Prosiding Seminar Hasil
KKN, Vol 3 No 1 2026
E ISSN 3030-8895
Published by Research and Community Development Center

PENGEMBANGAN DAN OPTIMALISASI UMKM MELALUI PEMBUATAN LOGO, KEMASAN, DAN BANNER DI DESA JOLOTUNDO KECAMATAN JETIS KABUPATEN MOJOKERTO

Aura Izza Amalia[1], Maulidyah Amalina Rizqi[2]

Correspondence
Universitas Muhammadiyah Gresik
Email : izzaaura02@gmail. com, maulidyah@umg.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Jolotundo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto menghadapi tantangan dalam aspek branding dan pemasaran produk. Keterbatasan desain identitas visual yang meliputi logo, kemasan, dan banner menjadi penghambat daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual produk UMKM melalui pengembangan desain logo, kemasan, dan banner yang profesional dan menarik. Metode yang digunakan meliputi identifikasi kebutuhan usaha, analisis produk, perancangan desain identitas visual, dan implementasi hasil desain. Kegiatan ini menghasilkan logo yang merepresentasikan identitas usaha, desain kemasan yang fungsional dan estetis, serta banner promosi yang efektif untuk meningkatkan brand awareness. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan identitas visual yang baik dapat meningkatkan citra produk, daya tarik konsumen, dan nilai jual produk UMKM. Implementasi desain yang telah dibuat diharapkan mampu memperkuat positioning merek di pasar lokal dan memperluas jangkauan pasar di era digital.

Keyword: MSMEs, Logo, Packaging, Banner, Branding, Jolotundo.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jolotundo Village, Jetis District, Mojokerto Regency face challenges in product branding and marketing aspects. Limited visual identity design including logos, packaging, and banners hinder product competitiveness in an increasingly competitive market. This community service activity aims to improve the visual quality of MSME products through the development of professional and attractive logo, packaging, and banner designs. The methods used include identifying business needs, product analysis, visual identity design, and implementation of design results. This activity produces logos that represent business identity, functional and aesthetic packaging designs, and effective promotional banners to increase brand awareness. The results show that the application of good visual identity can improve product image, consumer attractiveness, and the selling value of MSME products. The implementation of the designs created is expected to strengthen brand positioning in the local market and expand market reach in the digital era..

Keyword: UMKM, Logo, Kemasan, Banner, Branding, Jolotundo

PENDAHULUAN

Desa Jolotundo merupakan desa yang terletak di daerah Kecamatan Jetis yang terdiri dari 7 Dusun. Pekerjaan setiap keluarga Desa Jolotundo antara lain : Bertani, Berkebun, Berwirausaha, Pekerja Pabrik, dan lain-lain. Kegiatan antar warga yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian petani. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM berkontribusi hingga 60,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mampu menyerap 97% tenaga kerja nasional. Keberadaan UMKM tidak hanya penting untuk pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen pemerataan pendapatan dan pengentasan kemiskinan di tingkat masyarakat. Desa Jolotundo di Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi UMKM yang cukup berkembang. Berbagai jenis usaha mulai dari produk makanan, kerajinan, hingga produk pertanian dikelola oleh masyarakat setempat. Namun, dalam perkembangannya, pelaku UMKM di desa ini menghadapi berbagai kendala, khususnya dalam aspek pemasaran dan branding produk.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Jolotundo adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola identitas visual produk. Sebagian besar produk UMKM masih menggunakan kemasan sederhana tanpa desain yang menarik, tidak memiliki logo usaha yang representatif, dan belum memanfaatkan media promosi seperti banner untuk meningkatkan brand awareness. Kondisi ini menyebabkan produk lokal sulit bersaing dengan produk sejenis yang telah memiliki identitas merek yang kuat. Identitas visual merupakan salah satu elemen penting dalam membangun citra merek (brand image) yang kuat. Logo berfungsi sebagai representasi visual yang membedakan satu produk dengan produk lainnya, sementara kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai media komunikasi dengan konsumen. Banner sebagai media promosi memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas produk di pasar. Ketiga elemen ini saling berkaitan dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan kredibilitas suatu produk.

Dalam era pemasaran digital saat ini, konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas produk, tetapi juga penampilan visual yang menarik dan profesional. Produk dengan identitas visual yang baik memiliki peluang lebih besar untuk dikenal dan dipilih konsumen. Oleh karena itu, pengembangan identitas visual melalui desain logo, kemasan, dan banner menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membantu pelaku UMKM di Desa Jolotundo dalam mengembangkan identitas visual produk yang profesional dan menarik. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif berupa peningkatan nilai jual produk, perluasan jangkauan pasar, dan penguatan daya saing UMKM di era pemasaran digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pembuatan logo, kemasan, dan banner sebagai upaya meningkatkan identitas usaha serta mendukung pemasaran produk di Desa Jolotundo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto. Kegiatan dilaksanakan selama Januari–Februari 2026 dengan sasaran pelaku UMKM yang masih aktif dan belum memiliki identitas visual usaha yang memadai. Metode pelaksanaan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu survei, perencanaan desain, serta pemilihan bahan dan ukuran media promosi.

Tahap pertama adalah survei UMKM untuk mengidentifikasi usaha yang masih aktif di Desa Jolotundo sekaligus mengetahui kebutuhan masing-masing pelaku usaha, khususnya terkait identitas visual dan media promosi. Tahap kedua adalah perencanaan desain, yaitu menyusun rancangan logo, kemasan, dan banner dengan mempertimbangkan karakteristik, jenis produk, serta ciri khas setiap usaha. Unsur desain, seperti gambar, tulisan, dan pemilihan warna, disesuaikan agar dapat mencerminkan identitas dan keunggulan produk. Tahap ketiga adalah pemilihan bahan dan ukuran media promosi, terutama banner, dengan mempertimbangkan fungsi, kebutuhan usaha, serta lokasi pemasangan agar dapat terlihat dengan jelas dan menarik perhatian konsumen.

Melalui tahapan tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat menghasilkan identitas visual dan media promosi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, sehingga dapat mendukung pengenalan produk kepada masyarakat serta meningkatkan daya tarik dan daya saing usaha di tengah perkembangan pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengembangan dan optimalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pembuatan logo, kemasan, dan banner dilaksanakan di Desa Jolotundo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto. Kegiatan ini merupakan salah satu program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Muhammadiyah Gresik yang bertujuan membantu pelaku UMKM dalam memperkuat identitas usaha dan meningkatkan daya tarik produk melalui pengembangan desain visual. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa beberapa pelaku UMKM telah memiliki produk yang berpotensi untuk dikembangkan, tetapi belum didukung dengan identitas merek dan media promosi yang memadai. Kondisi tersebut terlihat dari penggunaan kemasan sederhana, belum adanya logo usaha yang mencerminkan identitas produk, serta terbatasnya media promosi untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Kegiatan diawali dengan survei dan kunjungan langsung ke sejumlah UMKM di Desa Jolotundo untuk mengidentifikasi jenis usaha serta mengetahui kebutuhan masing-masing pelaku usaha. Beberapa produk yang ditemukan antara lain jamu, susu kedelai, kerupuk rengginang, kerupuk puli, tempe, dan keripik tempe. Berdasarkan hasil pengamatan dan komunikasi dengan pemilik usaha, tim KKN menentukan satu UMKM yang menjadi

sasaran pendampingan dalam program pembuatan logo, kemasan, dan banner. Pemilihan tersebut didasarkan pada kebutuhan usaha terhadap pengembangan identitas visual dan media promosi.

Setelah menentukan UMKM sasaran, tim KKN melakukan diskusi dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik produk, bahan baku, proses produksi, dan harga jual. Informasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam merancang identitas visual yang sesuai dengan karakteristik usaha. Tahap berikutnya adalah pembuatan logo, kemasan, dan banner dengan mempertimbangkan kesesuaian warna, gambar, tulisan, serta tampilan desain agar dapat mencerminkan identitas produk. Logo dirancang sebagai identitas merek agar produk lebih mudah dikenali oleh konsumen. Sementara itu, desain kemasan dikembangkan untuk memberikan tampilan produk yang lebih menarik dan informatif. Banner dibuat sebagai media promosi yang dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat di sekitar lokasi usaha makanan yang perlu dibatasi, serta frekuensi pemeriksaan tekanan darah yang dianjurkan.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa satu UMKM berhasil memperoleh tiga bentuk luaran, yaitu logo usaha, desain kemasan, dan banner promosi. Ketiga luaran tersebut diberikan secara langsung kepada pemilik usaha sebagai bentuk pendampingan pengembangan identitas visual. Pemasangan banner dilakukan di lokasi usaha, sedangkan logo dan kemasan diserahkan agar dapat digunakan dalam pengemasan maupun kegiatan promosi produk. Penyerahan hasil kegiatan dilakukan melalui kunjungan langsung oleh tim KKN kepada pemilik UMKM dan diakhiri dengan dokumentasi bersama.

Dari pelaksanaan kegiatan tersebut, terlihat bahwa identitas visual memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM. Logo dapat membantu membangun ciri khas dan membedakan produk dari usaha sejenis. Kemasan yang dirancang dengan lebih menarik dapat memberikan kesan profesional serta meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Sementara itu, banner dapat menjadi sarana penyampaian informasi mengenai produk dan membantu masyarakat mengenali lokasi usaha. Penggunaan ketiga media tersebut secara konsisten diharapkan dapat memperkuat citra usaha dan mendukung kegiatan pemasaran, baik secara langsung maupun melalui media digital.

Program ini juga menjadi sarana pengenalan pentingnya branding kepada pelaku UMKM. Sebelumnya, keterbatasan pemahaman mengenai desain dan identitas merek menjadi salah satu kendala dalam mengembangkan tampilan produk. Melalui pendampingan yang dilakukan, pelaku usaha memperoleh contoh penerapan branding sederhana yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan usahanya. Hal ini sejalan dengan tujuan pemberdayaan UMKM, yaitu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan potensi produk dan memperluas jangkauan pemasaran.

Secara keseluruhan, kegiatan pengembangan UMKM melalui pembuatan logo, kemasan, dan banner berjalan dengan baik serta memperoleh respons positif dari pemilik usaha. Program ini menghasilkan luaran nyata berupa identitas visual dan media promosi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan usaha. Meskipun pendampingan hanya

dilakukan terhadap satu UMKM, kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi pelaku usaha lainnya di Desa Jolotundo mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Ke depannya, pendampingan dapat dilanjutkan melalui pengenalan pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, serta pengembangan desain promosi agar produk UMKM memiliki peluang lebih besar untuk dikenal oleh konsumen yang lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengembangan UMKM di Desa Jolotundo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha memiliki potensi untuk mengembangkan usahanya, tetapi masih menghadapi kendala dalam aspek branding dan media promosi. Melalui program pembuatan logo, kemasan, dan banner, tim KKN memberikan pendampingan dalam membangun identitas visual usaha agar produk lebih mudah dikenali dan memiliki tampilan yang lebih menarik. Hasil kegiatan berupa desain logo, kemasan, dan banner diserahkan secara langsung kepada satu UMKM sasaran untuk dimanfaatkan dalam kegiatan usaha dan promosi. Program ini menjadi salah satu upaya awal dalam mendukung pengembangan UMKM melalui penguatan identitas merek dan media promosi. Dengan adanya pendampingan tersebut, diharapkan pelaku usaha semakin memahami pentingnya branding serta mampu memanfaatkan identitas visual secara konsisten untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan, diperlukan pendampingan lanjutan agar pengembangan UMKM di Desa Jolotundo dapat berjalan secara berkelanjutan. Beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi pelaku UMKM, diharapkan dapat memanfaatkan logo, kemasan, dan banner yang telah diberikan secara konsisten sebagai identitas usaha. Selain itu, pelaku usaha perlu mulai mengembangkan pemasaran melalui media sosial dan platform digital agar produk dapat dikenal oleh konsumen yang lebih luas.

2. Bagi pemerintah desa dan pihak terkait, diharapkan dapat memberikan dukungan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, khususnya dalam bidang branding, desain produk, pemasaran digital, serta pengembangan manajemen usaha. Fasilitasi akses permodalan dan kesempatan mengikuti kegiatan pameran produk lokal juga dapat menjadi upaya untuk mendukung perkembangan UMKM.

3. Bagi mahasiswa KKN selanjutnya, program pengembangan UMKM dapat dilanjutkan dengan kegiatan yang lebih beragam, seperti pelatihan desain grafis sederhana, pembuatan katalog produk, pengelolaan media sosial, dan pemanfaatan marketplace. Pendampingan juga dapat diperluas kepada pelaku UMKM lainnya agar manfaat program dapat dirasakan oleh lebih banyak masyarakat.

Melalui kerja sama antara pelaku UMKM, pemerintah desa, perguruan tinggi, dan pihak terkait, diharapkan pengembangan usaha di Desa Jolotundo dapat berlangsung secara berkesinambungan serta mampu meningkatkan daya saing produk dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, M. S., Suherman, E., & Rahayu, S. (2024). Desain Logo dan Pengaruhnya Terhadap

Persepsi Konsumen dan Citra Merek. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 8(2), 145-160.

Ernawati, S., Muhammad, K., & Asyari, H. (2024). Redesain Kemasan Produk UMKM Menggunakan Metode Quality Function Deployment. Jurnal Agroindustri, 5(2), 74-87.

Hermati, N. F., Fikri, C. A., & Maulana, R. D. (2025). Pembuatan Logo sebagai Identitas Visual

UMKM untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(4), 143-153.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. Maulidiya, S. E., Khairunnisa, S. F., Sianipar, T. A., Sari, Y., Syukur, M., & Isbayu, M. (2025).

Pendampingan Perbaikan Kemasan dan Uji Kandungan Nutrisi Produk UMKM. Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 11(1), 93-104.

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.

Perdana, P., Taufiq, M., Wijaya, R. S., Viguna, L. S., & Baihaqi, F. N. (2025). Redesign Kemasan dan Pemasaran sebagai Daya Tarik Produk dalam Meningkatkan Ekonomi UMKM. Nusantara Science and Technology Proceedings, 2024(47), 999-1004.

Rachmawati, S., & Pratama, A. (2025). Smart Package untuk Produk UMKM: Meningkatkan Daya Saing dan Nilai Jual. Journal of Modern Social and Humanities, 1(2), 68-73.

Sholeha, R., Lestari, A., Ramadhani, D. A., Zahrah, A., Putri, A. N., & Pratiwi, S. (2025).

Strategi Digital Branding UMKM Melalui Desain Logo, Banner, dan Manajemen Instagram. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2(6), 184-189.

Widiati, S., Azkia, L. I., & Mirajiani. (2025). Pelatihan Kemasan dan Rebranding Logo Sebagai Upaya Penguatan Daya Saing UMKM di Pasar Digital: Studi Kasus Kecamatan Tirtayasa. JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(4), 276-282.

Yulius, Y., Halim, B., Aiununnisa, A., & Rahma, H. (2024). Pelatihan Perancangan Logo Sebagai Identitas Visual UMKM. Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 9(2), 277-288.

Nurul Lailis Shofi, I. K. (2024). STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM DI SIRAH KENCONG MELALUI PEMBUATAN BANNER. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 081-086.

Suhartini, H. G. (2022). PENGABDIAN MASYARAKAT MITRA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH KOTA SERANG MEMBUAT LOGO DALAM RANGKA MEMBANGUN IDENTITAS USAHA DAN STRATEGI BRANDING USAHA. Jurnal Pengabdian Vokasi (JAPESI).

Gumar Herudiansyah, M. C. (2019). PENYULUHAN PENTINGNYA LABEL PADA KEMASAN PRODUK DAN PAJAK PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DESA TEBEDAK II KECAMATAN PAYARAMAN OGAN ILIR. Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 84-89.

Prayudhi Fadhillah, B. F. (2024). Pengembangan dan Pemberdayaan UMKM Usaha Produksi Kuliner di Desa Kampiri. Journal of Society Service, 65-73.