

PEMBUATAN LOGO USAHA DAN PEMBUATAN AKUN *E-COMMERCE* UNTUK PROMOSI PRODUK YANG EFEKTIF

I Wayan Gede Wiryawan¹⁾, Ni Putu Anglila Amaral²⁾, Ni Made Ari Dwiantari³⁾,
Ni Made Yuli Candra Dewi⁴⁾, Ni Komang Ayu Kristina Dewi⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: anglilaamaral@unmas.ac.id

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dipahami sebagai satu dari sejumlah aktivitas ekonomi yang dilaksanakan guna membantu perekonomian negara dengan mendorong kreativitas dan inovasi lokal dengan mendirikan usaha, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kualitas produk lokal. Di era saat ini logo menjadi sebuah elemen krusial yang perlu disediakan seluruh kalangan bisnis sebab logo menunjukkan ciri khas tersendiri dari usaha tersebut. Pembuatan logo usaha yang representatif akan memberikan identitas visual yang kuat khususnya bagi UMKM. Pembuatan logo dan akun *e-commerce* khususnya bagi UMKM sangat penting untuk dilakukan pada saat ini dengan melihat perkembangan zaman yang semakin maju, akun *e-commerce* sebagai media promosi produk merupakan suatu hal yang efektif yang dapat memfasilitasi pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah transaksi penjualan secara *online*. Selain itu juga dapat memperkuat branding usaha, serta meningkatkan pendapatan pelaku UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi dan platform digital yang semakin berkembang. Dengan pembuatan akun *e-commerce* akan membantu UMKM yang ada di Desa Bona dalam memperluas jangkauan pasar.

Kata Kunci: UMKM, Logo, *E-commerce*

ANALISIS SITUASI

Pengabdian kepada masyarakat menjadi sebuah pilar krusial yang perlu dijalankan guna mengimplementasikan prinsip serta nilai dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pengabdian masyarakat ini bermanfaat baik bagi mahasiswa maupun masyarakat. Dalam menguji kematangan mahasiswa dalam mengamalkan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diperoleh selama masa perkuliahan pengabdian masyarakat menjadi salah satu tolak ukurnya (Syahputra & Rahmatsyah, 2020). Dengan melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pengalaman belajar baru, memperoleh pengetahuan tambahan, dan meningkatkan keterampilan dan kesadaran mereka untuk hidup dalam masyarakat (LPPM Unmas, 2023).

UMKM adalah usaha kecil yang dilakukan untuk membantu perekonomian masyarakat dalam mengembangkan kreativitas dan inovasi masyarakat untuk

membangun usaha, mengurangi angka pengangguran, serta meningkatkan kualitas produk lokal. (Purnamasari et.al 2025). Melihat zaman yang semakin maju ini, penggunaan teknologi tentu sudah tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan teknologi yang sudah semakin maju dan telah berkembang dengan sangat cepat mendukung gaya hidup manusia menjadi lebih efektif, praktis, serta efisien. Para pelaku bisnis pada situasi ini didorong untuk dapat beradaptasi dan juga responsif terhadap transformasi teknologi digital yang terus berkembang, supaya mampu bertahan dalam kompetisi usaha yang ketat.

Mayoritas konsumen di zaman yang telah maju ini beranjak dari berbelanja secara konvensional menuju berbelanja *online*, sebab konsumen mampu menghemat tenaga dan waktu serta lebih mudah untuk memperoleh kebutuhan yang diperlukan (Iskandar et al., 2022). Kemudahan akses yang ditawarkan pemasaran digital (*e-commerce*), memberikan peluang yang luas bagi konsumen untuk mengakses berbagai produk yang dipromosikan beserta informasinya. Apabila terdapat produk yang menarik bagi konsumen, belanja *online* akan dilakukan (Suprianto et.al 2020). Revolusi istilah pemasaran digital sudah berlangsung dari masa ke masa, dimana mulanya hanya meliputi aktivitas pemasaran atau penjualan jasa serta produk dengan memanfaatkan media digital, hingga menjadi definisi luas meliputi keutuhan proses yakni membangun minat konsumen, mendapatkan konsumen, menjaga koneksi konsumen, mempromisikan produk, sampai meningkatkan penjualan jasa ataupun produk (Sulaksono et.al 2020)

Pelaku UMKM tidak hanya perlu meningkatkan keterampilan serta pengetahuan terkait pemasaran dan promosi digital, tetapi estetika produk yang hendak dipromosikan serta dipasarkan juga harus diperhatikan. Oleh karenanya, pelaku UMKM perlu memahami serta menyadari akan krusialitas logo merek dan juga pengemasan produk supaya mampu bersaing dengan kompetitor dan pendapatan mampu meningkat (Irawan, 2020). Logo sangat penting bagi usaha UMKM karena berfungsi sebagai identitas visual yang membedakan dari pesaing, membangun kesan profesional, dan mempermudah pengenalan merek, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing dan kepercayaan pelanggan (Sampurna et.al (2020).

Desa Bona ialah satu dari sejumlah desa yang berada pada Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Desa Bona mempunyai luas daerah yakni 222,40 Ha. Posisi Desa Bona bertempat seperti ditengah-tengah pulau Bali serta daerah yang mudah dijangkau dan amat dekat dari seluruh wilayah Bali, baik dari Kota Kecamatan, Kabupaten, maupun Kota Provinsi. Desa Bona memiliki 4.385 jiwa penduduk, penduduk Desa Bona sebagian besar bekerja sebagai petani, pengrajin, seniman, dan buruh harian lepas. Desa ini juga memiliki sumber daya alam yang mendukung aktivitas Masyarakat khususnya bagi pengrajin daun lotar. Salah satunya ialah pengrajin anyaman sandal berbahan daun lontar dan pandan.

Seiring berjalannya waktu zaman pun ikut berubah, dari zaman dulu jikalau ingin memulai suatu usaha itu dapat dilaksanakan melalui memberitahu dari mulut ke mulut, namun berbeda dengan zaman saat ini memberitahu dari mulut ke mulut hanya mampu mencapai jangkauan pasar yang berada disekitar saja. Dari hasil observasi yang dilakukan bahwa UMKM anyaman sandal di desa ini yang belum dapat menjangkau pasar lebih luas serta memiliki logo usaha sebagai identitas visual yang membedakan dari pesaing.

Berdasarkan hasil observasi tersebut untuk mengatasi permasalahan tersebut perlu dilakukan kegiatan-kegiatan yang akan memberi dampak untuk jangka panjang seperti pembuatan logo yang memiliki nilai visual, mempermudah pengenalan merek dan juga memberikan penyuluhan terkait bagaimana cara mengoperasikan *Shopee* tersebut supaya berbagai hal yang tidak diharapkan tidak akan terjadi, seperti menaruh harga dengan sangat murah setelah itu dilakukannya pembuatan akun *e-commerce* seperti *Shopee* yang akan membantu UMKM untuk memasarkan produknya serta menjangkau pasar lebih luas lagi sehingga pelaku UMKM tersebut mendapatkan penghasilan yang lebih.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis terhadap situasi dari hasil pengamatan lapangan/observasi yang sudah dilakukan, maka mampu disusun sejumlah rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana cara menciptakan logo yang dapat mempresentasikan nilai-nilai dan identitas merek usaha secara efektif?
2. Bagaimana upaya meningkatkan pengetahuan terkait digital marketing pada UMKM pengrajin daun lontar dan pandan di Desa Bona?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berlandaskan perumusan masalah diatas, terdapat sejumlah solusi yang peneliti berikan untuk penelitian ini antara lain:

1. Pembuatan logo usaha untuk menciptakan nilai-nilai dan identitas merek usaha yang memiliki makna dari logo tersebut untuk pengrajin daun lontar dan pandan yang ada di Desa Bona.
2. Melakukan penyuluhan dan pembuatan akun *e-commerce* (*Shopee*) terkait digitalisasi pemasaran pada UMKM pengrajin daun lontar dan pandan di Desa Bona

METODE PELAKSANAAN

Aktivitas pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan peneliti mempunyai sifat yang terencana. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Desa Bona, Kecamatan Blahbatuh, Kabupaten Gianyar.

Tahapan dijalankan selama berlangsungnya program kerja “Pembuatan Logo Usaha, Pembuatan Akun *Shopee* dan Penyuluhan Terkait Bagaimana Cara Mengoperasikan *Shopee*” tersebut dengan rincian:

1. Tahap Perencanaan

Pelaksanaan tahap awal ini dijalankan peneliti dengan merencanakan berbagai hal yang diperlukan sebelum menyelenggarakan program. Sejumlah hal yang dipersiapkan diantaranya:

- 1) Wawancara kepada pemilik UMKM dilaksanakan sebagai observasi awal.
- 2) Melakukan penyusunan program kerja yang tepat untuk membantu mengatasi masalah UMKM tersebut.
- 3) Pengajuan program kerja “Pembuatan Logo Usaha dan Pembuatan Akun *E-commerce* Untuk Promosi Produk yang Efektif” Kepada Kepala Desa Bona.

2. Tahap Persiapan

Pelaksanaan tahap ini dijalankan peneliti melalui sejumlah persiapan guna memastikan agar kegiatan “Pembuatan Logo Usaha dan Pembuatan Akun *E-commerce* Untuk Promosi Produk yang Efektif”. Kegiatan yang dilakukan yaitu:

- 1) Mempersiapkan alat media berupa laptop dan ipad dalam membuat logo usaha tersebut
- 2) Mencari referensi untuk logo yang akan digunakan, serta meminta pendapat pemilik UMKM atas logo yang akan dibuat.
- 3) Mencari materi mengenai bagaimana cara memasarkan produk lewat *Shopee* dilakukan agar produk dapat dilihat oleh semua masyarakat yang memiliki aplikasi tersebut.

3. Tahap Pelaksanaan

- 1) Melakukan kunjungan ke rumah UMKM untuk memberikan hasil dari logo yang telah dibuatkan.
- 2) Melakukan pembuatan akun *Shopee*.
- 3) Memberikan penyuluhan terkait cara mengoperasikan *Shopee* tersebut untuk keperluan jualan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Kerja ini mengambil judul “Pembuatan Logo Usaha Dan Pembuatan Akun *E-commerce* Untuk Promosi Produk Yang Efektif” dengan dua spesifikasi sebagai berikut:

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

“Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : Eksplorasi Potensi Menjadi Aktualisasi Yang Berdampak Pada Masyarakat”

Vol.4, No.1 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 149-156

1. Membantu UMKM dalam menciptakan identitas visual yang kuat melalui pembuatan logo yang menarik agar dapat meningkatkan daya tarik UMKM di pasar.
2. Membantu UMKM dalam membuat akun *E-commerce*, seperti *Shopee* yang dilengkapi dengan foto produk, deskripsi, dan informasi kontak.
3. Memberikan penyuluhan serta pelatihan mengenai cara menggunakan *Shopee* untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan secara virtual.

Tabel yang tersaji berikut berisikan rangkuman terkait pencapaian serta hasil dari aktivitas pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan peneliti kepada masyarakat Desa Bona. Rincian kegiatan tersebut antara lain:

Tabel 1. Rincian Realisasi Program Kerja

No.	Tema	Kegiatan Program Kerja	Realisasi Kegiatan
1	Kewirausahaan	1. Pelaksanaan pembuatan Logo usaha UMKM	100%
2	Kewirausahaan	2. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan digitalisasi pemasaran & pembuatan akun <i>e-commerce</i> (<i>Shopee</i>) pada pelaku UMKM pengrajin bambu khususnya anyaman sandal di Desa Bona	100%

Terdapat keterlibatan dari sejumlah pihak selama berlansungnya pelaksanaan program kerja “Pembuatan Logo Usaha Dan Pembuatan Akun *E-commerce* Untuk Promosi Produk Yang Efektif”, sehingga aktivitas mampu terselenggara secara lancar serta optimal. Pihak-pihak yang turut berpartisipasi antara lain:

- 1) Kepala Desa Bona, yang sudah memberikan izin melaksanakan program kerja di Desa Bona serta selalu mendukung program kerja yang dilakukan untuk keberlanjutan UMKM tersebut.
- 2) Ibu Biang Selat, yang telah membantu menghantarkan kerumah UMKM tersebut.

Untuk memastikan program kerja ini berjalan dengan baik berikut adalah foto-foto selama program kerja ini dilakukan dari tahap observasi hingga tercapainya program kerja tersebut:

PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR

"Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : Eksplorasi Potensi Menjadi Aktualisasi Yang Berdampak Pada Masyarakat"

Vol.4, No.1 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 149-156



Gambar 1. Tahap Observasi



Gambar 2. Tahap Penyusunan Program Kerja



Gambar 3. Tahap Persiapan Pelaksanaan Program Kerja



Gambar 4. Tahap Pelaksanaan Program Kerja



Gambar 5. Tercapainya Program Kerja

Berdasarkan foto-foto yang terlampir diatas menunjukkan bahwa program kerja ini berjalan dengan baik dan lancar, dan pihak UMKM pun menerima logo usaha yang telah dibuatkan serta telah memahami juga bagaimana cara mengoperasikan akun *Shopee* tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pemaparan diatas terkait “Pengembangan Umkm Di Desa Bona Dengan Pembuatan Logo Usaha Dan Pembuatan Akun *E-commerce* Untuk Promosi Produk Yang Efektif” memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan bagi pelaku UMKM. Desa memiliki SDM yang berpotensi dalam melakukan pengrajin bambu, namun dihadapkan pada keterbatasan pemahaman terkait pembuatan logo serta digitalisasi pemasaran yang dimana hal ini menjadi landasan yang kuat bagi kebutuhan para pelaku UMKM. Dengan dilakukan pembuatan logo serta penyuluhan dan pembuatan akun *Shopee* tersebut dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar.

Kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar di desa Keramas tentang “Pengembangan Umkm di Desa Bona Dengan Pembuatan Logo Usaha Dan Pembuatan Akun *E-commerce* Untuk Promosi Produk yang Efektif”, sudah terselenggara secara lancar serta optimal. Akan tetapi, terdapat sejumlah masukan atau saran yang peneliti terima sebagai catatan evaluasi, antara lain:

1. Perlunya dilakukan kegiatan secara berkala untuk mengoptimalkan pemahaman dan penerapan terkait digital marketing bagi pelaku UMKM pengrajin di Desa Bona.
2. Perlu dilakukan evaluasi dan pemantauan secara berkala mengenai perkembangan pengetahuan dan implementasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM mengenai digitalisasi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Iskandar J., P. A. (2022). Penguatan Strategi Marketing Industri Kreatif Masyarakat (UMKM) Melalui Branding Design. 02(03), 1509-1514.
- Irawan, D. &. (2020). Pendampingan Branding dan Packaging UMKM Ikatan Pengusaha Aisyiyah di Kota Malang. 1(1), 32-36.
- LPPM Unmas Denpasar. 2023. *Buku Panduan Pengabdian Pada Masyarakat*. Denpasar: LPPM Unmas
- Purnamasari, P., Ismaya, C., & Effendi, Z. K. S. (2025). Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Umkm Melalui Proses Digitalisasi di Desa Burangkeng Bekasi Timur. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 1400-1406.

**PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

"Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : Eksplorasi Potensi Menjadi Aktualisasi Yang Berdampak Pada Masyarakat"

Vol.4, No.1 tahun 2025

e-ISSN: 3025-1753, halaman 149-156

- Syahputra, A., & Putra, H. R. (2020). *Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM)*. *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiar Islam*, 1(20).
- Sampurna, A., Tandian, M., Huang, V., Florescia Simanjuntak, R., & Marta, R. F. (2020). Implementasi Total Branding dalam Perspektif Semiotika Pemasaran. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(2), 59-73.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 199-216.
- Sulaksono, Juli & Zakaria, Nizar. 2020. Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Jurnal*, Vol.4, No.1.