

Pelatihan Desain Logo Menggunakan Canva untuk Memperkuat Branding UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima

Rosa Yuliati¹, Sulfi², Sri Wulandari³, Faryatun⁴, Muhammad Prayoga⁵, Rajulio Lopes⁶
Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima, NTB ^{1,2,3,4,5,6}

✉

Email : rosayuliati15@gmail.com, sulfistiebima22@gmail.com, sriwulandari.stiebima22@gmail.com, faryatun.stiebima22@gmail.com, p8901094@gmail.com, rajuliolopes.stiebima22@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 01-06-2026

Disetujui 08-06-2026

Diterbitkan 10-06-2026

Katakunci:

*Pelatihan Desain Logo,
Branding, Canva, UMKM,
Identitas Visual.*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima dalam merancang logo sebagai identitas visual usaha guna memperkuat branding produk. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah belum adanya logo yang dapat merepresentasikan usaha secara profesional sehingga produk kurang memiliki identitas visual yang kuat. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi, penyampaian materi branding, pelatihan penggunaan aplikasi Canva, praktik pembuatan logo, serta pendampingan desain. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 6 April 2026 dengan melibatkan pemilik usaha sebagai peserta utama. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya branding dan identitas visual usaha. Selain itu, peserta berhasil membuat logo yang sesuai dengan karakteristik produk sehingga dapat digunakan sebagai media promosi dan identitas usaha. Keberadaan logo baru memberikan manfaat dalam meningkatkan daya tarik visual produk, memperkuat citra usaha, serta mendukung kegiatan pemasaran. Dengan demikian, pelatihan desain logo menggunakan Canva dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam memperkuat branding dan daya saing UMKM.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Yuliati, R., Sulfi, S., Wulandari, S. ., Faryatun, F., Prayoga, M., & Lopes, R. . (2026). Pelatihan Desain Logo Menggunakan Canva untuk Memperkuat Branding UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(3), 1325-1330. <https://doi.org/10.63822/w8m5rv44>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif, UMKM dituntut tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu membangun identitas merek yang kuat agar produk mudah dikenali dan dipercaya oleh konsumen. Salah satu elemen penting dalam branding adalah logo yang berfungsi sebagai identitas visual dan sarana komunikasi merek kepada konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Logo yang dirancang secara profesional dapat meningkatkan daya tarik produk, memperkuat citra usaha, serta membantu konsumen mengenali suatu merek dengan lebih mudah (Aaker, 2014). Sebaliknya, ketiadaan logo atau identitas visual yang kurang menarik dapat menyebabkan rendahnya pengenalan merek dan mengurangi efektivitas promosi produk (Rangkuti, 2018).

Permasalahan tersebut juga dialami oleh UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima. Berdasarkan hasil observasi awal, usaha ini belum memiliki logo yang dapat merepresentasikan identitas usahanya secara profesional. Produk yang dipasarkan masih menggunakan tampilan sederhana tanpa identitas visual yang konsisten sehingga peluang untuk membangun branding usaha belum optimal.

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva mampu meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam menghasilkan media promosi yang menarik dan profesional. Endra et al. (2023) menyatakan bahwa pelatihan Canva dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mendesain media promosi yang mendukung pemasaran produk. Selain itu, Nourma Ulva et al. (2023) menjelaskan bahwa pendampingan pembuatan logo mampu membantu UMKM memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya tarik produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pelatihan desain logo menggunakan Canva pada UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam membuat logo yang sesuai dengan karakteristik produk sehingga mampu memperkuat branding dan mendukung pemasaran usaha.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui tiga tahapan utama yaitu tahap pra pelaksanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Pra Pelaksanaan

Tahap ini diawali dengan observasi dan wawancara kepada pemilik UMKM Dimsum Ratu Yummy untuk mengidentifikasi kondisi usaha, permasalahan yang dihadapi, serta kebutuhan terkait branding produk. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa UMKM belum memiliki logo sebagai identitas visual usaha.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada tanggal 6 April 2026 di lokasi usaha UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima. Kegiatan meliputi:

- a. Penyampaian materi mengenai branding dan pentingnya logo bagi UMKM.
- b. Pengenalan aplikasi Canva sebagai media desain yang mudah digunakan.
- c. Praktik pembuatan logo mulai dari pemilihan template, warna, tipografi, hingga finalisasi desain.
- d. Pendampingan secara langsung kepada mitra dalam proses penyusunan desain logo.

3. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelatihan. Evaluasi difokuskan pada peningkatan pemahaman branding, kemampuan menggunakan Canva, serta keberhasilan menghasilkan logo usaha.

Tabel 1. Masalahan, Solusi dan Metode Pemecahan Masalah

no	Masalah	Solusi	Luaran
1	Belum memiliki logo usaha	Pelatihan desain logo	Logo UMKM
2	Kurangnya pemahaman branding	Penyampaian materi branding	Peningkatan pemahaman
3	Belum ada identitas visual produk	Pendampingan pembuatan logo	Identitas visual usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan berlangsung dengan baik dan mendapatkan respons positif dari pelaku UMKM. Sebelum kegiatan dilaksanakan, UMKM Dimsum Ratu Yummy belum memiliki logo sebagai identitas visual usaha. Kondisi tersebut menyebabkan produk belum memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk sejenis.

Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha mampu memahami pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Peserta juga memperoleh pengetahuan mengenai unsur-unsur desain logo seperti warna, bentuk, tipografi, dan makna visual yang dapat digunakan untuk memperkuat identitas produk.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta berhasil membuat logo yang sesuai dengan karakteristik usaha. Logo yang dihasilkan menampilkan identitas usaha secara lebih profesional dan dapat digunakan pada kemasan produk maupun media promosi digital.

Table 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

Indikator	Sebelum	Sesudah
Kepemilikan logo	Tidak ada	Ada
Pemahaman branding	Rendah	Baik
Kemampuan menggunakan canva	Belum mampu	Mampu
Identitas visual produk	Belum tersedia	Tersedia

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh indikator yang diamati. Temuan ini sejalan dengan Endra et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan Canva mampu meningkatkan kemampuan desain pelaku UMKM. Selain itu, hasil kegiatan juga mendukung temuan Nourma Ulva et al. (2023) bahwa logo yang sesuai dengan karakter produk dapat memperkuat branding dan meningkatkan daya tarik usaha.



Penyampaian materi



Praktik canva

Gambar 1. Pelaksanaan pelatihan desain logo menggunakan aplikasi Canva pada UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima.



Pendampingan



Logo akhir

Gambar 2. Pendampingan pembuatan logo dan hasil akhir logo UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima.

Keberadaan logo baru memberikan manfaat dalam memperkuat identitas usaha sehingga produk menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen. Selain itu, pelaku usaha memperoleh keterampilan baru yang dapat dimanfaatkan untuk membuat berbagai media promosi secara mandiri menggunakan Canva.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan desain logo menggunakan Canva pada UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam menciptakan identitas visual usaha. Sebelum kegiatan dilaksanakan, UMKM belum memiliki logo sebagai identitas usaha. Setelah pelatihan, pelaku usaha berhasil menghasilkan logo yang sesuai dengan karakteristik produk dan dapat digunakan sebagai media branding.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman branding, kemampuan menggunakan Canva, serta tersedianya identitas visual usaha yang sebelumnya belum dimiliki. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan desain logo dapat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mendukung penguatan branding dan daya saing UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik UMKM Dimsum Ratu Yummy Kota Bima yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. Morgan James Publishing.
- Canva. (2025). *Canva Design Platform*. <https://www.canva.com/>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, A., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan design dengan Canva untuk UMKM sebagai sarana promosi produk di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i1.54>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nourma Ulva, K. D., Rizki, M. F., & Nuraini, S. U. (2023). Pendampingan pembuatan NIB dan logo kemasan sebagai upaya optimalisasi pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 817–822. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.171>
- Priyanto, A., dkk. (2025). Pelatihan desain promosi produk untuk pengembangan UMKM Kelapa Kopyor di Desa Bakalan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/37560>
- Rangkuti, F. (2018). *The Power of Brands*. Gramedia Pustaka Utama.

-
- Sholeh, M., Suraya, & Rachmawati, R. Y. (2023). Penggunaan aplikasi Canva sebagai desain konten promosi bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Solihah, S., & Zakiah, N. E. (2022). Pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk UMKM makanan khas daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1041–1050. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8099>
- Souisa, W., Lussy, K., Pandu, I., & Nahuway, V. F. (2023). Pengabdian kepada masyarakat workshop Canva: Meningkatkan kualitas pemasaran produk lokal UMKM di Piru, Kabupaten Seram Bagian Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat JAMAK*, 6(2). <https://doi.org/10.31959/jpmj.v6i2.3278>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Zaman, B., Pungkasanti, P. T., & Handayani, S. (2022). Peningkatan kemampuan pembuatan materi iklan produk UMKM Desa Truko Kendal menggunakan Canva. *Jurnal Tematik*.
- Rahadi, D. R., & Abdillah, L. A. (2013). The utilization of social networking as promotion media (Case study: Handicraft business in Palembang). *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/1312.3532>