JCOS: Journal of Community Service, 01 (4), 2023: 308-314
p-ISSN 2985-6701| e-ISSN 2964-853X

BRANDING UMKM TAPE PAK LAN MELALUI PEMBUATAN LOGO STIKER DI DUSUN SEMEN, MUSIR KIDUL

Nina Zenitha Sekar Sari[1], Rahman Amrullah Suwaidi[2]
[1]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
[2]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
email: (20012010167@student.upnjatim.ac.id)

Abstrak: Persaingan bisnis yang ketat mewajibkan setiap usaha harus menerapkan strategi dalam pemasaran produk untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Salah satu strategi untuk meningkatkan minat beli pada konsumen ialah penerapan branding pada produk. Branding adalah kegiatan untuk menciptakan image pada sebuah produk. UMKM Tape Pak Lan merupakan salah satu UMKM yang berada di dusun Semen Musir Kidul. Meskipun telah berdiri cukup lama, UMKM ini sama sekali belum memiliki logo pada usahanya. Melihat permasalahan tersebut, Kegiatan pengabdian ini bertujuan membuat identitas visual pada UMKM Tape Pak Lan melalui proses branding logo. Pembuatan logo dinilai tepat karena sesuai dengan kondisi usaha yang diperlukan oleh UMKM Tape Pak Lan. Metode yang dilakukan pada pengabdian ini yaitu dimulai dengan melakukan survey pada UMKM Tape Pak Lan dengan melakukan wawancara, analisis kebutuhan usaha, dan penyerahan hasil logo. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terdapatnya identitas visual melalui logo untuk kemasan produk tape.

Kata Kunci: Branding, UMKM, Logo, Identitas Visual, Tape

Abstract: S*trict business competition requires that each business must implement a strategy in product marketing to gain a competitive advantage. One of the strategies to increase purchasing interest in consumers is the application of branding to products. Branding is the activity of creating images on a product. MSMEs Tape Pak Lan is one of the MSMEs in Semen Musir Kidul hamlet. Although it has been standing for quite a long time, these MSMEs do not have a logo on their business. Looking at the problem, this devotion activity aims to create a visual identity on MSMMEs Tape Pak Lan through the logo branding process. Creating the logo is considered appropriate because it is in accordance with the business conditions required by MSMM Tape Pak Lan. The method carried out in this service is to start by conducting a survey on MSMEs Tape Pak Lan by conducting interviews, analysis of business needs, and submission of logo results. The result of this devotion is the existence of a visual identity through the logo for tape product packaging.*

Keywords: *Branding, MSMEs, Logos, Visual IDs, Tape*

***How to Cite**:* Sari, N. Z. S., & Suwaidi, R. A. 2023. *Branding* Umkm Tape Pak Lan melalui Pembuatan Logo Stiker di Dusun Semen, Musir Kidul. *JCOS: Journal of Community Service.* Vol. 1 (4): pp. 308-314, doi: 10.56855/jcos.v1i4.531

Pendahuluan

Branding adalah sebuah istilah kegiatan dalam membangun merek meliputi penciptaan identitas visual, komunikasi sampai pembentukan perilaku atau budaya usaha. Salah satu unsur penting dalam penciptaaan identitas visual adalah logo. Pada era sekarang ini, Branding UMKM sangatlah penting untuk meningkatkan pangsa pasar (market share) dan juga dapat membedakan usaha yang dijalani dengan pesaing. UMKM harus selalu berkembang dan berani ber inovasi agar dapat bersaing di pasar (Ainun et al., 2023). Salah satu aspek branding adalah membuat logo dan nama yang menarik. Logo adalah symbol atau lambang yang mewakili suatu usaha (Setiawati et al., 2020). Pembuatan logo produk dapat menjadikan produk yang telah dihasilkan agar dapat menjangkau pasar yang lebih

besar (Swissia & Halimah, 2023).

Sebagian besar UMKM di Indonesia, masih banyak yang belum menerapkan branding pada usahanya. Salah satunya adalah UMKM Tape Pak Lan, UMKM yang menjual produk tape singkong ini belum mempunyai logo pada produknya. Padahal logo merupakan salah satu aspek branding yang sangat penting untuk dimiliki oleh pemilik usaha karena logo merupakan wajah dari suatu merek. Penerapan branding pada produk UMKM dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk di tengah banyaknya pilihan produk dan kualitas yang tersedia.

Logo harus menunjukkan identitas usaha dari produk yang yang telah dijual dan melihat aspek-aspek seperti bahan baku yang dipakai, bagaimana tampilan produk jadi, dan juga karakter SDM nya. Dalam pembuatan logo harus memperhatikan sudut pandang dari seni dan desain yaitu garis, titik, warna dan lain sebagainya, unsur itu semua harus diimpelementasikan di dalam susunan yang menarik agar dapat merepresentasikan dari sebuah identitas visual usaha (Aurumajeda & Nurhidayat, 2021).

UMKM mempunyai peranan yang penting bagi desa Musir Kidul karena dapat meningkatkan perekonomian desa dan membuka lapangan pekerjaan. Salah satunya UMKM Tape Pak Lan yaitu UMKM yang berada di dusun Semen ini telah mempunyai nama, namun mereka belum mempunyai logo untuk identitas produk pada bagian kemasannya. Permasalahan ini membuat pemasaran akan produk Tape Pak Lan sulit untuk dikenali oleh konsumen, hal tersebut dikarenakan sebuah usaha tidak dapat membentuk branding-nya pada konsumen apabila tidak memiliki logo.

Berdasarkan permasalahan tersebut, Maka kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh KKNT MBKM Kelompok 67 UPN "Veteran" Jawa Timur ini memfokuskan untuk pembuatan logo sebagai pengawalan branding produk pada UMKM Tape Pak Lan, sehingga dengan adanya logo yang menarik akan memperluas jangkauan pasar dan menyampaikan image professional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membangun identitas visual UMKM Tape Pak Lan di dusun Semen Musir Kidul melalui proses branding logo.

Metode

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan branding logo ini dilaksanakan pada tanggal 29 Maret 2023 yang dilakukan di Posko KKNT 67 yaitu di Gang kuning No.31 RT 01 RW 04, Desa Musir Kidul, Kec. Rejoso, Kab. Nganjuk. Sebagai tempat dari hasil branding UMKM Tape Pak Lan yang berada di Dusun Semen Musir Kidul Rt 02 RW 06.

Tahapan Kegiatan

Hasil utama dari kegiatan branding ini bertujuan untuk memberikan suatu identitas pada suatu produk agar dapat membedakan usaha yang dijalani dengan kompetitor. Adapun tahapan yang dilakukan oleh kelompok KKNT 67 :

1) Tahap Persiapan
   Pada tahap persiapan ini, mahasiswa KKNT 67 melakukan survey dengan UMKM Tape Pak Lan yang selanjutnya dilakukan wawancara kepada pemilik yaitu Bu Aning. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM Tape Pak Lan.
2) Tahap Pelaksanaan
   Setelah melakukan survey dengan UMKM Tape Pak Lan, kami mendapatkan informasi bahwa UMKM tersebut membutuhkan sebuah logo untuk produknya. Bu Aning sebagai pemilik usaha meminta agar logo yang akan dibuat terdapat nama "TAPE PAK LAN" dan ditambahkan dengan contact person untuk memudahkan pemasaran secara *online*.

3) Tahap Akhir
Pada tahap ini, kami memberikan hasil logo yang telah dibuat dalam bentuk stiker untuk label pada kemasan dan menjelaskan makna dari logo tersebut. Logo ini akan ditempelkan pada kemasan produk tape dan logo stiker inilah yang akan menjadi sebuah identitas bagi UMKM Tape Pak Lan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh mahasiswa KKNT 67 ini berupa branding logo pada UMKM Tape Pak Lan. Logo adalah suatu bentuk grafis yang berbentuk tanda, symbol, atau lambang (Destrina et al., 2022). Logo merupakan wajah dari suatu produk, maka dari itulah memiliki logo dalam suatu usaha sangatlah penting.

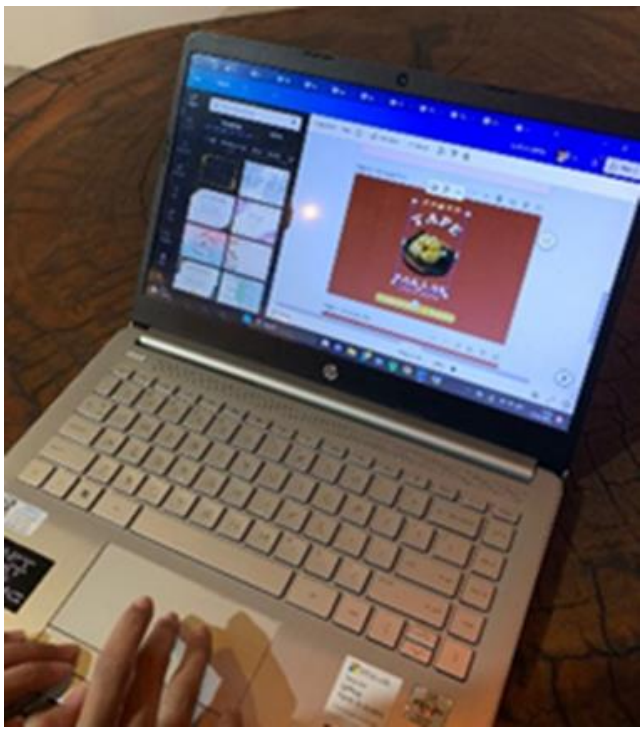
Gambar 1. Kunjungan ke rumah Bu Aning, pemilik UMKM Tape Pak Lan

Tape Pak Lan merupakan UMKM yang berada di dusun Semen Musir Kidul. UMKM ini memproduksi olahan dari singkong yaitu tape. Usaha bu Aning ini telah berdiri cukup lama, mengingat bu Aning sebagai pemilik UMKM Tape Pak Lan ini menjadi penerus generasi ke-3. Namun meskipun telah berdiri cukup lama, UMKM ini sama sekali belum memiliki logo sebagai identitas produknya. Hal ini menjadi sebuah kekurangan dari produk tersebut karena dengan menggunakan logo, konsumen dapat mengenali sebuah produk dengan lebih mudah dan juga dapat membantu pemilik usaha untuk memasarkan produk nya.

Konsumen dapat lebih mudah mengingat gambar atau bentuk dalam mengenal sebuah produk baru karena adanya logo. Logo dapat menjadi sarana promosi yang digunakan untuk merepresentasikan merek produk kepada konsumen, sehingga produk yang telah mempunyai logo dapat dibedakan dengan produk lain dan produk sejenis (Muhammad et al., 2021). Berdasarkan pertimbangan tersebut, kami membuat logo produk dalam berbagai bentuk, baik sebagai stiker pada kemasan dan sebagai bentuk soft file yang dapat digunakan untuk promosi secara *online*.

Gambar 2. Kemasan produk tape tanpa logo

Pada kegiatan branding logo ini bertujuan meningkatkan nilai jual dari usaha yang telah dibuat yang bahwasannya logo tersebut dapat membuat daya tarik dalam pemasaran (Rezky Ramadhan et al., 2023). Dengan kegiatan ini diharapkan UMKM dusun Semen Musir Kidul yang sedang mendirikan usaha nya dapat terbantu dengan adanya pembuatan logo untuk pemasaran produknya. Pembuatan logo untuk UMKM Tape Pak Lan yaitu dengan menggunakan website desain yaitu Canva.



Gambar 3. Pembuatan Logo UMKM Tape Pak Lan dengan Canva

Dalam pembuatan logo pada UMKM Tape Pak Lan ini, mahasiswa KKNT 67 mendatangi rumah pemilik untuk mendiskusikan bagaimana logo akan dibuat. Bu Aning sebagai pemilik UMKM meminta agar logo diberi tulisan Tape Pak Lan dan selebihnya menyerahkan hasilnya kepada mahasiswa KKNT 67.
Adapun tahapan – tahapan yang kami lakukan dalam pembuatan logo ialah:
1) Tahap Pertama: Memikirkan rancangan desain logo yang akan dibuat dengan menyesuaikan usaha yang telah berjalan.
2) Tahap Kedua: Pembuatan logo dengan website desain yaitu Canva dan juga memikirkan makna dari logo yang telah dibuat.
3) Tahap Ketiga: Menyerahkan logo yang telah dibuat dalam bentuk tiker dan *soft file* kepada Mas Anang selaku anak dari pemilik UMKM Tape Pak Lan yaitu Bu Aning.
4) Tahap Keempat: Di tahap ini kami mencoba menempelkan logo stiker pada kemasan produk tape.

Desain Logo UMKM Tape Pak Lan

Gambar 4. Logo UMKM "Tape Pak Lan"

Tulisan "TAPE PAK LAN" dibuat menggunakan font Margin, Sedangkan Tulisan "DUSUN SEMEN" dibuat menggunakan font Code Pro. Makna dari tiap elemen yang terdapat di dalam logo stiker ialah:
1) Bintang 5
Merepresentasikan keunggulan nilai pada cita rasa produk tape ini.
2) Tape
Gambar tape merepresentansikan tampilan produk tape.
3) Tulisan 'Tape Pak Lan'
Merepresentasikan nama pemilik tape yang menjadi tanda identitas produk tape yang diproduksi.
4) Tulisan 'Dusun Semen'
Merepresentasikan tempat tape diproduksi yaitu di dusun Semen, desa Musir Kidul, Kabupaten Nganjuk.
5) *Contact Person*
Contact Person dibuat agar memudahkan konsumen untuk membeli secara online.
6) Background Logo
Warna merah yang diterapkan sebagai latar belakang logo diyakini dapat meningkatkan selera seseorang untuk makan.
7) Font Logo

Penggunaan font Margin pada tulisan Tape Pak lan karena font ini memiliki bentuk yang unik dan font ini sangat cocok untuk logo *vintage*. Kesan yang dibuat oleh logo *vintage* ini dapat mudah lebih diingat oleh konsumen. Font Code pro pada tulisan Dusun semen digunakan karena font ini memiliki kesan modern.

Gambar 5. Branding logo pada kemasan wadah bambu produk Tape Pak Lan

Tanggapan yang diberikan oleh UMKM Tape Pak Lan yakni sangat baik, beliau merasa terbantu dengan hadirnya logo pada kemasan. Sehingga harapan kami, UMKM Tape Pak Lan menjadi salah satu UMKM yang berkembang dalam kualitas produk dan selalu maju dalam usahanya.

Kesimpulan

Pembuatan identitas visual brand sangatlah penting bagi UMKM, melalui branding logo pada UMKM Tape Pak Lan diharapkan dapat memberikan identitas produk dan memperluas pemasaran, sehingga pemasaran tidak hanya dioperasikan di dalam desa melainkan juga di luar desa. Pembuatan logo UMKM Tape Pak Lan telah disesuaikan dengan konsep - konsep logo yang baik mulai dari penggunaan warna merah sebagai latar belakang logo, huruf yang digunakan juga telah disesuaikan dengan huruf di logo – logo pada zaman sekarang sehingga diharapkan dapat memberikan kesan modern. Kami berharap agar pembuatan logo ini dapat menjadi daya tarik dalam pemasaran UMKM Tape Pak Lan.

References

Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah , 6(1), 674–681. https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967

Aurumajeda, T., & Nurhidayat, M. (2021). ANALISIS KONSEP LOGO PROPESOR BAWANG SEBAGAI PENINGKATAN DAYA TARIK PEMBELI DI KABUPATEN KUNINGAN. KREATIF : Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif, 03(01), 12–16.

Destrina, A., Lukyanto, G., Dewanti, M., & Aminah, S. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat,

2(2), 1473–1478.
Muhammad, S. A., Winarno, A., & Hermawan, A. (2021). STRATEGI BRANDING DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PRODUK GREEN BEAN KOPI. Jurnal Graha Pengabdian, 3(4), 369–376.
Rezky Ramadhan, N., Januarty, R., Dhevia, D., Meilinda, Riswani, A.D.P, W., & Nurul Annisa Sukhiar, A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Desa Bontotiro Melalui Pembuatan Logo dan Eduwisata untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayan Masyarakat, 2(1), 105–111. https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M
Setiawati, T., Hamid Damanik, I., & Sya'dian, T. (2020). PERANCANGAN BRANDING LOGO "FADILLAH FOOD." Jurnal Proporsi, 5(2), 198–208.
Swissia, P., & Halimah. (2023). OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN BRANDING PADA UMKM TEMPE MBAH MUL DI DESA PURWOTANI. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(8). http://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI