

## PELATIHAN MENGGALI IDE BISNIS DAN DESAIN LOGO PRODUK AGAR DAPAT BERSAING DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 BAGI MASYARAKAT DESA PANTAI SEDERHANA PROVINSI JAWA BARAT

Siti Sahara<sup>1</sup>, Sylvira Ananda Azwar<sup>2</sup>, Nur Hamida Rakhmah<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim, Universitas Negeri Jakarta

Email : [sitisahara@unj.ac.id](mailto:sitisahara@unj.ac.id)

### Abstrak

Mata pencaharian masyarakat Kecamatan Muara Gembong pada umumnya adalah di sektor perikanan, terutama pertambakan dan penangkapan (nelayan). Layaknya masyarakat di Kecamatan Muara Gembong, mata pencaharian masyarakat di desa Pantai Sederhana terletak pada sektor perikanan. Berdasarkan observasi secara umum, sumber pendapatan sebagian adalah sebagai nelayan, karena masyarakat Kecamatan Muara Gembong telah menggantungkan hidupnya pada sektor perikanan yang terdiri dari nelayan, buruh nelayan, penjual ikan dan lainnya. Pendapatan yang di raih dari sumber sektor perikanan tak pernah menentu setiap harinya, karena pendapatan mereka di tentukan oleh cuaca, ombak dan atau air pasang surutnya laut. Kondisi lingkungan pemukiman masyarakat pesisir, khususnya nelayan masih belum tertata dengan baik dan terkesan kumuh. Kondisi sosial ekonomi masyarakat yang relatif berada dalam tingkat kesejahteraan rendah, maka dalam jangka panjang tekanan terhadap sumber daya pada sektor perikanan akan semakin besar guna pemenuhan kebutuhan pokoknya. Sehingga diperlukan ide kreatif bagi masyarakat untuk dapat mengelola hasil perikanan dengan baik agar menjadi nilai tambah perekonomian mereka. Berdasarkan hasil observasi ditemukan: (1) Sebesar 70% masyarakat di wilayah Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi berada dalam tingkat kesejahteraan ekonomi rendah; (2) Sebesar 70% masyarakat di wilayah Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi sulit menjual sumber daya perikanan di lingkungannya; (3) Sebesar 70% UMKM di wilayah Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi kesulitan dalam mengembangkan produknya. Untuk itulah, perlunya diadakan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pelatihan Menggali Ide Bisnis dan Desain Logo Produk Agar Dapat Bersaing di Era Revolusi Industri 4.0 Bagi Masyarakat Desa Pantai Sederhana Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat.

**Kata kunci:** UMKM, Ide Bisnis, Logo Produk

### 1. PENDAHULUAN

Ikan juga merupakan bagian penting dari makanan diet di seluruh dunia, terhitung lebih dari 20% protein hewani (HLPE, 2014). Saat ini konsumsi manusia akan makanan laut sudah 44% lebih tinggi dibandingkan dengan konsumsi jenis makanan lainnya dan diperkirakan akan terus meningkat dalam sepuluh tahun ke depan (Muhammad, Kumar, Cianca, & Lindgren, 2018). Konsumsi makanan laut seperti ikan, udang, dan kerang tinggi akan vitamin, mineral, asam lemak, dan protein berkualitas tinggi (Belton, Bush, & Little, 2018). Oleh karena itu, konsumsi makanan laut sangat penting bagi suatu negara, baik secara financial maupun nutrisi.

Setelah China dan Jepang (Guillen et al., 2019), Indonesia merupakan produsen seafood terbesar kedua di dunia dan konsumen seafood terbesar ketiga (Henriksson et al., 2019). Selain itu Indonesia merupakan negara pengekspor udang terbesar keempat, selah tertinggal dari India, Ekuador, dan Argentina. Meskipun demikian, konsumsi domestik menyumbang lebih dari 80% perikanan tangkap dan 95% produksi akuakultur di Indonesia (Belton et al., 2018). Padahal perdagangan makanan laut dunia terdiri dari sepuluh perdagangan terbesar selain kopi, gabungan karet, kakao, teh, tembakau, daging, beras, dan lainnya (Anna Maria Pappalardo, Agnese Petraccioli, 2019).

Kecamatan Muara Gembong merupakan salah satu kecamatan yang terdapat Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat Indonesia. Kecamatan Muara Gembong merupakan kecamatan yang paling luas di Kabupaten Bekasi dengan luas 14.009 ha atau 11% dari luas Kabupaten Bekasi (Pemprov Jabar, 2017). Kecamatan Muara Gembong berjarak sekitar 100 km dari Kota Cikarang, Kabupaten Bekasi, sedangkan

jarak ke Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat sekitar 225 km (Jamil, 2007:54). Jarak desa yang terdekat dengan Ibukota Kabupaten Bekasi adalah Desa Pantai Harapan Jaya dengan jarak sekitar 60,0 km, sedangkan jarak terjauh adalah Desa Pantai Bahagia yang berjarak sekitar 80,0 km dari Ibukota Kabupaten Bekasi. Kecamatan Muara Gembong terdiri dari enam desa, yakni Jayasakti, Pantai Mekar, Pantai Sederhana, Pantai Bahagia, Pantai Bakti, dan Pantai Harapan Jaya. Kawasan pemukiman penduduk pinggir laut dengan luas lahan keseluruhan 14.009 hektar tersebut didominasi oleh lahan perairan. Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi, berada sangat jauh dari hiruk pikuk kota Bekasi dikelilingi oleh lahan perairan laut Jawa yang luas dan terhimpit di antara Jakarta Utara dengan Kabupaten Karawang.

Secara topografi, Kecamatan Muara Gembong mempunyai topografi datar, yang sebagian besar wilayahnya memiliki elevasi 0-5<sup>0</sup> dan ketinggian dari permukaan laut  $\pm$  0,74 m. Kecamatan Muara Gembong dilintasi oleh sungai Citarum dengan 4 (empat) anak sungai yang bermuara ke laut Jawa. seluas  $\pm$  2,57% dari total luas wilayah Kecamatan Muara Gembong. Karakteristik sungai dan laut berwarna keruh atau kecoklatan terutama pada musim hujan. Suhu udara berkisar antara 29<sup>0</sup>C–34<sup>0</sup>C dengan suhu rata-rata 32<sup>0</sup> C dengan kelembaban 77–99%. Curah hujan rata-rata 1.697 mm dengan curah hujan terbanyak pada bulan Januari-Februari.

Mata pencaharian masyarakat Kecamatan Muara Gembong pada umumnya adalah di sector perikanan, terutama pertambakan dan penangkapan (nelayan) atau menangkap kepiting dan udang untuk dijual ke pusat perikanan seperti Ancol, Cilincing dan Muara Angke. Sisanya bekerja sebagai lahan pertanian. Tambak perikanan mencakup lahan seluas 10.125 ha, lahan kritis di Kecamatan Muara Gembong telah diolah dengan budi daya pertanian seluas 512 ha. Desa Pantai Sederhana merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Muara Gembong. Pantai Sederhana mempunyai wilayah seluas 1.244 ha, terdiri dari tambak ikan dan udang seluas 850 ha, sawah seluas 45 ha, dan sisanya pemukiman penduduk. Layaknya masyarakat di Kecamatan Muara Gembong, mata pencaharian masyarakat di desa Pantai Sederhana terletak pada sector perikanan. Berdasarkan observasi secara umum, sumber pendapatan sebagian besar masyarakat Kecamatan Muara Gembong adalah sebagai nelayan, karena masyarakat Kecamatan Muara Gembong telah menggantungkan hidupnya pada sector perikanan yang terdiri dari nelayan, buruh nelayan, penjual ikan dan lainnya. Pendapatan yang di raih dari sumber sector perikanan tak pernah menentu setiap harinya, karena pendapatan mereka di tentukan oleh cuaca, ombak dan atau air pasang surutnya laut. Kondisi lingkungan pemukiman masyarakat pesisir, khususnya nelayan masih belum tertata dengan baik dan terkesan kumuh. Kondisi sosial ekonomi masyarakat yang relatif berada dalam tingkat kesejahteraan rendah, maka dalam jangka panjang tekanan terhadap sumber daya pada sector perikanan akan semakin besar guna pemenuhan kebutuhan pokoknya. Sehingga diperlukan ide kreatif bagi masyarakat untuk dapat mengelola hasil perikanan dengan baik agar menjadi nilai tambah perekonomian mereka.

Kemajuan revolusi industry terus berlanjut. Selama air dan uap digunakan untuk mekanisasi industri selama revolusi industri 1.0. Revolusi industri 2.0 berkembang menjadi pemanfaatan listrik dalam produksi massal. Elektronik dan teknologi informasi digunakan untuk mengotomatisasi produksi selama revolusi industry 3.0. Revolusi industri 4.0 telah tumbuh jauh lebih cepat daripada revolusi industri 3.0, dengan perkembangan teknis baru yang mengungkap batas antara dunia fisik, digital, dan biologis. Revolusi industri 4.0 yang terjadi pada tahun 2010-an melalui rekayasa intelijen dan 'internet of things' berfungsi sebagai tulang punggung mobilitas dan komunikasi manusia-mesin (Shwab, K., 2016). Munculnya kecerdasan buatan, robot, internet, mobil otonom, bio dan nanoteknologi, pencetakan 3-D, ilmu material, pemindaian, dan penyimpanan energi mendorong revolusi ini (Diwan, 2017). Jika ingin bersaing di era revolusi 4.0, Indonesia harus segera memperkuat kompetensi dan keterampilan sumber daya manusianya untuk mencapai daya saing dan produksi yang tinggi (Syamsuar, 2018).

Revolusi model bisnis di Era Industri 4.0 memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat. Pada era ini para konsumen tidak pernah merasa puas dengan kebutuhannya sehingga para masyarakat Kecamatan Muara Gembong dapat berupaya secara terus menerus melakukan inovasi terkait sumber daya perikanan yang ada di lingkungannya. Lebih dari itu di era Industri 4.0, konsumen tidak hanya terlihat sebatas pengguna produk tetapi melihat konsumen dari multi dimensinya sebagai manusia sehingga konsumen akan memilih produk yang memuaskan keinginannya untuk

berpartisipasi, berkreasi, komunitas dan idealisme. Oleh karena itu, masyarakat perlu menggali ide bisnis dan logo produk yang menarik para konsumen agar dapat bersaing di era revolusi industri 4.0.

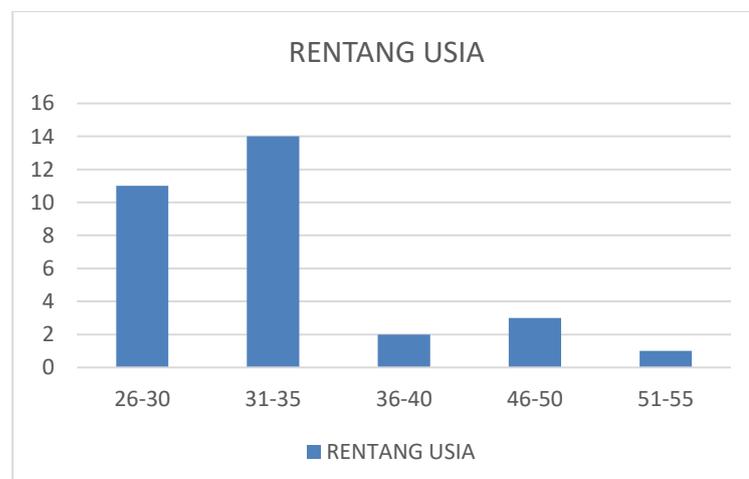
## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 18 Juli 2023 di sekolah mitra SMK Yapinuh Desa Pantai Sederhana Kecamatan Muara Gembong Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat. Pelatihan diawali dengan pemberian *pre-test* mengenai materi yang akan dijabarkan. Dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang pelatihan menggali ide bisnis dan desain logo produk agar dapat bersaing di era revolusi industri 4.0 yang terdiri dari beberapa pokok bahasan. Pokok pembahasan pertama mengenai tentang kemajuan era industri, cara menjadi kaya, wirausaha pemula, factor yang mendukung seseorang menjadi seorang wirausaha, dan cara sederhana menemukan ide bisnis. Pokok pembahasan kedua adalah 4 cara menilai sebuah ide peluang bisnis, logo, ciri logo yang baik, klasifikasi logo, serta tahapan membuat logo. Setelah pemaparan, pemateri dan peserta mengadakan tanya jawab yang diakhiri dengan *post-test* untuk mengetahui peningkatan pengetahuan tentang materi yang telah dijabarkan. Pelatihan ini dilaksanakan berdasarkan kebutuhan masyarakat di Desa Pantai Sederhana Kabupaten Bekasi khususnya di daerah Muara Gembong dalam mengembangkan keterampilan untuk menggali ide bisnis dan desain produk di era industry 4.0 ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

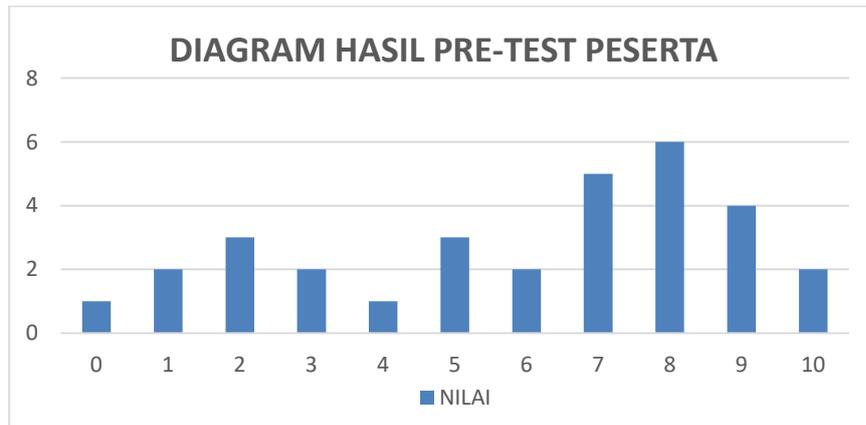
Kegiatan P2M ini dibagi menjadi tiga tahap, yaitu: tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Pada tahap persiapan, kegiatan P2M telah direncanakan dari bulan Februari sampai minggu keempat bulan Maret 2023. Tim P2M merumuskan masalah yang terjadi pada masyarakat di daerah Pantai Sederhana, Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Setelah permasalahan ditemukan, maka selanjutnya disusun proposal untuk diajukan ke LPPM UNJ melalui SIPP (Sistem Informasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) LPPM UNJ.

Setelah melalui proses review internal, maka pada minggu ke dua April diumumkan bahwa tim ini termasuk dalam penerima hibah kegiatan P2M Fakultas. Oleh karena itu langkah selanjutnya adalah berkoordinasi dengan mitra, dalam hal ini SMK Yapinuh yang akan menjadi tuan rumah pelaksanaan kegiatan. Kepala Sekolah SMK Yapinuh dan para guru di wilayah daerah Pantai Sederhana, Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat sangat menyambut baik hal ini. Pelaksanaan kegiatan P2M disepakati waktu pelaksanaan pada minggu kedua bulan Juli 2023, tepatnya pada tanggal 18 Juli 2023. Waktu yang panjang menuju pelaksanaan kegiatan dimanfaatkan untuk mempersiapkan acara, mulai dari: mencari literasi terkait materi pelatihan, pembagian tugas panitia, serta persiapan administrasi yang dibutuhkan. Total peserta yang mendaftar dan yang hadir dalam pelatihan sebanyak 31 peserta. Berikut diagram karakteristik peserta berdasarkan usia dan jenis pekerjaannya:



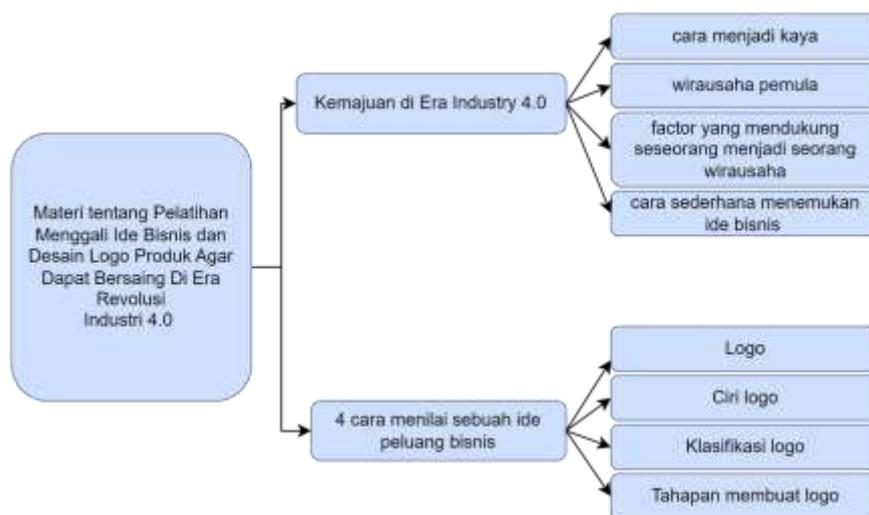
Gambar 1. Diagram Karakteristik Peserta Berdasarkan Usia

Pembukaan diawali oleh sambutan oleh KoorProdi Sarjana Terapan Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim Fakultas Teknik, Bapak Vivian Karim Ladesi, S.T., M.T. yang dilanjutkan dengan sambutan oleh Kepala Sekolah SMK Yapinuh, yaitu Bapak Saepudin, S.Pd.I. Selama sesi acara sambutan, para peserta melakukan pengisian absen dan *pre-test* yang terdiri dari 10 soal berupa pilihan ganda berkaitan dengan materi yang akan dijabarkan. Nilai rata-rata peserta pada *pre-test* sebesar 5,60. Berikut hasil *pre-test* para peserta sebelum dilakukannya pemaparan materi tentang pelatihan menggali ide bisnis dan desain logo di era revolusi industri 4.0.



Gambar 2. Diagram Hasil *Pre-Test* Para Peserta

Materi tentang Pelatihan Menggali Ide Bisnis dan Desain Logo Produk Agar Dapat Bersaing di Era Revolusi Industri 4.0 terdiri dari penjabaran mengenai kemajuan era industri, cara menjadi kaya, wirausaha pemula, faktor yang mendukung seseorang menjadi seorang wirausaha, cara sederhana menemukan ide bisnis, sumber ide bisnis, 4 cara menilai sebuah ide merupakan peluang bisnis, logo, ciri logo yang baik, klasifikasi logo, serta tahapan membuat logo. Adapun topik pembahasannya, adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Topik Pembahasan Menggali Ide Bisnis dan Desain Logo di Era Revolusi Industri 4.0

Perguruan tinggi berusaha untuk meningkatkan keterampilan sumber daya manusia melalui pengajaran dan penelitian ilmiah (Malmqvist, Edström, & Hugo, 2017). Karena UMKM memiliki kapasitas dan kemampuan untuk memengaruhi pertumbuhan ekonomi, tingkat kemiskinan, dan praktik

ketenagakerjaan, pelatihan dalam meneliti konsep perusahaan dan desain logo produk ini bermaksud untuk memberi manfaat bagi perekonomian Indonesia (Ainun, Maming, & Wahida, 2023). Melalui pelatihan dan pengabdian kepada masyarakat, Perguruan Tinggi berperan dalam mempersiapkan sumber daya manusia untuk memajukan perekonomian dan kesejahteraan rakyat.

Penyajian informasi diawali dengan tema kemajuan teknis di era industri 4.0. Saat ini kita sedang memasuki Revolusi Industri 4.0 yang ditandai dengan adanya sistem *cyber physical* dimana teknologi digital, teknologi *wireless*, dan big data terintegrasi secara masif oleh jaringan internet dalam segala aktivitas atau manufaktur yang terintegrasi dengan internet. (Internet untuk segala). (Aribowo & Halim, 2018). Majunya Revolusi Industri 4.0 dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk melahirkan ide-ide bisnis atau kewirausahaan sebagai salah satu sarana untuk mengurangi pengangguran di Indonesia (Sundari Cisilia, 2019). Kemajuan teknologi yang ada juga merupakan elemen penting dalam pertumbuhan sektor bisnis saat ini (Sawitri, 2019). Akibatnya, pelatihan diperlukan untuk menghasilkan konsep bisnis bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam revolusi industri. 4.0. Di saat daya saing bisnis menjadi salah satu kendala yang harus dihadapi UMKM, terutama ketika berhadapan dengan korporasi besar di bidang keuangan dan teknologi (Clinton & Vanomy, 2023).

Bahkan, di era Revolusi Industri 4.0, berbagai penemuan bermunculan dengan cepat dan melahirkan terobosan-terobosan baru bagi penelitian yang membuka prospek ekonomi, lapangan kerja, dan profesi baru yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh masyarakat (Ghufron, 2018). Untuk menjadi wirusaha dalam revolusi industri 4.0 diperlukan beberapa faktor yang berkontribusi, termasuk individu, tingkat pendidikan, dorongan lingkungan dan keluarga, paksaan dan situasi, prestasi akademik, dan lain-lain. Hal yang dilakukan sebelum memulai berwirausaha tentunya adalah dengan menggali ide usaha. Penggalan ide usaha merupakan metode paling sederhana untuk mengeksplorasi ide-ide perusahaan dengan mengamati atau memecahkan masalah yang timbul diruang lingkup masyarakat (Ranto, 2021). Selain itu, menggali ide usaha dapat bisa muncul karena hobi dan keterampilan para individu tersebut (Selamat & Tunjungsari, 2019).

Dalam berwirausaha diperlukan individu yang mau terus belajar, mudah beradaptasi, dan menyesuaikan keahlian mereka pada perubahan lingkungan internal dan eksternal yang berubah sangat cepat pada revolusi industri 4.0 ini untuk mendapatkan keunggulan kompetitif bagi perusahaannya dalam menentukan pasar yang dipilihnya (Nasip, 2017). Pemasaran merupakan salah satu aspek yang terpenting dalam usaha mengingat diperlukan pengelolaan yang baik agar usaha tersebut dapat tumbuh dan berkembang lebih baik sehingga mampu bersaing dengan para pesaingnya (Cay & Irnawati, 2020). Maka dari itu diperlukan analisis terhadap pasar terutama dalam pertumbuhan serta kebutuhan daripada pasar itu sendiri.

Hal yang terpenting dalam sebuah usaha adalah identitas dari suatu produk yang nantinya akan kita tawarkan kepada pasar. Identitas dari suatu produk atau yang biasa kita kenal dengan *branding* sangat penting agar target dari pasar kita tertarik akan produk yang nantinya akan kita tawarkan. *Branding* adalah sebuah nama, design, simbol, ataupun kombinasi yang bertujuan sebagai identitas barang atau jasa yang berfungsi menjadi pembeda antara produk pesaing (Fanaqi, Pratiwi, & Firmansyah, 2020). Keunggulan dari *branding* ini dapat memperkuat loyalitas dari para konsumen sehingga dapat menghantarkan kesuksesan pada usaha, ketangguhan, serta produk dapat bersaing (Nastain, 2017). Salah satu contoh dari *branding* adalah logo pada produk.

Logo adalah sebuah elemen grafis yang melambangkan suatu produk yang ditawarkan dan merupakan tanda pengenal paling awal dari suatu produk (John, Asril, & Waspada, 2017). Logo memainkan peran penting dalam kelangsungan hidup usaha karena bersangkutan dengan wajah dari perusahaan tersebut. Dengan logo yang menarik kemungkinan besar orang akan tertarik akan produk yang akan kita tawarkan. Hal tersebutlah yang dapat membuat kita dapat bersaing dalam dunia usaha era revolusi industri 4.0 ini. Maka dari itu diperlukan suatu perencanaan perancangan logo yang baik agar tetap menjaga citra dan cara pandang keseluruhan khalayak mengenai perusahaan (Wahdaniah, Toni, & Ritonga, 2020).

Dalam mendesain logo untuk sebuah produk harus memperhatikan beberapa aspek yang ada agar tetap menjadi ciri khas dari produk yang kita tawarkan. Ciri-ciri logo yang baik meliputi, pertama original dan berbeda yang berarti bahwa logo harus berbeda dengan produk yang ada di pasaran. Kedua, *easily associated with company* yang artinya harus menggambarkan jenis usaha dari perusahaan

tersebut. Ketiga, *legible* artinya dapat terbaca. Keempat, *simple* yang artinya logo harus sederhana agar pasar mudah memahami. Kelima, *easy adaptable for all graphic media* artinya mudah diaplikasikan pada berbagai media grafis. Keenam, *memorable* berarti logo harus dapat selalu diingat dari sisi keunikan atau kelebihannya.

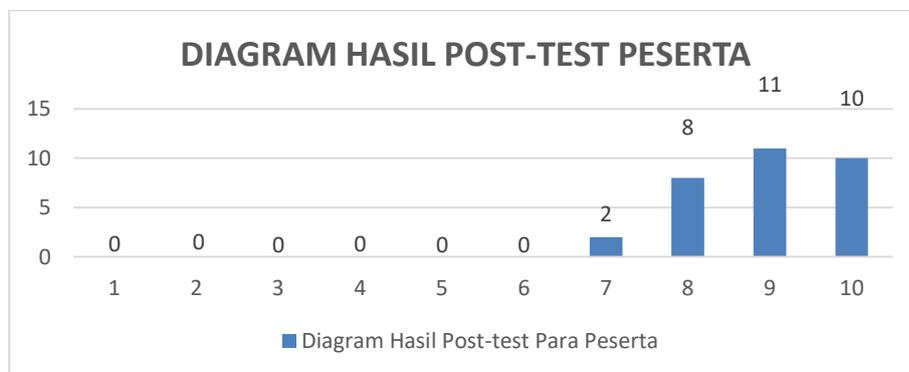
Pelatihan pembuatan logo bertujuan untuk menunjang kegiatan-kegiatan wirausaha dalam kebutuhan promosi, oleh sebab itu perlu untuk diadakannya pelatihan pembuatan logo untuk meningkatkan kemampuan wirausaha (Santi, Mubaraq, & Farid, 2020). Pelatihan pembuatan logo dianggap juga sebagai aktivitas yang umum untuk meningkatkan kreatifitas dari perangkat desa maupun warga masyarakat yang ikut terlibat dalam kegiatan secara bersama-sama (Agustina, Dwanoko, & Suprianto, 2021). Dalam tahapan pembuatan logo yaitu: 1) dimulai dengan riset atau analisa, yaitu dengan melakukan *creative brief*; 2) dengan membuat sketsa; 3) dilanjut dengan eksekusi logo menggunakan *software* komputer (Canva, Adobe Photoshop, CorelDraw) (Arifudin, Heryanti, & Pramesti, 2021)

Adobe Photoshop adalah software yang dapat membuat foto atau foto berkualitas tinggi dengan cara mengedit gambar berbasis bitmap. Ini mencakup berbagai alat dan efek (LKP, n.d.). Adobe Photoshop termasuk aplikasi yang menjadi salah satu paling banyak digunakan untuk membuat logo. Sebuah perusahaan, website, toko ataupun lembaga membutuhkan logo sebagai lambang identitas kebanggaannya. Para desainer grafis biasanya menggunakan Photoshop untuk membuat hal tersebut. Selain tips pembuatan logo, perlu mengetahui berbagai jenis logo agar bisa memutuskan jenis apa yang ingin digunakan untuk membuat logo: (1) Abstract Mark, (2) Wordmark, (3) Pictorial Mark.

Aplikasi Canva juga merupakan *platform* terbaik yang bisa kamu gunakan untuk membuat desain logo. Aplikasi desain grafis menjembatani penggunaanya untuk dengan mudah merancang berbagai jenis material kreatif secara online. Canva menyediakan fitur lebih dari 250 ribu *template* untuk berbagai jenis konten visual. Selain *template*, canva juga menyediakan lebih dari ratusan unsur desain berupa ilustrasi dan *icon* dengan gratis. Ilustrasi 2D, 3D, bahkan GIF tersedia di sini.

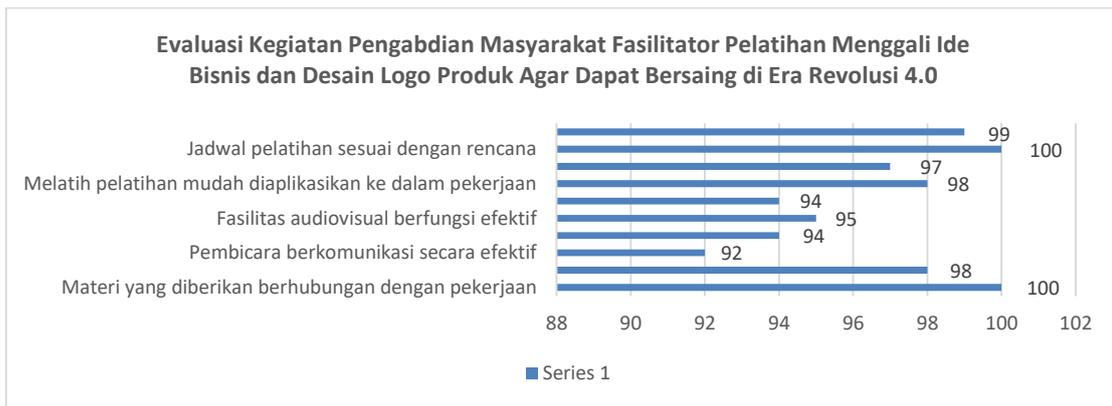
Aplikasi berikutnya yang dapat digunakan dalam proses pembelajaran jarak jauh adalah Logo Maker. Dimana, merupakan kayanan bebas klaim ditujukan bahkan untuk konsumen yang paling tidak terampil sekalipun. Pembuat Logo cocok untuk orang yang hanya mencari aplikasi sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri. Ada beberapa opsi yang dapat diakses, termasuk kemampuan untuk mengkategorikan jenis logo ke dalam area seperti logo mode, bisnis, gaya dan hidup. Dengan menggunakan aplikasi Logo maker, Masyarakat dapat membangun atau merancang kreasi dan karya-karya inovatif sesuai kompetensi kinerja yang disepakati bersama sehingga membawa perubahan cara berfikir tentang bagaimana menggali ide bisnis yang luas.

Setelah penjabaran materi, peserta diberikan soal *post-test* untuk mengetahui apakah ada peningkatan pengetahuan tentang materi yang dijelaskan. Soal *post-test* terdiri dari 10 soal. Soal *post-test* yang berikan sama seperti yang diberikan saat *pretest*. Berdasarkan hasil *post-test* nilai rata-rata peserta 8,90 sehingga dapat dikatakan bahwa adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai materi pelatihan yang dijelaskan. Berikut hasil *post-test* para peserta sesudah melaksanakan pelatihan dengan materi tentang menggali ide bisnis dan desain logo produk agar dapat bersaing di era revolusi 4.0:



Gambar 4. Diagram Hasil *Post-test* Peserta

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa kegiatan tersebut sangat berhasil dilaksanakan. Hal ini sesuai dengan hasil evaluasi terhadap kegiatan yang diberikan peserta, dimana 100% peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan sangat berkaitan dengan pekerjaan dan pelatihan yang dilaksanakan sesuai rencana yang telah ditetapkan, 99% dari peserta menyatakan bahwa pelatihan ini membantu peserta untuk bekerja lebih baik, 98% peserta menyatakan bahwa materi pelatihan mudah diterapkan dan disampaikan dengan menarik, dan 97% peserta menyatakan bahwa materi pelatihan disampaikan dengan menyediakan fasilitas pelatihan dengan sangat baik, 95% peserta menyatakan fasilitas audiovisual efektif, 94% mengatakan pembicara mempersiapkan dengan sangat baik dan membuat handout untuk membantu mereka memahami materi pelatihan, dan 92% mengatakan pembicara berkomunikasi dengan efektif saat mengikuti materi pelatihan:



Gambar 5. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Selain itu antusiasme peserta juga terlihat dari foto-foto dokumentasi kegiatan Pengabdian Masyarakat berikut ini :



Gambar 6. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 7. Dokumentasi Tim Pelaksana dan Peserta



Gambar 8. Pemaparan Materi Tentang Tahapan Membuat Logo

Para peserta juga menginginkan kelanjutan kegiatan pelatihan dengan topik-topik dalam membuat logo lainnya, antara lain klasifikasi logo dan ciri logo yang baik. Hal ini dikarenakan masyarakat perlu menggali ide bisnis dan logo produk yang dapat menarik para konsumen agar dapat bersaing di era revolusi industri 4.0. Setelah mengikuti kegiatan ini, para peserta diberikan e-materi dan e-sertifikat.

#### 4. KESIMPULAN

Pengabdian Masyarakat dilaksanakan di ruang belajar peserta didik SMK Yapinuh pada tanggal 18 Juli 2023. Kegiatan ditujukan kepada masyarakat yang berada di wilayah Kecamatan Muara Gembong. Total peserta yang mendaftar dan hadir sebanyak 31 peserta untuk mengoptimalkan proses pelatihan serta sesuai protokol kesehatan. Materi pada kegiatan pengabdian masyarakat “Pelatihan Menggali Ide Bisnis dan Desain Logo Produk” ini berkaitan mengenai transformasi ide bisnis di era industry 4.0 dilihat dari aspek kriteria konsep utama bisnis, dan pendekatan ide bisnis baru. Pokok pembahasan kedua adalah mengenai penjelasan desain logo, ciri logo yang baik, klasifikasi logo dan tahapan membuat logo. Para peserta diberikan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui apakah ada peningkatan pemahaman peserta mengenai materi pelatihan yang dijelaskan. Berdasarkan hasil *pre-test* nilai rata-rata yang diperoleh 5,06 dan *post-test* nilai rata-rata yang diperoleh 8.90 sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai materi pelatihan yang dijelaskan.

Menurut peserta pelaksanaan pengabdian masyarakat ini sudah sangat baik. Hal ini terlihat dari respon para peserta yang menginginkan kelanjutan kegiatan pelatihan dengan topik-topik mengenai ide bisnis dan desain logo lainnya. Berdasarkan kesimpulan di atas, para peserta pengabdian masyarakat diharapkan dapat mengembangkan ide bisnis dengan membuat logo produk yang menarik sehingga dapat menciptakan hubungan dengan konsumen dan membangkitkan minat pembeli pada merek produk merek.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, Rini, Dwanoko, Yoyok Seby, & Suprianto, Dodit. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Ainun, Nurul, Maming, Rian, & Wahida, Altri. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Anna Maria Pappalardo, Agnese Petraccioli, Teresa Capriglione, and Venera Ferrito. (2019). From Fish Eggs to Fish Name: Caviar Species Discrimination by COI Bar-RFLP, an Efficient Caviar Trade. *Molecules*, 24(13), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/molecules24132468>
- Aribowo, Handy, & Halim, Erni. (2018). The Role Of Technology Innovation To Support The Competitiveness In Manufacturing Industries In The Era Of Industrial Revolution 4.0 (A Literature Study). *The Fifth International Conference on Entrepreneurship*, (Book Three), 199–207.
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup Dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat ...)*, 5(5), 3–9.
- Belton, Ben, Bush, Simon R., & Little, David C. (2018). Not Just For The Wealthy: Rethinking Farmed Fish Consumption In The Global South. *Global Food Security*, 16(October), 85–92. <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2017.10.005>
- Cay, Sam, & Irnawati, Jeni. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Clinton, Yeos Austin, & Vanomy, Afrianti Elyse. (2023). PENGEMBANGAN UMKM KULINER DI KOTA BATAM MELALUI TRANSFORMASI KE PLATFORM DIGITAL DI ERA REVOLUSI. *Fortunate Business Review*, 3(1), 25–55.
- Fanaqi, Chotijah, Pratiwi, Resty Mustika, & Firmansyah, Firmansyah. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- Ghufron, M. .. (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, Dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018*, 1(1), 332–337.
- Guillen, Jordi, Natale, Fabrizio, Carvalho, Natacha, Casey, John, Hofherr, Johann, Druon, Jean Noël, Fiore, Gianluca, Gibin, Maurizio, Zanzi, Antonella, & Martinsohn, Jann Th. (2019). Global Seafood Consumption Footprint. *Ambio*, 48(2), 111–122. <https://doi.org/10.1007/s13280-018-1060-9>
- Henriksson, Patrik John Gustav, Banks, Lauren K., Suri, Sharon K., Pratiwi, Trini Y., Fatan, Nurulhuda Ahmad, & Troell, Max. (2019). Indonesian Aquaculture Futures-Identifying Interventions For Reducing Environmental Impacts. *Environmental Research Letters*, 14(12). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/ab4b79>
- John, John, Asril, Asril, & Waspada, Agung Eko Budi. (2017). Analisis Semiotika Logo Rumah Makan Patinku. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(1), 33–43. <https://doi.org/10.22303/proporsi.3.1.2017.33-43>
- LKP, Enter. (n.d.). *Modul adobe photoshop` lkp enter*. 1–19.
- Malmqvist, Johan, Edström, Kristina, & Hugo, Ron. (2017). A PROPOSAL FOR INTRODUCING OPTIONAL CDIO STANDARDS. *Proceedings of the 13th International CDIO Conference, University of Calgary, June*, 1–16.
- Muhammad, Bilal, Kumar, Ambuj, Cianca, Ernestina, & Lindgren, Peter. (2018). Improving Port

- Operations Through The Application Of Robotics And Automation Within The Framework. *International Symposium on Wireless Personal Multimedia Communications (WPMC)*, 387–392. <https://doi.org/https://doi.org/10.1109/WPMC.2018.8712998>
- Nasip, Ismiriati. (2017). Model Bisnis Kanvas : Alat Untuk Mengidentifikasi. *1 National Conference on Business and Entrepreneurship*, (May), 205–219.
- Nastain, Muhammad. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Ranto, Dwi Wahyu Pril. (2021). Peluang Bisnis Rumahan untuk Ketahanan Ekonomi Keluarga di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Community Service and Empowerment Vol.*, 2(1), 21–24.
- Santi, I. N. ..., Mubaraq, R. ..., & Farid, F. ., Sriwanti, S. (2020). Pelatihan membuat logo usaha menggunakan aplikasi canva bagi mahasiswa wirausaha. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(November), 41–45.
- Sawitri, Dara. (2019). Revolusi Industri 4.0 : Big Data Menjawab Tantangan Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 4(3), 2–3.
- Selamat, Frangky, & Tunjungsari, Hetty Karunia. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Untuk Siswa Sma Saint John’S Catholic School Meruya Melalui Peningkatan Pemahaman Identifikasi Ide Bisnis. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 2(1), 22–28. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v2i1.4313>
- Sundari Cisilia. (2019). Revolusi industri 4.0 merupakan peluang dan tantangan bisnis bagi generasi milenial di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar*, (Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang Dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial Di Indonesia), 555–563.
- Wahdaniah, Infra, Toni, Ahmad, & Ritonga, Rajab. (2020). Makna Logo Dinas Penerangan Tentara Nasional Indonesia Angkatan Laut. *Warta ISKI*, 3(01), 67–74. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i01.57>