

Desain Logo Kemasan Bagi Umkm Desa Oluhuta Sebagai Langkah Awal Media Promosi Kreatif

Lukman Pakaya ^{1*}, Ayu Rakhma Wuryandini²,

¹² Universitas Negeri Gorontalo, Kota Tengah Gorontalo

Korespondensi Penulis : ayurakhma@ung.ac.id

Article History:

Received : 09 Mei 2023

Revised : 10 Juni 2023

Accepted : 02 Juli 2023

Keywords: packaging logo design, MSME.

Abstract: *Oluhuta Village, including villages in the Tomini Bay area. Oluhuta village is the eighth village of nine villages in the Kabila Bone sub-district, Bone Bolango district, Gorontalo province. Servants bring the KKN MBKM program as a form of the tri dharma of Higher Education to educate the nation's life. The problem faced by the village of Oluhuta is that MSMEs in Oluhuta Village still have deficiencies in designing the packaging logo for the products they produce, namely skipjack tuna, so they are less attractive to buyers for transactions. The methods used in this community service program are 1) location observation surveys, 2) interviews, 3) coaching. The results of the dedication to the Oluhuta village community Helping creative, innovative and more modern Oluhuta villagers who become entrepreneurs to improve the economy of the village community, especially MSME actors.*

Abstrak. Desa Oluhuta, termasuk desa yang berada di kawasan Teluk Tomini. Desa Oluhuta merupakan desa ke delapan dari sembilan desa yang berada di kecamatan Kabila Bone kabupaten Bone Bolango Provinsi Gorontalo. Pengabdian membawa program KKN MBKM sebagai bentuk tri dharma Perguruan Tinggi untuk mencerdaskan kehidupan bangsa. Permasalahan yang dihadapi oleh desa Oluhuta adalah UMKM di Desa Oluhuta masih memiliki kekurangan dalam mendesain Logo kemasan atas produk yang dihasilkan yakni abon ikan cakalang, sehingga kurang menarik minat pembeli untuk bertransaksi. Metode yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat ini adalah 1) survey observasi tempat lokasi, 2) wawancara, 3) pembinaan. Hasil pengabdian kepada masyarakat desa Oluhuta Membantu warga desa Oluhuta yang kreatif, inovatif dan lebih modern yang menjadi entrepreneur untuk meningkatkan perekonomian masyarakat desa khususnya pelaku UMKM.

Kata Kunci : desain logo kemasan, UMKM.

PENDAHULUAN

Desa Oluhuta sebelum menjadi suatu Desa masih tergabung dalam wilayah Desa Molotabu. Pada zaman itu teluk daratan bagian timur Molotabu. Pada zaman itu teluk daratan bagian timur molotabu yang dikenal dengan salah satu Desa sekarang ini, yaitu Desa Ouhuta

masih Hutan Belantara. Dalam waktu bersamaan Pantai Molutabu merupakan tempat untuk berlabuh para pelaut yang berasal dari pulau-pulau Maluku yang berasal dari Suku Tobel, Lolada dan juga bercampur dengan para pelaut Philipina yang asalnya dari Pulau Mindanao yaitu salah satu Pulau Philipina. Pelaut-pelaut tersebut umumnya menuju daerah Gorontalo atau sekitar laut teluk tomini/teluk gorontalo, untuk mencari nafkah sebagai nelayan. Kini desa Oluhuta termasuk desa dari sembilan desa yang berada di kecamatan Kabila Bone kabupaten Bone Bolango. Berdasarkan survey yang dilakukan tim pengabdian KKN MBKM dari jurusan akuntansi Universitas Negeri Gorontalo pada bulan september sampai dengan desember tahun 2022, menemukan permasalahan yang terdapat di terdapat di UMKM desa Oluhuta. Yakni UMKM “Putri Melati” yakni 1) Kurangnya dana yang dimiliki oleh pelaku usaha, dalam membuat umkm ini berjalan kembali, 2) Kurangnya ikan Tuna yang didapatkan, 3) Membuat logo atau desain produk sebagai *re-desain* yang dibuat kembali agar lebih menarik pelanggan, 4) Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik UMKM.

Pengabdian memberikan masukan kepada selaku pemilik UMKM terkait permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha dengan tujuan pengabdian sebagai berikut, yaitu 1) dengan menggantikan sementara ikan tuna dengan ikan cakalang, kemudian menggantikan kembali produksi ikan abon tuna ketika ikan sudah mulai didapatkan oleh para nelayan. Tujuannya agar usaha yang mereka jalani tidak akan berhenti begitu saja. Dan juga tentunya lebih menghemat dana karena ikan Tuna sangat mahal. Kemudian 2) mendesain produk yang lebih menarik, dengan pilihan warna yang dapat memikat para pembeli dengan melihat desain produk yang dibuat oleh mahasiswa. 3) Melakukan pemasaran ataupun penjualan baik secara online. Dengan menggunakan media digital dengan mengupload di sosial media. 4) Kumpulan Dokumentasi terkait UMKM Putri Melati, berupa Abon ikan. Sebagai bukti pertanggungjawaban keberhasilan program yang di bawa oleh tim pengabdian.

Kegiatan ini dilakukan melihat persaingan dagang antar pelaku usaha semakin lama semakin ketat, seiring bertambahnya kebutuhan konsumen akan suatu produk dan lebih peka dalam memilih produk yang mereka butuhkan, (Irvanto & Sujana, 2020). Pelaku usaha UMKM harus dapat menampilkan ide kreatif dalam menarik konsumen, sebab tampilan produk dengan desain menarik akan memunculkan ciri khas produk yang akan menarik dan meningkatkan pemasaran tentunya pundi-pundi pendapatan akan semakin bertambah. Pentingnya desain produk ini akan menarik minat beli konsumen, karena minat tersebut diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi, (Listyawati, 2016).

METODE

Untuk menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapi oleh pelaku UMKM, maka program Pengabdian sekarang ini yang akan digunakan adalah dengan melakukan pelatihan serta melakukan survey observasi, wawancara, pendampingan sampai dan pembinaan dalam mendesain logo produk sampai dengan melakukan pembinaan pemasaran digital. Program Pengabdian ini diikuti oleh pelaku usaha UMKM yang berasal dari Desa Oluhuta Kecamatan Kabila Bone Kabupaten Bone Bolanggo. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini berlokasi pada Kantor Desa Botubarani pada bulan september sampai dengan desember tahun 2022.

HASIL

Wawancara bersama ibu, bahwa UMKM ini sudah berdiri dari Tahun 2019. UMKM ini awalnya dibuat oleh salah satu istri dari kepala Desa yang menjabat pada tahun sebelumnya. UMKM ini sangat terkenal dahulunya, karena UMKM ini sudah sangat menarik, UMKM “Putri Melati” sudah memiliki label halal dari tim BPOM, olehnya produk abon ikan ini sudah layak dikonsumsi.

Tetapi semenjak adanya covid 19 yang melanda desa Oluhuta, UMKM ini sudah mulai fakum hingga sekarang. Dari awalnya kendala memproduksi karena adanya pembatasan beraktivitas pada saat Covid 19. Kini UMKM ini sudah tidak berjalan. Dikarenakan oleh, ikan Tuna Sudah susah didapatkan juga. Dan tidak hanya itu, perkara kelompok yang membuat dalam umkm ini sudah tidak beraktivitas seperti dulu lagi. Karena para pembuat UMKM ini sudah memiliki kesibukan tersendiri. Tidak hanya dari hal administrasi, UMKM ini juga sudah kekurangan modal dalam memproduksi kembali, oleh karena itu. Kami selaku mahasiswa membantu para pengelola UMKM ini agar supaya UMKM tersebut mendapat bantuan dari pemerintah desa. Dengan demikian maka UMKM ini sudah memiliki modal kembali. Karena mendapatkan suntikan dana, namun kendala ini masih di usahakan oleh aparat desa agar tahun depan UMKM ini mendapatkan suntikan dana, sehingga dapat memproduksi kembali.

Tidak hanya itu, kami selaku tim pengabdi juga memberikan saran kepada pemilik UMKM agar membuat Abon ikan ini. Tidak hanya dari ikan Tuna Saja, melainkan bisa juga dari ikan Cakalang. Dengan ikan cakalang maka UMKM ini bisa berjalan kembali. Karena untuk sekarang ikan Tuna sudah sangat sulit didapatkan dan mengingat juga harga Ikan Tuna Mahal. Oleh karena itu, agar UMKM “Putri Melati” ini tetap berjalan, maka kami melakukan program pengabdian agar tetap melakukan pembuatan Ikan Abon, meskipun tidak berbahan

dari Ikan Tuna. Dengan begitu, operasional usaha UMKM ini terus berjalan, dapat terus bersinergi memproduksi abon ikan cakalang. Sedangkan untuk ikan abon dari Ikan Tuna, tetap dijalankan apabila Ikan Tuna sudah sangat Mudah didapatkan. Tidak hanya itu, tim pengabdian memberikan solusi agar membuat sebuah desain logo ataupun poster yang dapat menarik dari semua pelanggan. Dengan pemilihan warna yang menarik dan juga tentunya gambar yang menarik. Dengan begini dapat menarik perhatian pembeli dengan lebih banyak. Dan juga kami tim pengabdian membantu untuk mempromosikan secara lebih luas jejaring sosial memperluas pangsa pasar melalui Media Sosial.



Gambar 1. Wawancara bersama Pengelola UMKM Putri Melati



Gambar 2. Memasak Abon Ikan



Gambar 3 Membuat Desain Produk



DISKUSI

Melihat adanya *information gap* yang ditemukan tentang rendahnya tingkat pengetahuan UMKM dalam 1) mendapatkan dana yang dimiliki oleh pelaku usaha 2) Kurangnya ikan Tuna yang didapatkan, 3) Membuat logo atau desain produk yang dibuat kembali agar lebih menarik pelanggan, 4) Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pemilik UMKM. Keberhasilan program kami tercermin dari ketersediaan produk yang berhasil kami buat dan kemasan bagi produknya dan link



Gambar 5 . Pemasaran produk

KESIMPULAN

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini dapat dilihat dari antusias peserta dan pemerintah daerah setempat dalam mendukung pelaksanaan kegiatan ini. Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan pemerintah daerah dapat terus melakukan pembinaan ketrampilan para pelaku usaha khususnya UMKM melalui sosialisasi, pelatihan sampai dengan evaluasi keberhasilan desain produk sampai dengan pemasaran digital. Desa

Oluhuta yang sebagaian besar bermata pencaharian sebagai nelayan masih berpetensi mengembangkan produk abon ikan cakalang bagi UMKM.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terimakasih diberikan kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi kepada kami sehingga kegiatan ini dapat terselenggarakan dengan baik dan lancar. Terima kasih kami ucapkan kepada LPPM Uninersitas Negeri Gorontalo, pemerintah daerah desa Oluhuta, kecamatan kabila bone kabupaten bone bolango, kepada peserta pelaku usaha UMKM, dan masyarakat setempat. Semoga yang telah kami sampaikan dapat memberikan manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jbma*, 3(1), 62–70.

{Bibliography