

# PENDAMPINGAN UMKM KOPI AROMA GS MELALUI PEMBUATAN LOGO, STIKER KEMASAN, DAN BANNER DALAM UPAYA MENINGKATKAN INOVASI PRODUK

Betty Magdalena<sup>1</sup>, Anggawidia Wibaselppa<sup>\*2</sup>, Fenti Febriani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Lampung, Indonesia

\*Corresponding e-mail: anggawidia@darmajaya.ac.id

## Abstrak

*Inovasi dapat diciptakan dengan melakukan berbagai hal seperti melakukan riset hingga menggali ide yang kreatif. Hadirnya inovasi tentu memiliki manfaat bagi masyarakat luas, sebab sebuah inovasi akan memberikan dampak yang positif. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Kopi Aroma GS dalam pembuatan desain logo, stiker kemasan, dan banner sebagai upaya meningkatkan inovasi produk. Kegiatan ini dilakukan dalam jangka waktu 2 bulan, mulai dari bulan Agustus hingga September 2023 di Desa Gunung Sari, Kecamatan Way Khilau, Pesawaran. Untuk mencapai tujuan tersebut, metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan dengan beberapa tahap seperti: 1) survey dan izin pengabdian 2) proses pembuatan kopi kemasan; 3) pendampingan pembuatan logo UMKM; 4) monitoring dan evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan telah berhasil dilaksanakan dengan terciptanya logo, stiker kemasan, banner usaha untuk UMKM Kopi Aroma GS. Suksesnya kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu membantu pemilik "UMKM Kopi Aroma GS" dalam mempermudah warga dan masyarakat luas untuk mengetahui produk kopi kemasan Khas Desa Gunung Sari, Kecamatan Way Khilau, Pesawaran yaitu Kopi Aroma GS.*

**Kata kunci**— Inovasi Produk, Logo, Stiker Kemasan, Banner Usaha, UMKM Kopi Aroma GS

## Abstract

*Innovation can be created by doing various things, such as conducting research to exploring creative ideas. The presence of innovation certainly has benefits for the wider community, because an innovation will have a positive impact. Therefore, this community service activity aims to help Kopi Aroma GS MSMEs in creating logo designs, packaging stickers and banners as an effort to increase product innovation. This activity was carried out over a period of 2 months, starting from August to September 2023 in Gunung Sari Village, Way Khilau District, Pesawaran. To achieve this goal, the method of implementing service activities is carried out in several stages such as: 1) survey and service permit 2) process of making packaged coffee; 3) assistance in creating MSME logos; 4) monitoring and evaluating activities. The results of the activities show that the activities carried out have been successfully implemented with the creation of logos, packaging stickers, business banners for Kopi Aroma GS MSMEs. It is hoped that the success of this service activity will be able to help the owners of "UMKM Kopi Aroma GS" in making it easier for residents and the wider community to find out about the typical packaged coffee product of Gunung Sari Village, Way Khilau District, Pesawaran, namely Kopi Aroma GS.*

**Keywords**— Product Innovation, Logo, Packaging Stickers, Business Banners, Kopi Aroma GS MSMEs

## 1. PENDAHULUAN

Inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses kegiatan atau pemikiran manusia dalam menemukan sesuatu yang baru yang berkaitan dengan input, proses, dan output serta dapat

memberi manfaat dalam kehidupan manusia[1]. Inovasi dapat diciptakan dengan melakukan berbagai hal seperti melakukan riset hingga menggali ide yang kreatif. Hadirnya inovasi tentu memiliki manfaat bagi masyarakat luas, sebab sebuah inovasi akan memberikan dampak yang

positif.

Logo merupakan serapan dari bahasa Yunani kuno, yaitu *Logos* yang memiliki arti kata, pikiran, pembicaraan, dan akal budi[2]. Kata logo juga sebenarnya diambil dari kata *logotype* yang mulanya digunakan pada tahun 1810 sampai tahun 1840, dan memiliki arti sebuah tulisan nama entitas yang dibentuk secara khusus dengan memanfaatkan suatu teknik lettering atau menggunakan jenis huruf tertentu yang menarik[3]. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat kita simpulkan bahwa logo adalah sebuah tulisan, sketsa, atau gambar yang mempunyai makna tertentu dan bisa mewakili identitas atas suatu bentuk entitas, misalnya lembaga, organisasi, perusahaan, daerah, negara, atau produk.

Stiker adalah media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada produk sebagai identitas sebuah merek agar mudah dikenali oleh target *market* dan membedakan dengan pesaing. Stiker yang bagus hendaknya mudah diingat dari segi bentuk dan visual grafisnya. Stiker berfungsi sebagai media promosi tempel pada kemasan dan label produk[4]. Adapun keuntungan stiker ialah harganya yang murah dan memiliki fleksibilitas dalam penerapannya sedangkan ukurannya tidak terbatas, tergantung kemauan pelanggan dan kemampuan percetakan[5].

Banner adalah suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk membujuk banyak orang untuk membeli dan menggunakan apa yang diiklankan dan menjadi sebuah promosi yang dapat meningkatkan daya beli orang-orang yang

menginginkan produk tersebut. Adapun tujuan banner yaitu untuk mempromosikan atau mengiklankan sesuatu sehingga menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya[6]. Di era digital istilah banner sering digunakan untuk menjelaskan sebuah media promosi yang berisi gambar dan teks pada sebuah *website*[7].

Desa Gunung Sari berada Kecamatan Way Khilau, Kabupaten Pesawaran Lampung. terdiri dari tiga suku kata yaitu “gu”, “nung” dan “sari” yang berarti dikelilingi perbukitan yang mempunyai banyak hasil perkebunan yang melimpah. Kata tersebut berasal dari bahasa jawa, karena penduduk pertama yang berdomisili di Desa Gunung Sari adalah penduduk transmigrasi dari Pulau Jawa. Pada zaman penjajahan Belanda, Desa Gunung Sari terbagi atas dua Dusun yaitu Dusun Gunung Sari dan Rawa Kijing. Desa Gunung Sari pertama kali dipimpin oleh seorang kepala desa dengan dibantu oleh dua bayan. Kemudian Dusun Rawa Kijing memisahkan diri dari Desa Gunung Sari. Dusun Rawa Kijing bergabung dengan Desa Sindang Garut Kecamatan Way Lima. Sementara itu, Dusun Gunung Sari menjadi Desa sendiri dengan nama Desa Gunung Sari.

Desa Gunung Sari terdapat berbagai UMKM yang mengacu pada perorangan, rumah tangga atau usaha kecil. Perlu kita ketahui bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM memiliki peran penting[8] dan membawa pengaruh positif[9] dalam kemajuan

perekonomian di Indonesia. Salah satu UMKM yang ada di Desa Gunung Sari adalah UMKM Kopi Aroma GS yang dimiliki oleh Ibu Rohyati sebagai pemilik UMKM tersebut. Bidang usaha kopi merupakan salah satu sumber pendapatan devisa negara dan sumber penghidupan bagi masyarakat di berbagai daerah[10], termasuk di Desa Gunung Sari.

Kopi Aroma GS merupakan UMKM yang menjual produk dalam bentuk kopi bubuk, mengingat kopi merupakan minuman yang disukai oleh banyak masyarakat. UMKM Kopi aroma GS berdiri pada bulan Juni tahun 2023 dan sampai saat sebelum kegiatan pengabdian dimulai mereka belum mempunyai logo, stiker, maupun banner yang menyebabkan produk tidak dikenal/tidak menarik konsumen sehingga produk tidak terjual banyak.

Dalam produksi usahanya, Ibu Rohyati memperoleh bahan baku biji kopi dan membelinya dari petani. Dikarenakan masih tergolong baru, MKM kopi milik Ibu Rohyati mengalami kendala dalam hal pemasaran produk kopinya. Produk kopi bubuk tersebut baru dipasarkan di sekitar daerah Desa Gunung Sari. Selain itu, usaha kopi bubuk ini juga belum mempunyai izin usaha yang berdampak pada pemasaran yang tidak luas.

Sebelumnya, UMKM ini belum memiliki nama, logo, stiker kemasan, dan banner yang membuat belum adanya identitas produk. Oleh karena itu, kami menyarankan untuk memberikan nama pada UMKM ini yaitu Kopi Aroma GS. Selanjutnya kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan yang bertujuan untuk membantu UMKM Kopi Aroma GS dalam pembuatan desain logo, stiker kemasan, dan banner sebagai upaya meningkatkan inovasi produk.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 2 bulan, mulai dari bulan Agustus s.d September 2023. Adapun mitra kegiatan yang menjadi subjek pengabdian ini adalah UMKM Kopi Aroma GS yang berada di Desa Gunung Sari, Kecamatan Way Khilau, Pesawaran.

Kegiatan pendampingan pembuatan logo, stiker kemasan, maupun banner UMKM Kopi Aroma GS ini menggunakan aplikasi Canva dalam membantu proses desainnya. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahap kegiatan seperti tampak pada gambar 1 berikut..



Gambar 1. Alur Tahapan Kegiatan

Berdasarkan gambar 1 di atas, tahapan kegiatan pengabdian ini dapat dijabarkan sebagai berikut: 1) Survey dan izin pengabdian, tahapan ini dilakukan melalui survey ke lapangan serta meminta izin kepada pemilik UMKM Kopi serta melakukan diskusi antara tim pengabdian bersama mitra UMKM terkait masalah yang ada di UMKM tersebut; 2) Proses pembuatan kopi kemasan; 3) Pendampingan pembuatan logo, stiker dan banner UMKM Kopi Aroma GS; 4) Monitoring dan Evaluasi, langkah ini untuk memastikan keberhasilan kegiatan pendampingan.



Gambar 2. Proses Pembuatan Kopi Kemasan

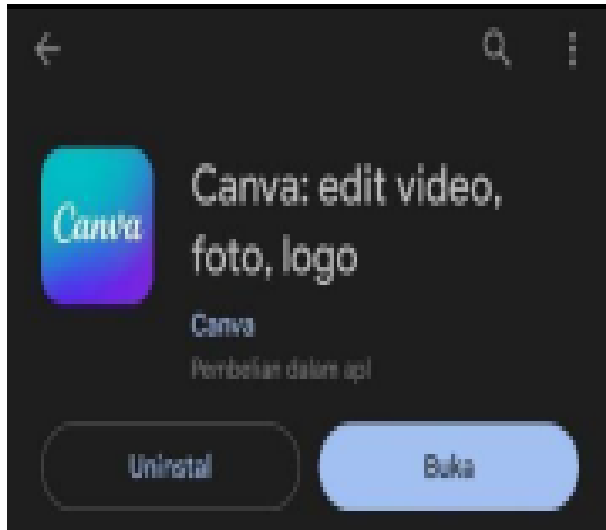
Setelah dilakukan pengovenan, biji kopi didinginkan terlebih dahulu yang bertujuan agar tidak menggumpal saat biji kopi dihaluskan. Kemudian giling biji kopi menggunakan mesin hingga menjadi bubuk kopi. Bubuk kopi yang diproses sebagai hasil penggilingan selanjutnya dilakukan proses pengemasan dengan menimbang bubuk kopi sesuai takaran. Terakhir

dilakukan penempelan stiker pada kemasan. Kopi selesai diproduksi dan siap untuk dipasarkan.

### **Proses Pembuatan Desain Logo, Stiker Kemasan, dan Banner**

Canva adalah salah satu aplikasi yang digunakan untuk membuat berbagai desain konten visual untuk *website* atau blog secara gratis seperti poster, presentasi, grafis media

sosial, dan konten visual lainnya. Pembuatan desain logo, stiker kemasan, dan banner menggunakan aplikasi canva sebagai alat bantu



desain online yang dirancang untuk memberdayakan manusia dalam membuat desain apapun dan mempublikasikannya dimana saja..



Gambar 3. Proses Pembuatan Design Logo, Stiker Kemasan, Banner

Pertama, *download* dan *install* aplikasi canva yang ada di *Playstore*. Setelah ter-install, buka aplikasi canva, kemudian pilih opsi 'Logo/Banner' untuk memulai mendesain. Selanjutnya, apabila ingin mencari lebih banyak referensi logo/banner pilih opsi 'Semua Kategori' lalu akan keluar *template* logo yang tersedia, lalu klik *template* tersebut dan dapat mengedit sesuai yang kita inginkan. Setelah memilih *template* yang diinginkan, kemudian memilih warna latar yang sesuai dengan tema, caranya yaitu klik pada bagian latar lalu akan muncul beberapa warna yang bisa anda pilih.

Selanjutnya kita dapat mengubah, mengurangi dan menambahkan font yang ada

pada gambar di *template* tersebut sesuai dengan konsep dan juga karakter usaha yang dimiliki, lalu klik font yang akan diubah. Selain itu, kita dapat menghapus font yang ada pada *template* tersebut, tujuan dari mengubah font tersebut yaitu agar logo terlihat lebih menarik dan sesuai dengan karakter usaha.

Tahap akhir yaitu penyimpanan, jika semua atribut logo telah terisi dan terpenuhi, langkah terakhir adalah meng-klik ikon 'unduh' yang berada di pojok kanan atas untuk menyimpan logo/stiker kemasan/banner di galeri ponsel dan tunggu sampai ada pemberitahuan 'disimpan ke galeri'..



Gambar 4. Desain Logo

Kata "Aroma" memiliki arti bahwa kopi yang dibuat memiliki ciri khas yakni aromanya yang wangi serta fresh dan kata "GS" memiliki kepanjangan yaitu Gunung Sari yang menunjukkan daerah pendirian UMKM kopi Aroma GS atau asal kopi tersebut. Selain itu terdapat angka "5" yang menunjukkan tanggal berdirinya usaha Kopi Aroma GS dan angka "23" menunjukkan tahun

pendirian Kopi Aroma GS yaitu 2023. Kemudian gambar segelas kopi pada logo menjelaskan kenikmatan dari Kopi Aroma GS. Selanjutnya, tulisan "khas dan ber aroma" mendefinisikan ciri khas bubuk kopi tersebut. serta warna coklat menunjukkan warna bubuk kopi dan warna cream memiliki arti suatu kenikmatan.



Gambar 5. Desain Stiker Kemasan

Pada stiker kemasan, sebagian besar unsur diambil dari desain logo, dan hanya menambahkan kalimat 100% pembuatan kopi asli dan dibuat oleh ibu rohyati selaku pemilik

UMKM tersebut. Untuk kalimat "Terbuat dari kopi pilihan yang memiliki khas ber aroma dan rasa yang sangat nikmat" itu adalah slogan yang diusulkan untuk UMKM Kopi Aroma GS, serta di



dalam stiker kemasan juga mencantumkan nomor *whatsapp*, *instagram* dan alamat UMKM tersebut.



Gambar 6. Desain Banner

Banner yang dibuat akan diletakan di depan halaman UMKM Kopi Aroma. Karena tempat tersebut merupakan tempat yang strategis dan sering dilihat oleh masyarakat sekitar. Selama kegiatan ini, pemilik beberapa kali mengajukan pertanyaan terkait langkah-langkah dalam proses membuat logo, stiker kemasan dan Banner usaha, hal ini menunjukkan bahwa pemilik UMKM kopi Aroma GS memiliki rasa ingin tau yang tinggi.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, pemilik UMKM Kopi Aroma GS mampu mengimplementasikannya melalui inovasi yang diberikan, mulai dari inovasi logo, stiker kemasan, dan banner. Sehingga dengan adanya stiker kemasan dan banner Kopi Aroma GS terlihat menjadi lebih menarik. Suksesnya kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menunjang UMKM dalam pembuatan logo, stiker kemasan dan Banner usaha dalam membantu pemilik “UMKM Kopi Aroma” dalam

mempermudah masyarakat luas atau warga mengetahui produk kopi kemasan Khas Desa Gunung Sari, Kecamatan Way Khilau, Pesawaran yaitu Kopi Aroma GS.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu kegiatan yang dilakukan adalah membantu UMKM Kopi Aroma GS dalam membuat Logo, stiker kemasan dan Banner usaha. Suksesnya kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menunjang UMKM dalam upaya meningkatkan inovasi produk dan membantu pemilik “UMKM Kopi Aroma GS” untuk menjangkau warga dan masyarakat luas dalam mengetahui produk kopi kemasan Khas Desa Gunung Sari, Kecamatan Way Khilau, Pesawaran yaitu Kopi Aroma GS.

## 5. SARAN

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat membantu usaha UMKM Kopi Aroma agar mampu memperluas jangkauan pasar produk dan lebih dikenal Masyarakat secara luas dan Masyarakat setempat juga harus mampu untuk melihat dan memanfaatkan potensial UMKM yang ada di desa setempat.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Mazidah and N. Laily, “Pengaruh knowledge sharing terhadap perilaku inovatif dan kinerja karyawan,” *J. Ilmu dan Ris. Manaj.*, vol. 9, no. 2, 2020.
- [2] F. A. Alatas and W. Swasty, “Perancangan Identitas Visual Kawasan Agrowisata Belimbing Dewa Kota Depok,” in *eProceedings of Art & Design*, 2020, vol. 7, no. 1.
- [3] Ms. S. Abrar Muslim *et al.*, “Inovasi Produk Penelitian Pengabdian Masyarakat & Tantangan Era Revolusi 4.0 Industri,” *Semin. Nas. Multidisiplin Ilmu, Vol.2 No.1 Tahun 2019*, vol. 2, pp. 507–513, 2019.
- [4] Suparjo and N. L. P. Hariastuti, “Pendampingan Pengabdian Kepada Masyarakat Untuk UKM Produk Tempe Di Kapasjaya,” *J. Pengabdi. LPPM Untag Surabaya Sept. 2017, Vol. 02, No. 03, hal 1 – 9*, vol. 2, no. 3, pp. 1–9, 2017.
- [5] S. Riyanto, M. N. L. Azis, and A. R. Putera, “Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun,” *J. Abdimas BSI J. Pengabdi. Kpd. Masy. Vol. 5 No. 1 Februari 2022 Hal. 137-142*, vol. 5, no. 1, pp. 137–142, 2022, doi: 10.31294/jabdimas.v5i1.11534.
- [6] N. K. T. Dewi, I. M. C. Mandira, P. S. A. J. Kusuma, and G. C. Wijaya, “Pembuatan Design Logo Dalam Penunjang Umkm ‘Entil’ Makanan Khas Desa Penatahan,” *Abdimas Galuh*, vol. 5, no. 1, p. 617, 2023, doi: 10.25157/ag.v5i1.9973.
- [7] G. Abdurrahman, H. Oktavianto, E. Y. Habibie, and A. W. Hadiyatullah, “Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran,” *J. Pengabdi. Masy. Manag. VOL. 1. NO. 2 AGUSTUS 2020 HAL88-92*, vol. 1, no. 2, pp. 88–92, 2020, doi: 10.32528/jpmm.v1i2.3981.
- [8] N. Rahmi *et al.*, “Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM,” *J. Pengabdi. Aceh, Vol. 1, Nomor 2, Juni 2021, Hal. 64–70*, vol. 1, no. 2, pp. 64–70, 2021.
- [9] A. D. Permana, R. F. J. Riansyah, T. Nadia, and K. F. Kurnia, “Pembuatan Stiker dan Video Promosi Untuk UMKM di Kelurahan Pinang Jaya Kecamatan Kemiling,” *J. Abdi Masy. Saburai*, vol. 3, no. 01, pp. 56–62, 2022.
- [10] P. Choirina *et al.*, “Pelatihan Digital



Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Ketahanan Pangan Untuk Produk UMKM Pada Kopi Mbah Bongso di Dusun Babadan,” *J. Abdi Masy. Saburai*, vol. 4, no. 01, pp. 52–62, 2023.

---