

Implementasi Pendidikan Kecakapan Hidup Berbasis Digital melalui Pelatihan Desain Logo Produk dan Branding Produk UMKM Bagi Ibu-ibu di Desa Panca Mukti

Nia Ulfasari*, Wiwin Yunita, Putri Ramadhani

Universitas Bengkulu
*nulfasari@unib.ac.id

Abstrak. Pendidikan Kecakapan Hidup (PKH) berbasis digital menjadi pendekatan strategis untuk memberdayakan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Panca Mukti, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu dalam menciptakan identitas visual produk melalui pelatihan desain logo dan kemasan menggunakan aplikasi Canva. Metode pelaksanaan meliputi demonstrasi, *learning by doing*, dan *coaching* untuk memastikan pemahaman dan keterampilan praktis peserta. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan peserta untuk mendesain logo yang mencerminkan karakter produk dan kemasan yang menarik serta profesional. Peserta juga mengalami peningkatan kesadaran akan pentingnya branding sebagai strategi pemasaran. Evaluasi program mengungkap bahwa pelatihan ini sangat aplikatif dan bermanfaat, meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk. Disimpulkan bahwa implementasi PKH berbasis digital dengan metode partisipatif efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Untuk keberlanjutan, diperlukan pelatihan lanjutan dan pendampingan berkelanjutan dalam aspek pemasaran digital dan pengelolaan usaha.

Kata kunci: Pendidikan Kecakapan Hidup, UMKM, Branding, Desain Logo, Canva, Pemberdayaan Masyarakat

Abstract. Digital-based Life Skills Education is a strategic approach to empower MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in facing the challenges of the digital economy. This community service program aimed to enhance the skills of women MSME actors in Panca Mukti, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu Village in creating product visual identity through training on logo and packaging design using the Canva application. The implementation methods included demonstration, *learning by doing*, and *coaching* to ensure participants' understanding and practical skills. The training results showed a significant improvement in participants' ability to design logos that reflected their product's character and create attractive, professional packaging. Participants also developed a greater awareness of the importance of branding as a marketing strategy. Program evaluation revealed that the training was highly applicable and beneficial, boosting participants' confidence in marketing their products. It is concluded that the implementation of digital-based life skills education with participatory methods is effective in enhancing the competitiveness of MSMEs. For sustainability, further training and continuous mentoring in digital marketing and business management are recommended.

Keywords: Life Skills Education, MSMEs, Branding, Logo Design, Canva, Community Empowerment

To cite this article: Ulfasari, N., Yunita, W., Ramadhani, P. 2025. Implementasi Pendidikan Kecakapan Hidup Berbasis Digital melalui Pelatihan Desain Logo Produk dan Branding Produk UMKM Bagi Ibu-ibu di Desa Panca Mukti. *Unri Conference Series: Community Engagement* 7: 337-341 <https://doi.org/10.31258/unricsce.7.337-341>

© 2025 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2025

PENDAHULUAN

Pendidikan kecakapan hidup (PKH) merupakan pendekatan pendidikan yang bertujuan membekali individu dengan kemampuan praktis untuk menghadapi tantangan kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi (Lutfiansyah, 2009). Di tengah berkembang teknologi digital, pelaku UMKM di desa perlu diberikan keterampilan baru seperti branding visual menggunakan digital salah satunya aplikasi desain yang sederhana. Salah satu tantangan yang dihadapi pelaku UMKM adalah minimnya identitas visual produk yang menarik. Sebab pada zaman perkembangan teknologi yang sudah semakin canggih, para pelaku UMKM bersaing untuk dapat mempromosikan produk yang ada. Salah satunya dengan cara memiliki identitas tersendiri dari produk maupun UMKM tersebut.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental dan penggerak utama perekonomian Indonesia. Kontribusinya sangat signifikan, mulai dari penyerapan tenaga kerja terbesar, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), hingga menjadi penopang ketahanan ekonomi nasional, terutama dalam menghadapi berbagai guncangan ekonomi. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai puluhan juta, yang membuktikan bahwa sektor ini adalah representasi nyata dari denyut nadi perekonomian rakyat. UMKM dapat meningkatkan penjualan dan menyebarkan berita tentang produk mereka dengan *brand* atau merek dagangan mereka. Branding UMKM ini dapat meningkatkan pangsa pasar dan didukung oleh teknologi yang semakin canggih. Selain mendorong penjualan dan membuat produk lebih dikenal oleh khalayak umum, branding juga memiliki keunggulan tambahan. Salah satu sektor ekonomi Indonesia yang berkembang pesat. Logo, nama, istilah, desain, tanda, atau campuran yang ditentukan dan dimaksudkan digunakan dalam branding untuk menciptakan identitas (Ainun et al., 2023).

Melalui program pengabdian kepada masyarakat ini, tim dari program studi pendidikan nonformal menyelenggarakan pelatihan desain logo menggunakan aplikasi sederhana agar pengemasan produk UMKM lebih menarik dan memiliki nilai jual yang tinggi. Namun, di balik peran strategisnya, UMKM Indonesia masih menghadapi segudang tantangan multidimensi yang menghambat pertumbuhan dan daya saingnya. Tantangan klasik seperti permodalan yang terbatas, manajemen usaha yang masih tradisional, dan akses pasar yang sempit masih menjadi momok. Di era ekonomi digital saat ini, tantangan tersebut semakin kompleks dengan hadirnya revolusi industri 4.0 dan tuntutan beradaptasi dengan transformasi digital. Banyak UMKM yang kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru, mengoptimalkan pemasaran digital (*e-commerce*, media sosial), mengelola data, serta meningkatkan efisiensi proses produksi. Akibatnya, banyak UMKM terjebak dalam skala usaha yang stagnan dan rentan terhadap persaingan global.

Di sinilah perguruan tinggi hadir sebagai *agent of change* dan mitra strategis yang potensial. Sebagai institusi yang menjadi gudangnya Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), perguruan tinggi memiliki tanggung jawab moral dan konstitusional untuk menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam hal pengembangan dan penerapan ilmu bagi kemajuan masyarakat. Sumber daya yang dimiliki perguruan tinggi, seperti para akademisi, peneliti, laboratorium, inovasi, dan hasil penelitian, merupakan aset berharga yang belum dimanfaatkan secara optimal untuk memberdayakan UMKM.

Kontribusi perguruan tinggi dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk. Pertama, melalui pendampingan dan pelatihan dalam aspek manajemen modern, keuangan, dan strategi pemasaran. Kedua, dengan mentransfer dan mengimplementasikan teknologi tepat guna untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk, seperti automasi proses, pengemasan dan standarisasi. Ketiga, memfasilitasi riset terapan untuk mengembangkan produk baru atau meningkatkan nilai tambah produk UMKM lokal. Keempat, menghubungkan UMKM dengan ekosistem startup dan teknologi digital, termasuk pembuatan website, optimasi *e-commerce*, dan penggunaan data analytics.

Oleh karena itu, upaya membangun UMKM tangguh tidak lagi dapat hanya mengandalkan pendekatan konvensional. Diperlukan sebuah terobosan yang memadukan ketangguhan wirausaha UMKM dengan kekuatan inovasi dari dunia akademik. Sinergi yang erat antara UMKM dan perguruan tinggi diyakini dapat menciptakan lompatan kemajuan yang signifikan. UMKM akan menjadi lebih resilient, adaptif, berdaya saing tinggi, dan siap menghadapi tantangan zaman. Atas dasar inilah, pengabdian atau program dengan judul "Implementasi Pendidikan Kecakapan Hidup Berbasis Digital melalui Pelatihan Desain Logo Produk dan Branding Produk UMKM Bagi Ibu-ibu di Desa Panca Mukti, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu" dilaksanakan.

METODE PENERAPAN

Metode yang digunakan dalam pelatihan terdiri dari: 1). Demonstrasi, adalah metode mengajar melalui peragaan barang, kejadian, aturan, dan urutan melakukan suatu kegiatan baik secara langsung maupun melalui penggunaan media pengajaran yang relevan dengan pokok bahasan atau materi yang sedang disajikan (Ubaedillah et al., 2020). Disini instruktur memperlihatkan langsung cara menggunakan Canva untuk membuat logo produk tersebut. 2).

Learning by doing adalah suatu pendekatan pembelajaran yang menekankan kepada peserta pelatihan untuk terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, agar dapat menumbuhkan kemampuan belajar aktif pada diri peserta pelatihan dan menggali potensi peserta pelatihan untuk sama-sama berkembang dalam segi pengetahuan, keterampilan, pengalaman, serta sikap (Kartikaet al., 2023). Peserta langsung mempraktikkan pembuatan logo menggunakan smartphone masing-masing. 3). Coaching adalah hubungan profesional antara coach yang berkualitas dengan individu atau kelompok guna mendukung pencapaian hasil yang luar biasa berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan oleh individu atau kelompok tersebut (Helmi, 2021).

Pendampingan dilakukan secara individual dan kelompok agar peserta mendapatkan arahan dan umpan balik secara langsung. Selain itu, peserta diberikan modul singkat serta panduan visual agar pelatihan tetap bisa dilanjutkan secara mandiri. Ibu-Ibu yang menjadi peserta berjumlah 15 orang dengan usaha rumahan yang berbeda. Adapun ketercapaian dari pelatihan ini ialah diharapkan ibu-ibu yang sebelumnya belum memiliki logo, dengan kegiatan pelatihan ini ibu-ibu mendapatkan sebuah logo dan tentunya ilmu terkait cara pembuatan logo dan branding untuk target pemasaran. Produk-produk yang dibuatkan logo untuk brandingnya yakni: keripik ubi, tape ubi, rempeyek kacang, kain ecoprint, putu ayu, risol ayam, nasi box, kerupuk rengginang, kue ladu, perut punai, cireng isian, kain batik khas Bengkulu tengah, kue cucur, kue tart, dan opak.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Pelatihan desain logo digital menggunakan aplikasi sederhana salah satunya canva dan pengemasan produk di Desa Panca Mukti, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu memberikan hasil yang sangat positif dan berdampak nyata terhadap keterampilan ibu-ibu pelaku UMKM. Kegiatan ini tidak hanya mentransfer pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kesadaran peserta tentang pentingnya identitas visual produk sebagai bagian dari strategi pemasaran. Pelatihan ini menggabungkan dua aspek penting dalam branding produk, yaitu desain logo dan desain kemasan, yang kedua memiliki peran vital dalam membangun identitas produk dan menarik minat konsumen.

a. Peningkatan Keterampilan Desain Logo.

Tahap awal pelatihan difokuskan pada pengenalan konsep branding melalui pembuatan logo produk. Sebagian besar peserta mengaku belum pernah membuat logo sebelumnya, dan produk-produk UMKM yang mereka hasilkan umumnya hanya dikemas secara sederhana tanpa identitas visual. Melalui pendekatan demonstrasi, peserta ditunjukkan cara menggunakan aplikasi canva secara langsung. Peserta pelatihan diperkenalkan pada fitur-fitur dasar, seperti penggunaan template, modifikasi teks, pemilihan warna, dan penambahan elemen visual.

Setelah itu dilakukan praktik mandiri (*Learning by doing*) dimana peserta pelatihan mencoba membuat logo untuk produk masing-masing. Proses ini membangkitkan kreativitas mereka, karena mereka mulai berpikir mengenai citra produk dan pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen. Beberapa peserta menunjukkan hasil yang baik, seperti logo keripik pisang dengan warna cerah dan ikon pisang, serta logo sambal botolan dengan konsep pedas dan tradisional.

Selama proses coaching, peserta diberikan umpan balik terkait komposisi warna, konsistensi tipografi, dan kesesuaian ikon dengan karakter produk. Logo yang dihasilkan kemudian disimpan dalam format digital dan disiapkan untuk dicetak dalam bentuk sticker untuk kemasan produk.

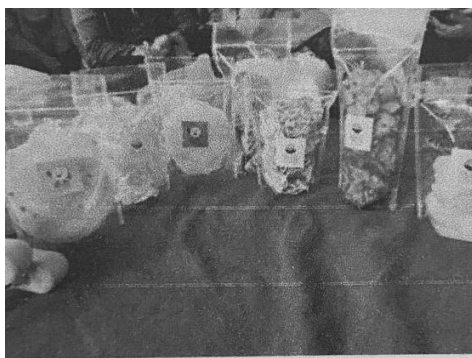
b. Peningkatan Keterampilan Desain Kemasan Produk

Selain logo, pelatihan juga mencakup pembuatan kemasan produk yang menarik dan fungsional. Pada sesi ini, peserta diajak memahami pentingnya kemasan sebagai pelindung, pemberi informasi, dan penarik perhatian konsumen. Peserta diperlihatkan berbagai contoh kemasan produk UMKM modern, lalu diajarkan cara memilih jenis kemasan yang sesuai (standing pouch, dan lainnya) (Maesaroh et al., 2023).

Peserta pelatihan juga belajar bagaimana menempatkan logo, nama produk, dengan layout yang baik. Peserta kemudian diberi pelatihan mendesain label kemasan menggunakan canva dan mencetaknya pada sticker sederhana. Dengan dipadukan dengan logo yang peserta buat sebelumnya, hasil akhir menunjukkan peningkatan estetika produk secara keseluruhan (Khaerudin et al., 2024)

Praktik ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa kemasan bukan sekedar pembungkus, tetapi bagian dari strategi pemasaran visual. Seorang peserta memberikan contoh dengan mengubah kemasan keripik dari plastik bening biasa menjadi standing pouch berlabel dengan logo, komposisi, dan informasi kontak. Hal ini menunjukkan kesadaran baru bahwa tampilan produk sangat mempengaruhi persepsi konsumen (Ramadhan et al., 2023). Salah satu hasil dari pelatihan tersebut seperti gambar di bawah ini, yakni pemberian logo untuk membantu pemasaran produk. Hal ini merupakan salah satu branding produk.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan signifikan dalam hal keterampilan digital, pemahaman akan pentingnya branding, dan kesadaran terhadap estetika visual sebagai bagian dari strategi pemasaran. Peserta juga lebih percaya diri untuk memasarkan produk, baik secara offline maupun melalui media sosial. Sebagian peserta bahkan mulai mengintegrasikan hasil desain ke dalam kemasan dan memperoduksinya dalam jumlah kecil untuk dijual ke pasar lokal. Keberhasilan pelatihan ini menegaskan bahwa teknologi yang sederhana seperti canva dapat menjadi alat pemberdayaan yang efektif, jika dikombinasikan dengan metode pembelajaran yang kontekstual dan partisipatif. Pendidikan kecakapan hidup berbasis digital tidak hanya mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia desa, tetapi juga membuka jalan bagi pertumbuhan ekonomi lokal berbasis kreativitas dan inovasi.



Gambar 1. hasil desain logo di setiap masing-masing produk

Dampak dan Evaluasi Pelatihan

Evaluasi pelatihan dilakukan melalui observasi langsung, diskusi kelompok, dan refleksi peserta. Semua peserta menyatakan bahwa pelatihan sangat bermanfaat dan aplikatif. Peserta merasa lebih percaya diri untuk mengembangkan produknya secara mandiri. Hasil karya peserta juga menunjukkan peningkatan yang signifikan dari segi profesionalisme tampilan produk.

Pelatihan ini memperkuat bahwa pendidikan kecakapan hidup yang dikombinasikan dengan media digital mampu meningkatkan daya saing pelaku UMKM., terutama jika pelatihan dilakukan secara praktis dan kontekstual (Mega & Sugiyarti, 2021). Canva adalah salah satu platform yang efektif untuk pemberdayaan masyarakat karena kemudahan penggunaannya dan hasil yang memuaskan (Fitriyadi et al., 2024). Secara umum metode demonstrasi, *learning by doing*, dan *coaching* efektif dalam membimbing peserta dari nol hingga mampu menghasilkan karya desain visual dan kemasan yang siap digunakan. Lebih jauh, kegiatan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis tetapi juga membangun kesadaran tentang pentingnya *branding* sebagai kunci keberhasilan dalam pemasaran produk UMKM.

KESIMPULAN

Pelatihan desain logo dan pengemasan produk UMKM berbasis digital di Desa Panca Mukti, Kabupaten Bengkulu Tengah, Provinsi Bengkulu merupakan bentuk nyata implementasi pendidikan kecakapan hidup yang aplikatif, relevan, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini tidak hanya memberikan transfer pengetahuan secara teoritis, tetapi juga membekali peserta khususnya ibu-ibu pelaku UMKM dengan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam usaha mereka sehari-hari. Melalui metode demonstrasi, *learning by doing*, dan *coaching* peserta berhasil memahami dan mempraktikkan pembuatan desain logo menggunakan aplikasi canva, serta mengembangkan kemasan produk yang lebih menarik, fungsional, dan memiliki nilai jual yang tinggi. Logo yang dihasilkan oleh peserta mencerminkan karakter produk mereka, sedangkan kemasan yang dibuat memperkuat identitas merek dan menjadikan produk tampak lebih profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & A, Wahida. 2023. Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 6(1),674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Fitriyadi, F., Indriastiningsih, E., & Anwar, A. 2024. Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Gentan Bulu Dalam Menyusun Konten Digital Melalui Pelatihan Canva. *Jurnal Budimas*, 6(2), 1-7.
- Helmi, A. 2021. Efektifitas Metode Coaching Dalam Pendidikan Dan Pelatihan Kepemimpinan Tingkat IV Angkatan II Dan III Di Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur. *Jurnal Aparatur*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.52596/ja.v3i1.31>

- Kartika, M., Khoiri, N., Sibuea, N. A., & Rozi, F. 2021. Learning By Doing, Training And Life Skills. MUDABBIR Journal Reserch and Education Studies, 1(2), 91–103.
- Khaerudin, M., H, A. A., & Achmad, H. 2024. Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk Umkm Dengan Menggunakan Aplikasi Canva Di Desa Wanajaya Cibitung. 3(1), 1–6.
- Lutfiansyah, D.Y. 2009. “Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills) Dalam Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga (Pekka) Untuk Peningkatan Pendapatan Dan Kemandirian Berwirausaha.” Jurnal Pendidikan Luar Sekolah 4(2).
- Maesaroh, S., Fauzi, W. M., Sumiarsih, m., & yanti, y. 2023. Pelatihan desain kemasan produk menggunakan canva bagi ikatan pemuda pemudi kampung babakan cihaur. Kreatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains dan Teknologi, 1(1), 13–18. <https://doi.org/10.35706/kreatif.v1i1.8632>
- Ramdhan, W. 2023. Pelatihan Desain Kemasan Produk Menggunakan Aplikasi. Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal 412 417.
- Ubaedillah, U., Pratiwi, D. I., Mukson, M., Masrikhiyah, R., & Nurpratiwiningsih, L. 2020. Pelatihan Wawancara Kerja Dalam Bahasa Inggris Bagi Siswa SMK Menggunakan Metode Demonstrasi. JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS, 1(01).