

# PENDAMPINGAN PEMBUATAN LOGO DAN *PACKAGING* PRODUK UMKM TELUR ASIN UD. MUCHLIS DI DESA KALANGSURYA

<sup>1</sup>Hilda Tri Yulianti, Weni Tri Sasmi<sup>2</sup>, Sani Suhardiman<sup>3</sup>  
Universitas Buana Perjuangan Karawang  
Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer  
[hilda.tri@ubpkarawang.ac.id](mailto:hilda.tri@ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup> [wenitrisasmi@ubpkarawang.ac.id](mailto:wenitrisasmi@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>  
[sani.suhardiman@ubpkarawang.ac.id](mailto:sani.suhardiman@ubpkarawang.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

Desa Kalangsurya merupakan salah satu desa yang terletak dikecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang. Potensi yang terdapat di desa Kalangsurya adalah adanya UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang memproduksi Telur Asin. UMKM ini telah berjalan sejak tahun 2002. Proses pemesanan dilakukan masih menggunakan sistem *pre-order*. Penjualan yang meningkat setiap tahunnya belum didukung dengan logo dan *packaging* yang menarik agar dapat dipasarkan lebih luas. Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui industri kreatif dengan pendampingan pembuatan logo dan *packaging* produk UMKM telur asin. Kegiatan ini dilakukan dengan pendekatan pendidikan dan sosialisasi kepada UMKM UD. Muchlis di Desa Kalangsurya. Kegiatan ini merupakan kegiatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode observasi dan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa. Hasil dari kegiatan ini adalah (1) *design* logo UMKM UD Muchlis; (2) sosialisasi pemasaran online melalui media sosial *instagram*; (3) *design packaging* telur asin UD. Muchlis

**Kata Kunci :** *logo, pendampingan, packaging, UMKM Telur Asin*

## Abstract

*Kalangsurya village is one of the villages located by Rengasdengklok Karawang Regency. The potential found in Kalangsurya village is the existence of MSMEs (Small and Medium Micro Enterprises) that produce Salted Eggs. This MSME has been running since 2002. The ordering process is still conducted by using the pre-order system. Sales that increase every year have not been supported by attractive logos and packaging in order to be marketed more widely. The purpose of community service is to improve the economy of the community through the creative industry by assisting in the creation of logos and packaging of salted egg MSME products. This activity is carried out with an educational and socialization approach to MSMEs UD. Muchlis in Kalangsurya Village. This activity is a qualitative descriptive activity using observation methods and mentoring conducted by students. The result of this activity is (1) the design of UD. Muchlis MSME logo; (2) socialization of online marketing through instagram social media; (3) salted egg packaging design.*

*Keywords: logo, mentoring, packaging, salted egg MSMEs*

## PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu wujud Tridharma Perguruan Tinggi. Tridharma sendiri terdiri dari, Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Pengabdian Kepada Masyarakat, Dosen diharapkan mampu memberikan materi terkait Ilmu Pengetahuan yang dapat memecahkan masalah serta dapat meningkatkan prekonomian masyarakat melalui UMKM. Di masa pandemi Covid-19 ini banyak sekali yang terkena dampak, salah satunya UMKM di desa Kalangsurya, Kec Rengasdengklok, Kabupaten Karawang.

Desa Kalangsurya merupakan salah satu desa yang terletak dikecamatan Rengasdengklok Kabupaten Karawang. Desa Kalangsurya terletak disebelah utara kabupaten Karawang yang semulanya desa Kalangsari kemudian dimekarkan pada tahun 1981. Desa kalangsurya ini adalah salah satu dari 9 desa yang berada di Kecamatan Rengasdengklok dengan batas disebelah Utara adalah Desa Sindang Karya Kecamatan Kutawaluya, batas selatan adalah Desa Kalangsari, batas sebelah timur Desa Sekarwangi Kecamatan Rawamerta, dan batas Sebelah Barat adalah Desa Karyasari.

Sektor UMKM Telur Asin di Desa Kalangsurya memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi, karena tingkat penyerapan tenaga kerja yang relatif tinggi dan kebutuhan modal investasi yang kecil. Telur bebek merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup digemari oleh masyarakat (Rahkadima, et.al, 2019). Telur asin sendiri memiliki banyak manfaat diantaranya memiliki protein tinggi, membantu pertumbuhan sel baru, baik untuk kesehatan kulit, menjaga kesehatan tulang, meningkatkan daya tahan tubuh dan lainnya.

Pengembangan potensi UMKM dapat menunjang diversifikasi ekonomi dan percepatan perubahan struktural yang merupakan prasyarat bagi pembangunan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Pada pandemi COVID-19, UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat meningkatkan penjualan atau membuat penjualan menjadi stabil. Kinerja pemasaran melalui inovasi dan promosi produk dapat meningkatkan pertumbuhan UKM (Arumsari & Marka, 2018).

Upaya atau strategi untuk meningkatkan kinerja UMKM antara lain (Wicaksono, G & Nuvriasari, A, 2012):

- 1) Pada aspek pemasaran dapat dilakukan dengan cara memperluas wilayah pemasaran maupun akses pasar dengan cara memanfaatkan teknologi informasi seperti internet untuk mengetahui berbagai macam informasi pasar.
- 2) Pada aspek sumber daya manusia dapat dilakukan dengan secara aktif mengikuti

kegiatan-kegiatan pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan motivasi dan etos kerja pelaku UMKM.

Wibowo, et.al (2020) menambahkan bahwa Pemasaran merupakan aspek penting dalam pengelolaan usaha untuk membantu meningkatkan penjualan. Penggunaan teknologi informasi merupakan suatu hal yang perlu dipelajari oleh para pelaku UMKM.

Tujuan dari pengabdian ini adalah masyarakat dapat mendapatkan pendampingan pembuatan logo, pemasaran, dan alternatif pengemasan (packaging) yang inovatif agar dapat dikenal baik di desa Kalangsurya maupun daerah lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Adapun metode yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan pengabdian ini yaitu menggunakan metode observasi yang bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Kegiatan ini dilakukan secara offline dan online dengan mematuhi protokol kesehatan COVID-19.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

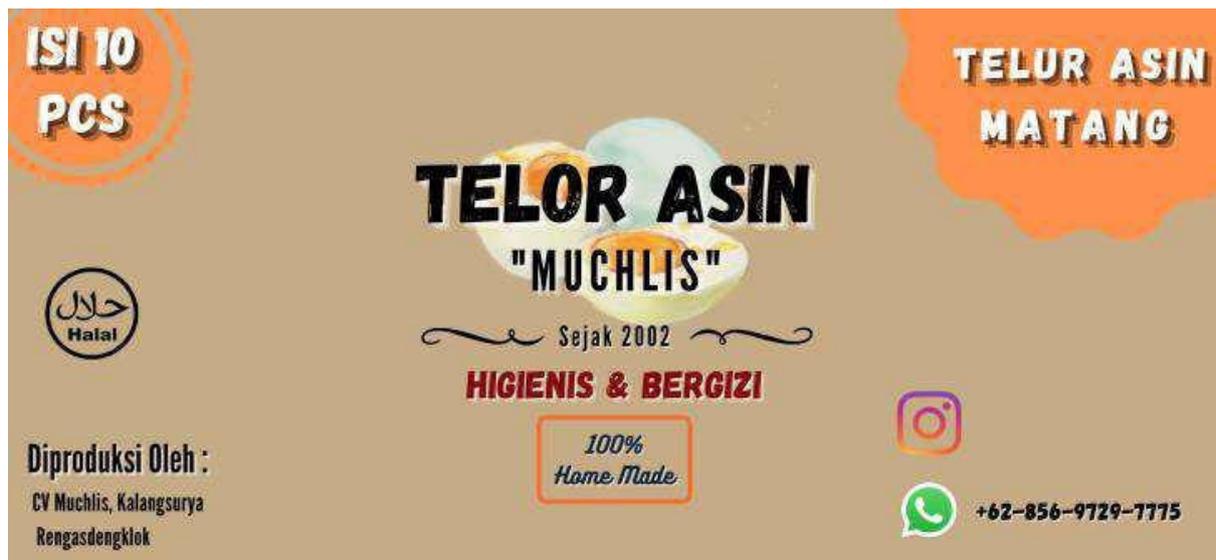
### **1. Hasil Penelitian**

Dari hasil observasi yang dilakukan, UMKM Telur Asin UD. Muchlis di Dusun Bakanbuah, Desa Kalangsurya, Kecamatan Rengasdengklok, Kabupaten Karawang menunjukkan bahwa penghasilan setiap tahunnya meningkat, namun belum memiliki logo dan pengemasan yang menarik. Selain itu, UMKM Telur asin UD. Muchlis ini masih melakukan pemasaran offline dan belum mengembangkan pemasaran secara online.

Pendampingan pembuatan logo, pengemasan, dan pemasaran UMKM Telur asin UD Muchlis secara online dilakukan Dengan mengenalkan olahan kekinian kepada masyarakat desa gombongsari dapat secara offline dan online dengan mematuhi protokol kesehatan COVID-19.

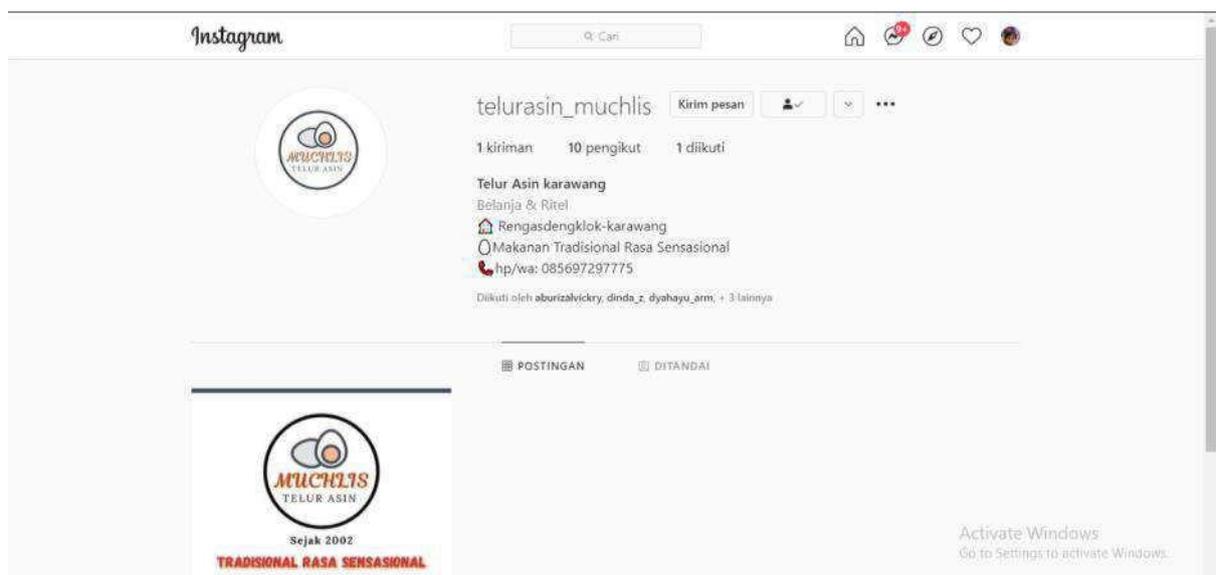
Melalui program KKN, mahasiswa Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang ikut serta dalam upaya pendampingan pembuatan logo, pacakaging, dan pemasaran online produk UMKM telur asin di Desa Gombongsari. Adapun program kerja diantaranya sebagai berikut:

- 1) Pendampingan pembuatan logo Produk UMKM



**Gambar 1.** Logo Telur Asin UD Muchlis, Desa Kalangsurya

- 2) Melakukan Sosialisasi pada UMKM Telur Asin dalam melakukan pemasaran online melalui media sosial.



**Gambar 2.** Media Sosial UMKM Telur Asin UD. Muchlis

- 3) Pendampingan pembuatan *design packaging* telur asin



**Gambar 3.** *Design Packaging* UMKM Telur Asin UD. Muchlis

## KESIMPULAN

Desa Kalangsurya menjadialah satu desa sasaran KKN bagi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Kegiatan yang dilakukan salah satunya ialah pendampingan UMKM telur asin UD. Muchlis di dusun Bakanbuah, Desa Kalangsurya, Kecamatan Rengasdengklok. Kegiatan pendampingan UMKM ini dilakukan bersama mahasiswa KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang meliputi, (1) pendampingan pembuatan logo (2) sosialisasi pemasaran online melalui media sosial *instagram* (3) pendampingan pembuatan *design packaging* telur asin.

## Daftar Pustaka

- Arumsari, N. R., Marka, M. M. (2018). Strategy Competitive Advantages through Marketing. *KINERJA*, 22(2), 168-185.
- Rahkadima, Y. T., Fitri, M. A., Wulandari, R. S. (2019). Penggunaan Pemasaran *Online* Pada UMKM Telur Asin Di Desa Kebonsari Kabupaten Sidoarjo. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sains (SNasTekS) 2019*, 391-396.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, H., Marni, Z., Suryaningrum, R. A., Agustami, S. S., Pamungkas, G. A. W., Sa'bani, N. K. (2020). Edukasi Pemasaran Daring untuk Meningkatkan Pemasaran Produk

UMKM Guesin Pacs Desa Cibodas Jawa Barat. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 59-66.

Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). MENINGKATKAN KINERJA UMKM INDUSTRI KREATIF MELALUI PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR: KAJIAN PADA PERAN SERTA WIRAUSAHA WANITA DI KECAMATAN MOYUDAN, KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 27-39