



Penguatan Identitas Bisnis Wirausaha Muda Melalui Pelatihan Desain Logo dan Flyer Profesional di Lingkungan Universitas Pattimura

Anna Valensia Christianty De Fretes^{1*}, Feky Reken¹, Felix Chandra¹, Nurul Maghfirah¹, Siska Jeanete Saununu¹, Agnes Soukotta¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia

Article Information

Article history:

Received Januari 28, 2026

Approved Februari 4, 2026

Keywords:

Desain Logo; Desain Flyer; Pengabdian Kepada Masyarakat; Wirausaha Muda

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital mendorong meningkatnya minat berwirausaha di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa dan pemuda di sekitar perguruan tinggi. Namun, banyak wirausahawan muda masih menghadapi kendala dalam membangun identitas visual bisnis yang profesional akibat keterbatasan pemahaman branding dan keterampilan desain grafis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas wirausaha muda dalam membangun identitas bisnis melalui pelatihan desain logo dan flyer profesional. Kegiatan dilaksanakan pada 15 Mei 2025 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura dengan pendekatan partisipatif dan aplikatif. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi interaktif, serta simulasi desain secara langsung menggunakan aplikasi desain digital yang ramah pemula, yaitu Canva. Sasaran kegiatan adalah pemuda dan mahasiswa yang sedang merintis atau telah menjalankan usaha skala kecil di sekitar Universitas Pattimura. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya identitas visual dan konsistensi branding dalam mendukung pemasaran usaha. Seluruh peserta mampu menghasilkan desain logo dan flyer sederhana secara mandiri pada akhir pelatihan. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa materi promosi bisnis, tetapi juga mendorong kemandirian, kepercayaan diri, dan kesiapan peserta dalam mengelola identitas visual usahanya. Dengan demikian, program ini berkontribusi pada penguatan kapasitas wirausaha muda, pengembangan ekosistem kewirausahaan lokal, serta mendukung peran perguruan tinggi dalam pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

© 2025 JGEN

*Corresponding author email: anna.defretes92@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong meningkatnya minat berwirausaha di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa dan pemuda di lingkungan sekitar perguruan tinggi. Fenomena ini juga terlihat di sekitar Kampus Universitas Pattimura, di mana banyak pemuda mulai merintis usaha di berbagai sektor seperti kuliner, jasa, fashion, dan produk kreatif. Semangat kewirausahaan ini menjadi potensi besar bagi penguatan ekonomi lokal apabila didukung dengan kompetensi yang memadai, terutama dalam aspek pemasaran dan branding.

Namun, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar wirausahawan muda masih menghadapi kendala dalam membangun identitas bisnis yang kuat dan profesional. Banyak pelaku usaha pemula telah memiliki produk atau jasa yang layak secara kualitas, tetapi belum mampu mengkomunikasikannya secara efektif kepada pasar. Salah satu faktor utama penyebabnya adalah lemahnya pemahaman mengenai pentingnya identitas visual sebagai bagian dari strategi branding. Logo dan flyer, yang seharusnya menjadi representasi nilai dan karakter bisnis, sering kali dibuat secara sederhana tanpa mempertimbangkan prinsip desain, konsistensi visual, dan daya tarik konsumen.

Urgensi permasalahan ini semakin terasa di tengah persaingan usaha yang semakin ketat dan dominasi media digital dalam aktivitas pemasaran. Identitas visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan, diferensiasi produk, dan penguatan citra merek. Tanpa identitas visual yang profesional, usaha kecil dan rintisan yang dikelola oleh pemuda berisiko sulit berkembang dan kurang kompetitif, meskipun memiliki potensi pasar yang menjanjikan.

Selain itu, keterbatasan keterampilan desain grafis dan minimnya akses terhadap pelatihan praktis membuat banyak wirausahawan muda bergantung pada jasa pihak luar, yang tidak jarang menimbulkan beban biaya tambahan dan hasil desain yang kurang sesuai dengan karakter bisnis. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan pelaku usaha dengan kapasitas yang dimiliki, sehingga diperlukan intervensi berupa program pemberdayaan yang aplikatif dan mudah diakses.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai upaya strategis untuk menjawab kebutuhan nyata di lapangan. Melalui pelatihan desain logo dan flyer menggunakan aplikasi yang ramah pemula, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kemandirian wirausahawan muda dalam membangun identitas bisnis yang profesional. Dengan demikian, program ini tidak hanya berkontribusi pada penguatan kapasitas individu, tetapi juga mendukung pengembangan ekosistem kewirausahaan lokal secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Rancangan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, dengan tujuan meningkatkan kapasitas pemuda dan mahasiswa wirausaha dalam membangun identitas visual bisnis. Rancangan kegiatan terdiri atas empat tahapan utama, yaitu persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Tahap persiapan meliputi observasi awal, diskusi dengan pemuda pelaku usaha di sekitar

Universitas Pattimura, serta perumusan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan lapangan. Tahap pelaksanaan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan simulasi langsung yang mencakup penyampaian materi tentang pentingnya identitas visual, prinsip dasar desain grafis, serta praktik pembuatan logo dan flyer menggunakan aplikasi desain digital yang mudah diakses. Tahap evaluasi bertujuan untuk menilai tingkat pemahaman dan keterampilan peserta, sedangkan tahap pelaporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan dan dokumentasi luaran.

Pemilihan Responden/Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran kegiatan ini adalah pemuda dan mahasiswa di sekitar Universitas Pattimura yang sedang merintis atau telah menjalankan usaha kecil dan rintisan. Pemilihan responden dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria utama: (1) berusia produktif, (2) memiliki minat atau keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan, dan (3) membutuhkan peningkatan kapasitas dalam aspek branding dan promosi bisnis. Peserta yang terlibat berjumlah 24 orang, terdiri atas pemuda yang telah memiliki usaha maupun yang sedang mempersiapkan usaha.

Bahan dan Alat yang Digunakan

Bahan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi materi pelatihan berupa modul identitas visual dan desain grafis dasar, contoh logo dan flyer bisnis, serta template desain siap pakai. Alat yang digunakan antara lain laptop atau smartphone, koneksi internet, proyektor, serta aplikasi desain digital seperti Canva yang dipilih karena mudah digunakan oleh pemula dan memiliki fitur desain yang cukup lengkap untuk kebutuhan UMKM.

Desain Alat, Kinerja dan Produktivitas

Desain alat dalam kegiatan ini berupa penggunaan platform desain digital berbasis aplikasi yang memungkinkan peserta menghasilkan logo dan flyer secara mandiri. Kinerja alat diukur dari kemampuan peserta dalam memahami fungsi fitur desain, menerapkan prinsip visual yang tepat, serta menghasilkan materi promosi yang layak digunakan. Produktivitas ditunjukkan melalui jumlah dan kualitas desain yang berhasil dibuat peserta selama sesi simulasi, serta peningkatan kemandirian peserta dalam memproduksi materi promosi bisnis.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, diskusi interaktif, dokumentasi hasil desain peserta, serta umpan balik selama proses pelatihan. Data yang dikumpulkan bersifat kualitatif, mencakup tingkat partisipasi, pemahaman materi, dan kemampuan peserta dalam menerapkan desain visual.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, dengan membandingkan kondisi awal peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis difokuskan pada perubahan pemahaman, keterampilan desain, dan kesiapan peserta dalam menerapkan identitas visual pada usaha yang dijalankan. Hasil analisis digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan serta sebagai dasar rekomendasi pengembangan program pengabdian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada 15 Mei 2025 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura berjalan dengan baik dan sesuai dengan rancangan kegiatan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini diikuti oleh 24 peserta yang terdiri dari pemuda dan mahasiswa, dengan latar belakang sebagian telah memiliki usaha kecil dan sebagian lainnya masih dalam tahap perintisan usaha. Antusiasme peserta terlihat sejak awal kegiatan, terutama pada sesi diskusi dan simulasi pembuatan logo dan flyer.



Gambar 1. Proses Kegiatan

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai pentingnya identitas visual dalam membangun citra bisnis. Banyak peserta yang belum memiliki logo usaha, atau telah memiliki logo namun belum memenuhi prinsip desain yang baik, seperti kesesuaian warna, tipografi, dan keterbacaan. Selain itu, sebagian besar peserta belum pernah menggunakan aplikasi desain grafis secara mandiri untuk keperluan promosi bisnis.



Gambar 2. Materi Kegiatan

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep visual branding dan peran strategis logo serta flyer dalam kegiatan pemasaran. Peserta mampu mengidentifikasi karakter usaha masing-masing dan menerjemahkannya ke dalam elemen visual sederhana namun representatif. Pada sesi simulasi, seluruh peserta berhasil menghasilkan desain logo dan flyer dasar menggunakan

aplikasi Canva, yang sebelumnya dianggap sulit untuk digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan praktis dan penggunaan alat yang ramah pemula efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta.



Gambar 3. Peserta Kegiatan

Pembahasan

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan desain logo dan flyer memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas wirausaha muda, khususnya dalam aspek branding visual. Temuan ini sejalan dengan kondisi lapangan yang menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kewirausahaan pemuda dengan keterampilan pendukung yang dimiliki, terutama dalam bidang desain grafis dan komunikasi visual.

Peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya identitas visual menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi bukan semata-mata keterbatasan teknologi, melainkan kurangnya literasi branding. Setelah memperoleh pemahaman konseptual dan praktik langsung, peserta mulai menyadari bahwa identitas visual yang konsisten dan profesional dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing usaha. Hal ini mendukung pandangan bahwa logo dan media promosi bukan sekadar elemen estetika, tetapi merupakan bagian integral dari strategi pemasaran.

Penggunaan aplikasi desain digital seperti Canva terbukti efektif sebagai solusi atas keterbatasan biaya dan keterampilan teknis. Aplikasi ini memungkinkan peserta untuk memproduksi materi promosi secara mandiri tanpa ketergantungan pada jasa pihak luar. Dari sisi keberlanjutan, keterampilan ini berpotensi meningkatkan efisiensi biaya promosi dan mendorong kemandirian pelaku usaha muda dalam mengelola identitas bisnis mereka.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini mengindikasikan bahwa program pengabdian berbasis pelatihan praktis dan kontekstual mampu menjawab kebutuhan nyata masyarakat sasaran. Kegiatan ini tidak hanya memberikan luaran berupa desain logo dan flyer, tetapi juga menghasilkan perubahan sikap dan pola pikir peserta terhadap pentingnya branding visual. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi pada penguatan ekosistem kewirausahaan lokal dan mendukung peran perguruan tinggi sebagai agen pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki antusiasme tinggi dan menyadari pentingnya identitas visual sebagai bagian dari strategi branding. Namun sebelum pelatihan, sebagian besar dari mereka belum memiliki keterampilan teknis dan belum memahami konsep visual branding secara menyeluruh. Melalui pendekatan yang partisipatif dan praktis, para peserta mampu mempraktikkan secara langsung pembuatan logo dan flyer menggunakan aplikasi desain yang ramah pemula, seperti Canva. Dengan adanya kegiatan ini, peserta tidak hanya mampu menghasilkan materi promosi secara mandiri, tetapi juga mulai memahami pentingnya konsistensi visual, estetika, dan pesan yang kuat dalam membangun kepercayaan konsumen. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha mereka di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif bagi penguatan kapasitas wirausaha muda dan mendukung misi perguruan tinggi dalam membangun hubungan aktif dengan masyarakat melalui program pemberdayaan yang aplikatif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pattimura yang telah memberi dukungan lewat penyediaan Laboratorium Komputer terhadap pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Airey, D. (2015). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities (2nd ed.)*. Berkeley: New Riders.
- Anggraeni, D., & Dewi, R. (2020). Peran Desain Grafis dalam Membangun Citra Merek Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 2(2), 88–95.
- Apriyanto, A., & Oktaviani, D. (2021). Strategi Branding dalam Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 26(1), 35–44.
- Cahyono, H. (2020). Canva sebagai Media Desain Grafis bagi UMKM: Studi Penerapan pada Promosi Digital. *Jurnal Teknologi dan Pendidikan*, 8(2), 123–129.
- Fitriyani, N., & Hidayatullah, A. (2023). Pelatihan Pembuatan Media Promosi Digital Menggunakan Canva bagi Wirausaha Muda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(1), 55–62.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Lestari, A. D., & Purnama, R. (2022). Desain Visual dan Pengaruhnya terhadap Brand Awareness pada Start-up Lokal. *Jurnal Ilmu Komunikasi Visual*, 5(3), 144–153.
- Nurrahman, A. (2018). Pengaruh Desain Logo terhadap Loyalitas Konsumen dalam Bisnis Rintisan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 71–80.

- Ramadhan, A., & Saraswati, D. (2021). Peningkatan Identitas Visual UMKM Melalui Pelatihan Desain Grafis Berbasis Digital. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(2), 98–107.
- Wicaksono, Y. T., & Pratiwi, M. (2019). Strategi Branding Digital Menggunakan Media Sosial dan Desain Visual pada UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 77–89.