

Pengenalan Dan Design Logo Kemasan Untuk Umkm Dalam Era Digital : Strategi Meningkatkan Pemasaran Di Desa Sungai Siput

Abel Tri Rahma¹, Aisyah Az Zahra², Hisma Rahman³, Jaya Rizaldi Fajri⁴, Melis Anita⁵,
M.iqbal⁶, Salsabila Putri⁷, Siti Khofifah Amara⁸, Sri Wahyuni⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Universitas Riau

Korespondensi penulis : kukertasungaisiput2023@gmail.com

Article History:

Received: 20 Juli 20023,

Revised: 15 Agustus 2023,

Accepted: 30 September 2023

Keywords: Branding, Logo Design,
UMKM

Abstract. *The purpose of this University of Riau KKN activity is to provide assistance to UMKM in terms of utilizing digital technology to market products and improve product branding, especially for UMKM in Sungai Siput Village. There are 3 UMKM in Sungai Siput Village, namely UMKM that sell oyster mushrooms, handicrafts and herbal medicine, which are experiencing a decline in sales so they need to implement new strategies, one of which is product branding and digital marketing. Assistance is provided to utilize technology to increase sales, create logo designs for social media and also to be used on packaging, so that people can get to know the product itself better. The result of this activity is the formation of a new logo and a new name for product branding from UMKM. Apart from that, UMKM owners also receive education regarding the theory of digital product marketing through effective and targeted social media.*

Abstrak

Tujuan dari kegiatan KKN Universitas Riau ini adalah untuk melakukan pendampingan bagi UMKM dalam hal pemanfaatan teknologi digital untuk melakukan pemasaran produk dan meningkatkan branding pada produk, khususnya pada UMKM Desa Sungai Siput. UMKM di Desa Sungai Siput terdapat 3 UMKM yaitu UMKM yang menjual jamur tiram, kerajinan tangan dan jamu racikan, yang mengalami penurunan penjualan sehingga perlu menerapkan strategi baru yaitu, salah satunya yaitu branding produk dan pemasaran digital. Pendampingan dilakukan untuk memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kembali penjualan, membuat design logo untuk media sosial dan juga untuk digunakan pada kemasan, sehingga masyarakat dapat mengenal lebih baik produk itu sendiri, Hasil dari kegiatan ini yaitu terbentuknya logo baru dan nama baru untuk branding produk dari UMKM. Selain itu, pemilik UMKM juga memperoleh edukasi mengenai teori pemasaran produk secara digital melalui media sosial yang efektif dan tepat sasaran.

Kata kunci : Branding, Design Logo, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam stabilitas nasional. Berdasarkan data dari BPS Provinsi Riau (2018) dalam katalog Potensi Usaha Mikro Kecil Provinsi Riau, saat ini dunia usaha di Provinsi Riau masih didominasi oleh usaha golongan usaha mikro kecil (UMK). Jumlah usaha

* Tria Putri Mustika, Tria.putri@lecturer.unri.ac.id

mikro kecil ini mencapai 509 ribu atau 98,26 persen dari total usaha non pertanian di Provinsi Riau. Selain itu, jumlah usaha mikro lebih mendominasi dengan presentasi sekitar 89 persen usaha UMKM yang dilakukan secara perorangan (mikro). Sedangkan usaha kecil tercatat sebesar 10,99 persen dari total usaha mikro kecil di Provinsi Riau. Bengkalis sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Riau menyumbang kontribusi UMK sebesar 8,49 persen atau sekitar 43.253 UMKM dari total 509.252 UMK di Provinsi Riau (BPS Provinsi Riau, 2018).

Bentuk inovasi dalam upaya peningkatan nilai jual produk UMKM salah satunya adalah melalui branding produk. Branding ini merupakan sebuah identitas melalui simbol, nama, istilah, rancangan, tanda atau kombinasi dari semuanya yang dirancang dan memiliki tujuan mengidentifikasi suatu barang, jasa, kelompok antar penjual satu dengan yang lainnya (Kotler & Keller, 2009). Secara garis besar, branding produk untuk UMKM meliputi nama merek dagang, logo, visual, desain kemasan, slogan atau tagline. Bentuk visual yang paling penting ditampilkan adalah logo dan tampilan produk itu sendiri, atau biasa disebut dengan desain mockup. Melalui branding produk pada produk UMKM dapat mempresentasikan pembaruan dan perubahan dalam beberapa hal di produk atau UMKM tersebut (Nastain, 2017).

Dengan pembuatan logo dan slogan atau tagline yang tepat bagi UMKM, tentunya akan berpengaruh pada nilai jual produk itu sendiri, dikarenakan logo dan tagline dapat memvisualkan dan mendeskripsikan produk apa yang dijual dan menjadi pembeda dari produk lainnya. Logo UMKM yang sudah dibuat tentunya harus dipadukan dengan desain kemasan suatu produk sebagai tampilan atau preview produk tersebut, yang pada umumnya dibuat dalam bentuk desain mockup (Saputri et al., 2020).

Maka dari itu, kami kelompok Kukerta Universitas Riau di Desa Sungai Siput melakukan sosialisasi dan pembuatan logo untuk UMKM di Desa Sungai Siput agar dapat meningkatkan kualitas produk UMKM.

LANDASAN TEORI

Desain kemasan menjadi salah satu sarana untuk mengkomunikasikan isi produk secara visual. Sebenarnya mengemas dan kemasan memiliki arti yang berbeda. Mengemas adalah tindakan membungkus atau menutup suatu barang atau sekelompok barang. Sedangkan kemasan mengacu pada objek fisik itu sendiri (Klimchuk and Krasovec 34). Kemasan

memiliki pengertian yang sangat luas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kemasan adalah bungkus pelindung barang dagangan.

Menurut (Klimchuck and Krasovec 33) desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengkaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemenelemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Menurut Didit Widiatmoko (2007), seorang dosen ITB, kemasan merupakan upaya manusia untuk mengumpulkan sesuatu yang berantakan ke dalam suatu wadah, serta melindungnya dari gangguan cuaca.

Seberapa jitu dan hebatnya strategi bisnis dan marketing sebuah perusahaan apabila melupakan logo pada kemasan produk atau logo produk akan sangat sulit untuk berhasil karena logo merupakan pintu gerbang kedalam pikiran konsumen (Philips Kotler).

METODE PENERAPAN

Metode penerapan dalam pelaksanaan kegiatan Kukerta Balek Kampung di Desa Sungai Siput dimulai dengan koordinasi dan ditujukan kepada UMKM untuk melaksanakan sosialisasi pada 10 Agustus 2023. Kemudian dilanjutkan dengan proses pembuatan logo kemasan dengan menggunakan aplikasi Canva. Lalu, melakukan revisi atas design logo yang telah dibuat sesuai dengan kemauan pihak UMKM.



Gambar 1. Skema Metode Sosialisasi dan Pembuatan Design Logo Tim Kukerta Unri

A. Tahap Perencanaan

Tahap awal dari kegiatan sosialisasi dan pembuatan logo ini adalah tahap perencanaan. Yang mana, tahap perencanaan terdiri dari penyusunan materi, target sasaran dan penyiapan bahan. Ditahap ini kami merencanakan sosialisasi pembuatan logo kemasan walaupun nyatanya para UMKM sebagian sudah memiliki logo mereka sendiri, maka dari itu kami merancang sedemikian rupa agar kegiatan ini dapat bermanfaat bagi para UMKM.

Sosialisasi dan pembuatan logo kemasan ini dilakukan pada 10 Agustus 2023 di lokasi UMKM. Oleh karena itu, Kelompok Kukerta Universitas Riau perlu mengadakan diskusi dengan pihak UMKM Desa Sungai Siput mengenai kegiatan ini.



Gambar 2. Diskusi Mengenai Sosialisasi dan Pembuatan Logo bersama Pihak UMKM

B. Pelaksanaan

Tahap berikutnya adalah tahap pelaksanaan sosialisasi dan pembuatan design logo kemasan, yang mana sebagaimana telah dirancang sebelumnya. Kegiatan yang dilakukan berupa kegiatan sosialisasi dari mahasiswa Kukerta Universitas Riau yang ditujukan kepada pihak UMKM serta melaksanakan pembuatan design logo. Pelaksanaan kegiatan ini hanya memakan waktu sekitar 2-3 hari.



Gambar 3. Sosialisasi dan Penyerahan Logo Usaha “Jamur Mutiara”



Gambar 4. Sosialisasi dan Penyerahan Logo ke Usaha “Lilis Craft”



Gambar 5. Sosialisasi dan Penyerahan Logo ke Usaha “Jamu Mbak Nur”

C. Hasil dan Evaluasi

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Universitas Riau ini dilaksanakan pada tanggal 10 Agustus 2023 yang bertempat di Desa Sungai Siput, tepatnya di 3 lokasi UMKM dan mencapai hasil sebagai berikut :

- Adanya logo, dan merk usaha terhadap UMKM yang telah dikembangkan yaitu Jamur Mutiara, Jamu Mbak Nur dan Lilis Craft.
- Adanya akun sosial media yang digunakan untuk media promosi, dan pembesaran target pasar.
- Adanya peningkatan ilmu pengetahuan terhadap digitalisasi marketing.

Luaran yang Dicapai :



Gambar 6. Logo Usaha Aksesori Kawat Tembaga “Lililis Craft”



Gambar 7. Logo Usaha Jamu Beras Kencur “Mbak Nur”



Gambar 8. Logo Usaha Jamur Tiram Segar “Jamur Mutiara”

Selama kegiatan sosialisasi dan pembuatan design logo, terdapat beberapa kendala ataupun hambatan diantaranya:

- Kesulitan para pihak UMKM untuk memahami sosialisasi yang diberikan, dengan alasan mereka tidak begitu memahami aplikasi yang digunakan, contohnya Canva. Maka dari itu kami mencari cara yang lebih efektif dan simple agar mereka dapat memahaminya.
- Kesulitan dalam manajemen waktu. Dikarenakan para pihak UMKM memiliki kegiatan aktif setiap harinya, maka kami harus mengatur jadwal dengan para pihak UMKM agar dapat melaksanakan kegiatan ini.

Hasil dari kegiatan sosialisasi yang telah dijalankan, banyak respon positif yang diberikan. Banyak pengusaha UMKM yang kemudian memahami pentingnya branding melalui label yang dapat mengenalkan produk dengan ciri khas khusus, kemudian kemasan yang menarik, serta dengan mengenalkan produk melalui media social. Hal tersebut dapat dilihat dari antusias pemilik UMKM yang sangat interaktif pada saat sesi pemaparan pentingnya branding dan pemasaran.

KESIMPULAN

UMKM sebagai salah satu pelaku bisnis di Indonesia, sedang mengalami dampak yang cukup berat akibat pandemi Covid-19 ini. Strategi-strategi baru dalam kegiatan pemasaran dan penjualan perlu dipelajari kembali oleh para pelaku usaha tersebut. Salah satu yang sangat penting untuk dipelajari dan dikembangkan adalah penerapan pemasaran digital untuk memasarkan produknya. Sehingga, salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu berfokus pada pengenalan produk, serta penggunaan perangkat digital bagi UMKM guna meningkatkan pendapatan penjualan.

Hasil dari kegiatan ini menghasilkan Design dan Logo baru untuk para pihak UMKM. Serta pembelajaran baru berupa strategi marketing dan pembuatan media social. Kegiatan ini diharapkan dapat mengedukasi para pihak UMKM di Desa Sungai Siput dan dapat bermanfaat dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- “Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19”, 20 Juni 2020, <https://katadata.co.id/umkm>, diakses 18 September 2023.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1 – 17
- Mansir, F., & Majid, M. N. (2021). Pemberdayaan UMKM Dalam Mengoptimalkan Sosial Media Dalam Menghadapi Adaptasi Kebiasaan Baru di Balecatur Sleman DIY. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 2(1), 21–28.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Kumalasari, H., Pratiwi, P., & Utami, B. S. (2020). Brand Identity Untuk Kampung Singkong Salatiga Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Merek. *SEGARA WIDYA Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 1–9.
- Listya, A., & Rukiah, Y. (2018). Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 199. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1548>