

PELATIHAN PEMBUATAN LOGO UNTUK PRODUK UMKM MENGUNAKAN APLIKASI CANVA DI DESA LUBUK BANJAR

Jesika Wenny Vebyolin¹, Sinvi Aufrilika², Dea Meliska³, Nabila Dwi Fajarina⁴,
Ervin Mardalena⁵, Rosmala Dewi⁶, Rr Dimas Veronika⁷

^{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7}Universitas Baturaja, Jl. Ratu Penghulu, Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan, Indonesia

Email: jesikawenny689@gmail.com

Article History

Received: 15-01-2026

Revision: 08-02-2026

Accepted: 11-02-2026

Published: 13-02-2026

Abstract. Technological advancements have a significant impact on life, especially in the business world. Businesses without technological support will lose out in the competition. One common business venture among today's society is the home business or home industry. Home businesses run by entrepreneurs are easier to grow because they are managed personally with minimal capital and are more in touch with the surrounding community. The Chili Oil Dumpling Product is one such home business operating in the culinary or food industry. Initially, the Chili Oil Dumpling Product home business only served small-scale orders. Eventually, the Chili Oil Dumpling Product business grew and became more well-known in the surrounding community. Until now, the Chili Oil Dumpling Product home business was only known by its owner, without a brand or business name. To gain greater recognition and establish a distinctive product, the business logo was created, namely Pangsit Chili Oil. A team of DPL lecturers for community service assisted in creating the Chili Oil Dumpling Product logo using the Canva application. By creating a logo using Canva, the Chili Oil Dumpling Product home business was able to create an attractive logo easily and simply.

Keywords: Canva, Promotions, Logo

Abstrak. Kemajuan teknologi digital memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan dan daya saing usaha, termasuk usaha rumahan atau *home industry*. Salah satu tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha rumahan adalah keterbatasan identitas merek yang berpengaruh pada tingkat pengenalan produk di masyarakat. Produk Pangsit Chili Oil merupakan usaha rumahan di bidang kuliner yang awalnya hanya melayani pesanan dalam skala kecil dan belum memiliki identitas usaha yang jelas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu penguatan identitas usaha melalui pembuatan logo sebagai bagian dari strategi branding produk. Metode yang digunakan adalah pendampingan langsung kepada pelaku usaha, meliputi diskusi kebutuhan branding, perancangan logo, dan pelatihan penggunaan aplikasi Canva sebagai media desain. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha mampu menghasilkan logo Pangsit Chili Oil yang sederhana, menarik, dan sesuai dengan karakter produk. Keberadaan logo tersebut meningkatkan identitas visual usaha dan berpotensi mendukung pemasaran produk secara lebih luas, baik secara langsung maupun melalui media digital. Dengan demikian, pemanfaatan aplikasi Canva terbukti menjadi solusi yang praktis dan mudah diterapkan dalam mendukung pengembangan branding usaha rumahan.

Kata Kunci: Canva, Promosi, Logo

How to Cite: Vebyolin, J. W., Aufrilika, S., Meliska, D., Fajarina, N. D., Mardalena, E., Dewi, R., & Veronika, R. D. (2026). Pelatihan Pembuatan Logo untuk Produk UMKM Menggunakan Aplikasi Canva di Desa Lubuk Banjar. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 7 (1), 1889-1897. <http://doi.org/10.54373/imeij.v7i1.5141>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, mengurangi tingkat pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan UMKM yang pesat menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang mampu meningkatkan daya saing. Salah satu strategi penting dalam pemasaran adalah branding, yang berfungsi untuk memperkenalkan produk, membangun identitas usaha, serta memperluas pangsa pasar melalui pemanfaatan teknologi yang semakin berkembang.

Branding merupakan proses penciptaan identitas yang membedakan suatu produk atau usaha dari pesaingnya, baik melalui nama, logo, simbol, desain, maupun kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Menurut Arifudin et al. (2021), branding produk UMKM merupakan komponen visual yang sangat penting dalam membangun identitas usaha dan memperkuat citra produk di mata konsumen. Melalui branding yang tepat, produk UMKM dapat mengalami pembaruan dan penyesuaian yang berdampak pada peningkatan daya saing di pasar.

Salah satu elemen utama dalam branding adalah logo. Logo berperan sebagai representasi visual yang pertama kali dikenali konsumen dan menjadi sarana komunikasi nonverbal yang efektif. Destrina et al. (2022) menegaskan bahwa kepemilikan merek dan logo yang dirancang secara cermat sangat penting untuk membantu UMKM bersaing, karena logo mampu menyampaikan pesan, nilai, dan karakter produk. Pemilihan warna, bentuk, dan komposisi desain dalam logo turut memengaruhi persepsi konsumen serta berimplikasi pada keputusan pembelian. Namun, pada praktiknya, masih banyak UMKM yang memulai usaha tanpa memiliki brand dan logo yang jelas. Oscario (2013) menunjukkan bahwa penggunaan templat logo standar yang beredar secara daring sering kali menghasilkan identitas visual yang kurang khas dan sulit dibedakan dari produk lain. Kondisi ini menjadi tantangan bagi UMKM untuk tampil menonjol di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, diperlukan upaya penguatan branding, khususnya melalui pengembangan logo yang unik dan sesuai dengan karakter produk, agar UMKM mampu menarik minat konsumen dan meningkatkan nilai jual produknya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pendampingan dan observasi langsung. Pengumpulan data dilakukan melalui partisipasi dalam kegiatan workshop, pengamatan terhadap proses kerja UMKM, serta refleksi pengalaman selama kegiatan branding berlangsung. Selain itu, peneliti melakukan studi pustaka dengan menelaah berbagai sumber cetak dan elektronik yang relevan terkait branding, logo, dan pengembangan identitas visual UMKM. Sumber-sumber tersebut dipilih dan digunakan sebagai dasar konseptual untuk mendukung proses perancangan logo. Kegiatan *branding* dilaksanakan pada UMKM Pangsit Chili Oil yang berlokasi di Jalan H. Asnawi Mangku Alam, Desa Lubuk Banjar, Kecamatan Lubuk Raja, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU), Sumatera Selatan, dengan persetujuan langsung dari pemilik usaha. Metode pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu:

- Tahap persiapan diawali dengan survei awal dan diskusi bersama pemilik UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan branding, khususnya terkait identitas usaha. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data pendukung dan analisis kebutuhan desain logo.
- Tahap pelaksanaan meliputi proses perancangan logo, kemasan, dan profil media sosial, khususnya Instagram. Desain logo disesuaikan dengan permintaan pemilik UMKM, yaitu menampilkan elemen cabai serta teks yang mencerminkan karakter produk yang pedas, gurih, dan memiliki daya tarik bagi konsumen.
- Tahap akhir berupa presentasi hasil desain kepada pemilik UMKM dan perwakilan Ibu PKK, disertai penjelasan prinsip dasar desain logo dan pendampingan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembaruan identitas visual melalui logo dan media sosial memberikan nilai tambah pada produk serta berpotensi meningkatkan ketertarikan konsumen.

HASIL DAN DISKUSI

Pengertian Canva

Canva sebagai salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat berbagai desain untuk website, pembuatan logo, template presentasi, frame, dan lain-lain secara gratis. Jika ingin menerapkan aplikasi Canva, pengguna tidak dituntut kemampuan desain profesional karena tersedia berbagai menu gratis yang mudah digunakan, menarik dan cepat. Canva memberikan berbagai menu, seperti untuk mengolah gambar dan mengatur layout, template untuk banner atau poster, serta banyak galeri yang disediakan. Lebih jauh, Canva juga mempunyai tampilan aplikasi yang user friendly sehingga pengguna dapat mempelajari dengan

cepat tanpa ada hambatan. Karena kemudahannya untuk digunakan, aplikasi ini berhasil mencapai lebih dari 60 juta pengguna aktif bulanan dari 190 negara di dunia sejak tahun 2013. Dari banyaknya orang yang mengetahui aplikasi Canva, sudah lebih dari 7 miliar tercipta banyak desain. Pada dasarnya Canva memiliki dua versi, yaitu pro dan gratis. Namun, sebagian besar pengguna sudah dapat menikmati berbagai menu tanpa perlu membeli versi pro atau premium

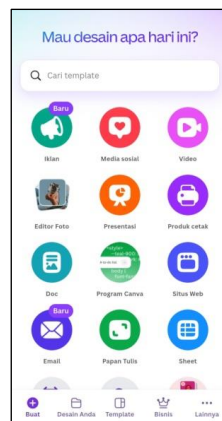
Menu Gratis Canva

- Banyak template gratis, dalam versi gratis, Canva berani menyediakan menu lebih dari 250 ribu template untuk berbagai jenis konten visual. Contoh-contoh template konten visual ini seperti banner website, slide presentasi, konten media sosial (Instagram, Facebook, YouTube), poster, infografis, dan masih banyak lagi.
- Ratusan ilustrasi dan icon, selain template, Canva juga menyediakan lebih dari ratusan unsur desain berupa ilustrasi dan icon dengan gratis. Ilustrasi 2D, 3D, bahkan GIF tersedia di sini.
- Kapasitas penyimpanan sebesar 5 GB, Canva adalah satu-satunya aplikasi desain yang menyediakan
- kapasitas penyimpanan sebesar 5 GB secara cuma-cuma. Menu ini penting untuk memungkinkan pengguna menyimpan hasil desain kreasi mereka. Menu ini sangat bermanfaat, terutama jika memiliki format konten yang sering dipakai. Dengan menyimpannya, tidak perlu membuatnya dari awal dan hanya perlu melakukan penyesuaian beberapa elemen saja.
- Kustomisasi teks, Canva menyediakan kustomisasi teks dengan font beragam, dapat menambahkan teks dan mengganti font sesuai tema yang digunakan saat membuat desain. Terdapat ratusan font gratis yang dapat digunakan.
- Beragam pilihan background, dengan Canva, background atau latar belakang desain tidak membosankan. Terdapat beragam pilihan gambar dan tone warna yang tersedia. Dapat juga menyesuaikan setiap background yang digunakan seperti mengatur kontras, meningkatkan intensitas warna, hingga mengatur transparansi pada latar belakang yang dipilih.

Cara Penggunaan Canva

Sign up ke Canva

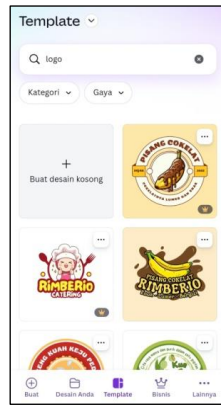
- Untuk menggunakan Canva pengguna diminta untuk membuat akun menggunakan beberapa cara, seperti via Google, Facebook, email, Microsoft agar dapat register di Canva.
- Pengguna dapat membuka web Canva di canva.com atau membuka aplikasi Canva dengan cara download di Play Store jika menggunakan smartphone.
- Klik tombol 'lanjutkan dengan Google' yang ada di bagian bawah layar.
- Selanjutnya pilih akun Google untuk melanjutkan ke Canva.
- Selanjutnya akan masuk ke halaman yang berisi pertanyaan "Apa tujuan Anda menggunakan Canva?" Pilihan jawabannya antara lain LSM atau Yayasan Amal, Pribadi, UMKM, Pelajar, Guru, dan Perusahaan Besar. Maka pilih saja "pribadi".
- Akan masuk ke halaman pertanyaan kembali "Bolehkah kami mengirim hal-hal luar biasa kepada Anda?" Pilih "saya mau" jika kita bersedia atau pilih "nanti" jika belum bersedia dikirimkan informasi tentang Canva.
- Jika telah berhasil maka akan masuk ke beranda akun Canva seperti di Gambar 1.



Gambar 1. Tampilan Canva

Pilih Kebutuhan Penggunaan Canva

Saat membuat desain di Canva seperti pembuatan poster/logo, dapat melakukannya dengan dua cara yaitu menggunakan template yang sudah ada ataupun membuatnya dari awal (dari kanvas kosong), seperti di Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan Pilihan Template Logo

Jika ingin menggunakan template yang sudah ada, langsung klik template yang sudah tampil, ada 10.827 template tersedia. Sementara jika ingin membuat desain sendiri yang benar-benar dari awal, kamu langsung klik 'Buat desain kosong' yang terletak di pojok kiri atas.

Membuat Desain

Pada menu bar di bagian bawah, akan ada beberapa pilihan menu untuk mempercantik desain. Berikut beberapa menu dan fungsinya:

- Elemen, untuk menambahkan hiasan atau ornamen pada desain. Elemen dapat berupa garis, bangun datar, frame, dan sebagainya.
- Teks, untuk menambahkan tulisan. Pengguna Canva dapat menambahkan tulisan pada desain yang dibuat. Klik menu "teks" yang ada di sisi kiri, lalu pilih font dan ketikkan tulisan yang ingin ditambahkan. Tulisan ini tentu akan membuat desain semakin indah dan dapat sesuai dengan kebutuhan.
- Galeri, untuk menambahkan foto.
- Gambar, untuk menggambar berbagai bentuk dengan bebas.
- Latar belakang, untuk menambahkan latar belakang yang telah disiapkan Canva.

Download Hasil Desain

Jika proses mendesain sudah selesai, dapat langsung men-download-nya ke dalam berbagai format dokumen. Berikut langkahnya: Pilih menu 'Share' di pojok kanan atas. Kemudian pilih 'unduh' yang terletak di bagian agak bawah. Lalu tentukan jenis file sesuai kebutuhan, misalnya PNG, JPG, atau PDF. Klik 'Unduh'.



Gambar 3. Pemateri memberikan penjelasan tentang aplikasi Canva

Materi pelatihan disampaikan melalui slide interaktif yang membahas elemen penting dalam pembuatan logo, yaitu pemilihan warna, bentuk, dan tipografi. Selain itu, dijelaskan pula prinsip kesesuaian makna logo dengan karakter usaha. Castleman (2018) menyatakan bahwa desain grafis merupakan komunikasi visual yang efektif untuk menyampaikan kualitas produk tanpa kata-kata. Peserta tampak antusias mengikuti sesi ini. Mereka banyak bertanya mengenai pemilihan warna dan ikon yang sesuai dengan karakter produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Lestari & Wibowo (2023), yang menyebutkan bahwa metode ceramah interaktif memudahkan peserta memahami materi karena membuka ruang diskusi yang kontekstual.



Gambar 4. Foto kegiatan

Foto kegiatan merupakan salah satu bagian penting dalam mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk dokumentasi resmi yang menunjukkan keterlibatan seluruh pihak yang berpartisipasi, baik panitia, peserta, maupun mitra masyarakat. Dengan adanya foto bersama, kegiatan pengabdian memiliki bukti visual yang dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan sebagai laporan kegiatan.

Temuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatnya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya identitas visual sebagai sarana pembeda produk di tengah persaingan pasar. Sebelum kegiatan pendampingan, usaha ini belum memiliki logo dan identitas merek yang jelas, sehingga produk hanya dikenal secara terbatas melalui relasi personal. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Oscario (2013) yang menyatakan bahwa banyak UMKM memulai usaha tanpa identitas visual yang kuat, sehingga sulit membangun citra merek yang konsisten. Pembuatan logo yang disesuaikan dengan karakter produk, seperti penggunaan elemen cabai dan pemilihan warna yang merepresentasikan rasa pedas dan gurih, terbukti membantu memperkuat citra produk di benak konsumen. Logo berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan produk secara cepat dan mudah dikenali. Hal ini mendukung pendapat Destrina et al. (2022) yang menegaskan bahwa desain logo yang tepat dapat memengaruhi persepsi konsumen dan meningkatkan nilai jual produk UMKM.

Selain itu, pendampingan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, menjadi temuan penting dalam kegiatan ini. Media sosial memungkinkan UMKM menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Pemanfaatan logo yang konsisten pada kemasan dan akun media sosial memperkuat identitas merek dan meningkatkan profesionalisme usaha. Temuan ini sejalan dengan Arifudin et al. (2021) yang menyatakan bahwa integrasi branding visual dengan media digital mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa branding bukan sekadar aspek estetika, tetapi merupakan strategi penting dalam pengembangan UMKM. Penguatan identitas visual melalui logo dan pemanfaatan teknologi digital memberikan nilai tambah pada produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuka peluang pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN

Pembuatan logo merupakan salah satu langkah strategis dalam membangun identitas visual produk dan usaha. Logo yang dirancang secara sederhana, menarik, dan memiliki makna filosofis mampu merepresentasikan karakter produk serta nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen. Keberadaan logo tidak hanya berfungsi sebagai pembeda dari produk sejenis, tetapi juga meningkatkan daya tarik, kepercayaan, dan profesionalisme usaha. Dengan adanya logo yang konsisten digunakan pada kemasan dan media pemasaran, produk memiliki peluang lebih besar untuk dikenal masyarakat luas serta mendukung peningkatan nilai jual dan keberlanjutan usaha.

REFERENSI

- Ainun, N., Wahida, A., & R. M. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jesya Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* , 8.
- Arifudin, O., Suhardi, D., & Saputra, A. (2021). Strategi branding produk UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*, 6(2), 85–94.
- Aziz, M. S., & Safitri, J. E. (2024). Pelatihan Pembuatan Logo Kreatif untuk Produk UMKM Menggunakan Canva. *Prawara Jurnal Abdimas* , 6.
- Christianingrum, Saputra, D., Yusuf, & Ulyana, D. (n.d.). Pelatihan Pembuatan Desain Logo Sebagai Upaya Menanamkan Kesadaran Merek Bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Air Itam. 7.
- Destrina, A., Putri, R. E., & Nugraha, A. (2022). Peran desain logo terhadap peningkatan nilai jual produk UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(1), 45–56.
- Novita, D., Amelia, L., & Kesuma, D. P. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Logo Produk Usaha Rumahan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 10.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3463>
- Shandy, A. M., Kurniastuti, I., & Saputro, H. E. (2025). Pelatihan Desain Grafis Membuat Logo Menggunakan Canva Kepada Umkm. *Jurnal Abdi Insani* , 7