksanaan program untuk memastikan tercapainya tujuan pengabdian. Dalam sesi pemaparannya, beliau menggunakan pendekatan yang komprehensif untuk menjawab permasalahan yang telah diidentifikasi melalui observasi dan wawancara sebelumnya, seperti kurangnya pemahaman tentang pentingnya identitas brand dan keterbatasan dalam pemasaran digital.



Materi yang disampaikan oleh Bapak Satrio mencakup beberapa aspek penting dalam pengembangan UMKM, termasuk pentingnya logo sebagai identitas visual yang dapat meningkatkan nilai jual produk. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ainun et al. (2023) dan Agusven et al. (2023) yang menyatakan bahwa pengembangan logo bagi UMKM akan berdampak signifikan pada nilai jual produk. Selain itu, beliau juga menekankan pentingnya strategi Digital Content Marketing sebagai cara efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang lebih terjangkau, sesuai dengan pendapat Danurwindo (2021) dan Afriyadi et al. (2023).

Dalam penyampaian materinya, narasumber menggunakan metode interaktif yang memungkinkan peserta untuk terlibat aktif dalam diskusi dan praktik langsung. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dalam pengembangan usaha mereka. Materi yang disampaikan disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM lokal, dengan tetap mempertimbangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat yang menjadi ciri khas UMKM di Desa Teluk Bakau.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program kerja yaitu seminar dengan tema "Perancangan Desain Logo dan Konten Marketing" di Desa Teluk Bakau, dapat disimpulkan bahwa desain logo dan konten marketing memiliki peranan yang sangat penting bagi pengembangan UMKM. Logo yang inspiratif terbukti dapat memudahkan konsumen dalam membedakan produk dan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Sementara itu, konten marketing yang inspiratif berperan dalam meningkatkan visibilitas UMKM sehingga lebih dikenal masyarakat secara luas. Program ini telah berhasil memberikan pengetahuan dan meningkatkan kemampuan serta keterampilan masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Teluk Bakau dalam hal branding dan pemasaran digital. Keberhasilan program ini juga tercermin dari antusiasme dan partisipasi aktif peserta yang menunjukkan bahwa program ini berhasil menjawab kebutuhan pengembangan UMKM lokal.

SARAN

Untuk keberlanjutan dan pengembangan program ke depan, diperlukan beberapa langkah strategis. Pertama, perlu diadakan pendampingan berkelanjutan untuk memastikan



implementasi pengetahuan yang telah diperoleh, disertai dengan program pelatihan praktis yang lebih intensif tentang teknik pembuatan logo dan konten marketing. Kedua, pembentukan komunitas atau forum pelaku UMKM dapat menjadi wadah untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan antar pelaku usaha. Ketiga, pengembangan program monitoring dan evaluasi diperlukan untuk mengukur efektivitas implementasi hasil pelatihan. Selain itu, perlu adanya kolaborasi dengan pihak terkait untuk memberikan dukungan teknis dan akses terhadap sumber daya digital. Terakhir, pengembangan program serupa yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-masing jenis UMKM juga perlu dipertimbangkan untuk memastikan dampak yang lebih optimal bagi perkembangan UMKM di Desa Teluk Bakau.

REFERENSI

- Abriyoso, O., Suganda, W., Harsoyo, E., Syahputri, D. M., Afriza, I., Tambunan, T. Y., Harningsih, Y., Kusuma, F. H., Siregar, H. P., Saputra, R. H., Titania, R. A., Randika, B. Z., Saputri, S. A., & Wahyuni, R. (2023). *Pelatihan Promosi Dan Pemasaran Digital Pada Umkm*. 4(2), 4158–4161.
- Agusven, P., Widyaningrum, A., & Putri, D. (2023). Pengaruh Pengembangan Logo Terhadap Nilai Jual Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 12-25.
- Afriyadi, A., Putra, A. A., Harianto, B., & ... (2023). Pemberdayaan Umkm Melalui Pembukuan Manual Dan Digital Dengan Penerapan *Digital marketing* Pada Masyarakat Desa Busung. *Community ...*, 4(2), 4185–4189. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/15803>
- Afriyadi, H., Akbar, M. D., & Amanda, K. (2023). Peran Digital Content Marketing Dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 5(2), 45-58.
- Ainun, N., Rahman, F., & Sari, R. P. (2023). Dampak Pengembangan Logo Pada Perkembangan UMKM. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(3), 89-102.
- Agusven, T., Fauzar, S., Kusumah, S., Warisman, L., Yuanita, A., Trymikha Pradana, Y., Studi Akuntansi, P., Pembangunan Tanjungpinang, S., & Studi Manajemen, P. (2023). Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Umkm Di Desa Penaga. *Community Development Journal*, 4(2), 4149–4152.
- Danurwindo, G. (2021). *Digital Content Marketing: Strategi Pemasaran di Era Digital*. Media Pressindo: Yogyakarta.