



Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual

Andreas Smith Sinaga¹, Dewi Khrisna Sawitri²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Abstract

Received: 07 Juli 2024

Revised: 14 Juli 2024

Accepted: 28 Juli 2024

Branding merupakan hal yang penting dalam bisnis. Branding juga bisa dilakukan oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Kebanyakan UMKM belum menyadari pentingnya branding. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menyampaikan pemahaman dan pentingnya branding produk. Mitra kegiatan ini adalah UMKM yang berasal dari Kecamatan Kalirungkut, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Metode pelaksanaannya adalah pertukaran, lokakarya, dan evaluasi. Kegiatan ini berhasil dan mendapat dukungan dari Pemerintah Desa Kalirungkut. UMKM mampu meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan dengan mereknya sendiri. Dengan memberikan logo yang bermakna, membuat label kemasan, dan membantu foto produk, branding UMKM membuat UMKM dapat dikenal oleh masyarakat luas. Tujuannya agar penjual mempunyai brand sendiri dan dikenal masyarakat melalui logo produk yang dijualnya. Oleh karena itu, logo bagi UMKM sangat penting untuk membantu UMKM memaksimalkan penjualan dan memamerkan produknya dengan menggunakan Minuman Herbal Ekadwitri.

Keywords: *Branding, UMKM, Promosi*

(*) Corresponding Author: andreassinagaqwerty@gmail.com , dewikhrisna.mnj@upnjatim.ac.id

How to Cite: Sinaga, A., & Sawitri, D. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 279-287. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13377508>

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang sangat ketat ini, branding telah menjadi faktor penting bagi keberhasilan sebuah organisasi. Dunia bisnis setiap saat akan mengalami perubahan. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menjadikan banyak produk baru yang bermunculan. Dalam konteks pemasaran, branding memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan terkait nilai-nilai, pesan, dan keunikan suatu merek kepada konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi yang ada, UMKM dapat menyusun strategi untuk melibatkan konsumen terhadap produk yang dijual. Salah satu inisiatif yang dapat dilakukan UMKM untuk meningkatkan kualitas produknya adalah dengan menciptakan brand.

Merek merupakan salah satu wujud karya intelektual yang digunakan untuk membedakan sebuah produk dengan produk lainnya (Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali et al., 2022) yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa agar dapat memperkuat image suatu produk. Branding bukan hanya tentang logo atau elemen visual saja, namun mencakup elemen lainnya, seperti persepsi konsumen, reputasi, dan hubungan emosional antara merek dengan konsumen. Identitas suatu produk sangat diperlukan dalam bisnis. Dengan adanya identitas produk, konsumen akan lebih mudah mengenal produk yang dijual dan produk tersebut dapat memberikan kesan yang unik karena memiliki branding yang kuat. Keberhasilan suatu merek dalam membangun citra positif dan kepercayaan konsumen dapat membantu meningkatkan loyalitas konsumen, menciptakan

keunggulan kompetitif, dan memperluas pangsa pasar. Apalagi produk yang dihasilkan juga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Oleh karena itu, pentingnya pembuatan brand atau logo ini dapat menjadi pembeda antara pesaing-pesaing lainnya, baik dari jenis produk yang serupa maupun berbeda.

Branding adalah proses yang memperkuat penempatan merek di pasar dengan membangun dan menyampaikan merek. Branding suatu produk dapat dilihat dari logo, warna, dan kemasannya, atau dapat dikatakan bahwa kemasan merupakan ciri pembeda suatu produk (Ainun et al., 2023). Disamping itu, para pelaku UMKM belum memahami manfaat dari branding, rendahnya ilmu tentang branding, belum memiliki karakter entrepreneur yang positif dan yang tidak kalah penting adalah belum mendapatkan pelatihan atau pendampingan mengenai teknis strategi branding bagi para pelaku UMKM (Saifulloh, 2021). Dalam konteks UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) branding sangatlah penting. Oleh karena itu, strategi branding yang efektif dapat menjadi alat bagi UMKM dalam membangun kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan membedakan diri dari pesaing.

Kelurahan Kalirungkut Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya menjadi salah satu tempat pengabdian masyarakat, kami berfokus pada pengembangan branding untuk UMKM Minuman Herbal Ekadwitri, khususnya pada pembuatan logo dan label produk serta melakukan foto produk. Sebelumnya, Minuman Herbal Ekadwitri tidak memiliki logo dan label pada produk. Dari sinilah konsumen mungkin kesulitan dalam mengidentifikasi produk dan memperoleh informasi penting tentangnya, seperti merek, bahan, instruksi, penggunaan, dan tanggal kadaluarsa. Dalam persaingan yang ketat, kemasan tidak menonjol dapat mengurangi daya tarik produk dan menghambat konsumen memilih produk. Penting bagi UMKM Minuman Herbal Ekadwitri ini untuk menjaga konsistensi branding dalam desain label kemasan mereka, termasuk penggunaan logo, warna, dan elemen branding lainnya yang konsisten dengan identitas merek.

Minuman Herbal Ekadwitri perlu melakukan inovasi desain label kemasan untuk membedakan dirinya dari pesaing dan menarik perhatian konsumen. Sehingga, perlu dilakukannya branding merek dan logo. Melalui logo, khalayak dapat mengenali suatu produk dan dapat mengaitkannya dengan asosiasi tertentu (Agustina et al., 2021). Pembuatan logo yang tepat dan efektif dapat membantu UMKM Minuman Herbal Ekadwitri dalam membangun citra merek yang kuat dan membedakan diri di pasar kompetitif. Selain menerapkan logo pada kemasan produk, penggunaan label produk juga menjadi salah satu bentuk branding agar konsumen lebih tertarik dengan produk yang dijual. Label produk akan mempermudah konsumen untuk mengetahui apa yang mereka beli dan apa yang mereka terima jika membeli produk tersebut.

Selain kegiatan branding label produk, kami juga membuat foto produk. Mengapa foto produk begitu penting? Albert Einstein, dalam salah satu quotes nya, pernah mengatakan bahwa "One picture is worth a thousand words". Dari quote tersebut dapat diterjemahkan bahwa sebuah gambar, dalam hal ini foto, dapat menceritakan banyak hal (Saptiyono et al., 2021). Kelebihan foto produk adalah memberikan gambaran paling jelas dan menarik tentang produk yang dijual. Branding, mulai dari logo, label, hingga foto produk, memungkinkan UMKM memperkuat identitas mereknya, meningkatkan kesadaran merek, dan

membedakan dirinya dari pesaing. Logo membantu membangun kepercayaan konsumen, menciptakan hubungan emosional dengan merek, dan memperluas potensi pertumbuhan bisnis. Pembuatan logo bagi UMKM merupakan investasi penting untuk membangun merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

METODE

Kegiatan Bina Desa ini berupa meningkatkan citra merek melalui desain dan identitas visual. Kegiatan pendampingan ini dilakukan pada UMKM Minuman Herbal Ekadwitri yang terletak di Jalan Dukuh Kaliwaru Pondok Boro 18, Kelurahan Kalirungkut, Kecamatan Kalirungkut, Kota Surabaya. Berikut merupakan langkah-langkah pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan

1. Identifikasi Masalah

Tahap pertama dalam kegiatan pendukung branding UMKM ini adalah wawancara. Wawancara dilakukan kepada pemilik UMKM Minuman Herbal Ekadwitri. Wawancara dilakukan secara offline di rumah pemilik UMKM. Tujuan dari kegiatan wawancara ini adalah untuk mengetahui kondisi awal dan latar belakang berdirinya UMKM Minuman Herbal Ekadwitri.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Tahap selanjutnya Tim Bina Desa Kalirungkut melakukan diskusi kelompok dengan UMKM Minuman Herbal Ekadwitri untuk mengetahui secara detail permasalahan dan keinginan pemilik UMKM tersebut. Setelah melakukan survei dan perencanaan branding, tim melakukan pengambilan desain branding logo dan kemasan serta melakukan foto produk terhadap UMKM Minuman Herbal Ekadwitri.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi merupakan dua kegiatan terpadu dalam pengelolaan program. Tujuan pemantauan dan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat kinerja dan konsistensi antara rencana yang dituangkan dalam rencana pelayanan dengan hasil yang dicapai melalui kegiatan normal. Tim Bina Desa melakukan pemberian hasil desain branding dan foto produk untuk UMKM Minuman Herbal Ekadwitri serta memberikan edukasi mengenai branding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan masyarakat diawali dengan mengamati dan memperoleh informasi mengenai potensi daerah yang akan dikembangkan. Diantaranya adalah wawancara tatap muka dengan aparat kecamatan di wilayah Kecamatan Kalirungkut dan mendapatkan persetujuan untuk melakukan kegiatan pengabdian pada salah satu UMKM yang ada di wilayah Kecamatan Kalirungkut. Setelah mendapat izin dari pihak desa, kegiatan selanjutnya mengunjungi Ibu Mesinah, pemilik UMKM Minuman Herbal Ekadwitri. Peran branding disini adalah membantu UMKM Minuman Herbal Ekadwitri meningkatkan penjualan dan bersaing dengan UMKM lainnya.



Gambar 2. Permohonan izin kepada pihak Kelurahan Kalirungkut



Gambar 3. Survei kerumah UMKM Minuman Herbal Ekadwitri

Tahapan selanjutnya melakukan pelatihan dan pendampingan cara pembuatan desain logo dan label kemasan menggunakan media smartphone kepada UMKM Minuman Herbal Ekadwitri.



Gambar 4. Melakukan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM Minuman Herbal Ekadwitri

1. Logo Produk

Langkah pertama yang dilakukan adalah mengembangkan desain logo baru UMKM Minuman Herbal Ekadwitri yang diberi nama Ekadwitri. Dalam proses ini dibuat beberapa alternatif desain logo dan selanjutnya para pemilik UMKM Minuman Herbal Ekadwitri diajak berkonsultasi untuk melihat logo mana yang akan dipilih mitra untuk membuat logo baru tersebut.



Gambar 5. Logo UMKM Minuman Herbal Ekadwitri

Logo harus menunjukkan identitas usaha dari produk yang telah dijual dan melihat aspek-aspek seperti bahan baku yang dipakai, bagaimana tampilan produk jadi, dan juga karakter SDM nya (Sari & Suwaidi, n.d.). Gambar desain logo yang dipilih di atas dimaksudkan untuk memberikan kesan dinamis karena berbentuk lingkaran. Di dalamnya juga terdapat obat herbal yang dihaluskan dan ramuan herbal yang menunjukkan bahwa obat herbal ini terbuat dari bahan alami. Bagian terakhir tentunya nama produk sebagai identitas jamu yang dihasilkan: Minuman Herbal Ekadwitri.

2. Label Produk

Perancangan label didasarkan pada perencanaan dan beberapa langkah pengolahan. Selama tahap desain, perhatian diberikan untuk memastikan bahwa desain label terlihat menarik. Desain branding dapat mencerminkan nilai merek Anda yang diungkapkan melalui label, logo, warna, bentuk, dan lainnya. Misi dari label ini adalah memberikan keistimewaan kepada perusahaan UMKM Minuman Herbal Ekadwitri dan membedakannya dengan perusahaan sejenis lainnya. Pencitraan merek label ini dikaitkan dengan nilai-nilai merek yang modern dan otentik. Label juga dibuat untuk memberikan kesan informasi. Dalam hal ini berarti label memberikan gambaran tentang produk, diikuti dengan elemen pendukung yang memberikan gambaran tentang aset merek. Dengan adanya label yang menarik yang mampu meningkatkan minat konsumen. Konsumen lebih tertarik pada label daripada produk yang tidak memiliki label (Kadi et al., n.d.). Gambar 6 di bawah ini adalah gambar label kemasan.



Gambar 6. Label kemasan UMKM Minuman Herbal Ekadwitri

Hasil yang diperoleh dengan membuat label produk ini dan menempelkannya pada kemasan produk Minuman Herbal Ekadwitri. Pada langkah terakhir dilakukan evaluasi untuk memperkuat strategi melalui implementasi branding. Berdasarkan hasil evaluasi, UMKM menyadari bahwa branding sebagai ciri produknya sangat diperlukan dan diperlukan dalam usahanya.

3. Foto Produk

Memotret produk saat ini tidak harus menggunakan kamera khusus seperti kamera DSLR (Digital Single Lens Reflex), tapi dapat mengoptimalkan perangkat kamera yang disematkan dalam telepon selular cerdas (smartphone) (Sidhartani et al., 2020). Pada foto produk dilakukan pembimbingan cara melakukan foto produk yang menarik dan bagus. Ada beberapa elemen yang perlu diperhatikan, seperti peralatan foto produk yang berupa kamera, lighting lalu terdapat juga elemen seperti pencahayaan, gaya atau style, konsep foto, editing foto, dan komposisi foto, oleh pelaku UMKM dalam melakukan foto produk.

Sasaran dari program kerja ini adalah pelaku UMKM Minuman Herbal Ekadwitri. Tujuan dari program kerja branding foto produk menjadi identitas bagi para pelaku UMKM dan dapat meningkatkan nilai dari produk UMKM itu sendiri. Foto produk yang baik membantu konsumen memahami iklan anda berdasarkan foto saja. Sebab di era teknologi digital ini, UMKM harus mampu melakukan inovasi pada platform digital seperti media sosial dan e-commerce sebagai media periklanan untuk menjual produknya secara lebih luas.



Gambar 7. Foto produk UMKM Minuman Herbal Ekadwiti

Memotret produk anda akan membuatnya terlihat lebih menarik. Dengan mengambil foto pada sudut yang tepat dan menyampaikan konsep serta latar belakang yang tepat, kami berharap dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut. Inovasi foto produk lebih semarak dan memiliki nilai estetika yang cukup menarik untuk dipublikasikan melalui e-commerce dan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram.

Dengan adanya foto produk yang baik bisa meningkatkan keputusan konsumen dalam membeli produk. Adanya foto produk yang menarik bisa mempengaruhi minat seseorang untuk lebih dalam mengenali produk. Kegiatan foto produk ini tidak mudah karena harus membutuhkan keterampilan, kemampuan, pengetahuan agar dapat menciptakan foto produk yang unggul dan memiliki nilai estetika sehingga bisa menarik minat konsumen untuk mencari tahu produk tersebut.

Kegiatan foto produk ini termasuk bagian dari branding produk, dalam membuat branding produk harus memperhatikan beberapa hal yang menarik minat konsumen salah satunya yaitu foto produk. Branding adalah proses memperkenalkan produk dipasaran. Branding pada suatu produk tidak hanya dari logo dan kemasan saja, tetapi branding ini bagaimana cara UMKM untuk memperkenalkan produknya supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas dan bisa menjadi daya tarik konsumen. Adanya kegiatan branding foto produk memberikan dampak yang baik bagi para pelaku UMKM, karena pada situasi saat ini pesaing di era teknologi semakin pesat sehingga para pelaku UMKM harus memiliki media promosi yang baik agar mampu menarik perhatian konsumen pada media sosial.

Program kerja sosialisasi door to door dan pendampingan foto produk sebagai bahan promosi UMKM. Adanya program kerja ini para pelaku UMKM lebih mengerti manfaat akan pentingnya foto produk yang baik dan menarik dalam proses pemasaran agar meningkat nilai jual produk yang ditawarkan serta konsumen merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga berlanjut pada proses pembelian.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil upaya filantropi tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi kegiatan UMKM penting untuk menumbuhkan berkembangnya ide dan inovasi dalam bidang branding produk yang masih sederhana dan belum terkonsep. Inovasi pada produk UMKM dapat meningkatkan brand image produk di mata konsumen. Identitas produk yang kuat membantu konsumen mengingat produk anda dengan mudah. Filantropi ini akan membantu memotivasi para pelaku UMKM agar siap bersaing dengan kompetitor sejenis melalui penerapan strategi periklanan branding produk.

Rekomendasi dari pelatihan ini adalah para pelaku UMKM diharapkan dapat mengembangkan usahanya tanpa mengabaikan perkembangan teknologi. Selain itu diharapkan pihak kecamatan lebih sering mengadakan pelatihan digitalisasi UMKM dan mengadakan festival UMKM untuk memperkenalkan produk UMKM Kecamatan Kalirungkut kepada masyarakat luas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah mendukung kami dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan juga kepada pemilik usaha UMKM Minuman Herbal Ekadwitri, Kelurahan Kalirungkut, Bapak Ketua RW 12 Kalirungkut, Kelompok Bina Desa Kalirungkut, dan Ibu Dr. Dewi Khrisna Sawitri, S.S.,S.psi.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Bina Desa Kalirungkut atas kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan Bina Desa. Dan tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada kementrian yang telah mendanai program kompetisi kampus merdeka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (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, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., & Purwanto, H. (n.d.). *Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun*.
- Saifulloh, M. (2021). *Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan*. 1(1).
- Sari, N. Z. S., & Suwaidi, R. A. (n.d.). BRANDING UMKM TAPE PAK LAN MELALUI PEMBUATAN LOGO STIKER DI DUSUN SEMEN, MUSIR KIDUL. *R. A.*, 01(03).
- Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180–189. <https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>
- Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Subawa, N. S., Widhiasthini, N. W., Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Permatasari, N. P. I.,

Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Wisudawati, N. N. S., & Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali. (2022). Pengembangan Citra Merek sebagai Identitas Merek “Arak Besan” dalam Menghadapi Kompetitor. *Yumary : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 167–173. <https://doi.org/10.35912/yumary.v2i3.934>