

Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM “Hera Frozen Food” Medokan Ayu Surabaya

¹Cindy Leony Puspitasari, ²Rizky Dermawan, ³Wilma Cordelia Izaak
^{1,2,3}Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia
Email Corresponding: 21012010013@student.upnjatim.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Branding Logo UMKM Sosialisasi Pendampingan	Dalam dunia industri, khususnya pada UMKM sangat penting untuk melakukan branding agar usaha yang dijalankan bisa tetap eksis di pasaran. Branding merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk membangun citra tentang merek yang positif di benak konsumen. Branding dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya yaitu branding melalui logo. Akan tetapi, branding melalui logo masih belum diterapkan pada UMKM “Hera Frozen Food” di Medokan Ayu Surabaya. Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh UMKM “Hera Frozen Food”, yaitu masih terbatasnya pengetahuan pemilik UMKM akan pentingnya membangun branding melalui logo bagi kemajuan usahanya. Berdasarkan hal tersebut, dapat ditemukan solusi untuk UMKM “Hera Frozen Food”, salah satunya dengan melakukan sosialisasi tentang pentingnya branding dan pendampingan. Kegiatan sosialisasi branding dan pendampingan pada pelaku UMKM di Medokan Ayu, khususnya UMKM “Hera Frozen Food” dilakukan pada bulan November - Desember 2023. Tujuannya untuk memberikan pemahaman mengenai perkembangan digital dan pentingnya melakukan branding melalui logo. Melalui kegiatan ini, dapat membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka untuk mengembangkan usahanya.
Keywords: Branding Logo MSME Socialization Accompaniment	ABSTRACT In the industrial world, especially in MSMEs, it is very important to carry out branding so your business can continue to exist in the market. Branding is an activity carried out to build a positive brand image in the minds of consumers. Branding can be done in various ways, one of which is branding through a logo. However, branding via logo has not yet been applied to the MSME "Hera Frozen Food" in Medokan Ayu Surabaya. There are several obstacles experienced by the MSME "Hera Frozen Food", namely the limited knowledge of MSME owners regarding the importance of building branding through a logo for the progress of their business. Based on this, a solution can be found for "Hera Frozen Food" MSMEs, one of which is by conducting outreach about the importance of branding and mentoring. Branding outreach activities and assistance to MSMEs in Medokan Ayu, especially "Hera Frozen Food" MSMEs, will be carried out in November - December 2023. The aim is to provide an understanding of digital developments and the importance of branding through logos. Through this activity, MSMEs can help improve their knowledge and skills to develop their businesses.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Masyarakat sangat berperan penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia melalui UMKM yang merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, UMKM menjadi salah satu wadah yang memiliki peran dan strategi yang sangat penting, karena keberadaan UMKM yang cukup dominan tersebar di wilayah Indonesia. Keberadaan UMKM yang cukup dominan ini dikarenakan UMKM memiliki potensi serta peluang untuk masuk ke dalam industri pasar yang besar serta mampu untuk masuk ke dalam sektor ekonomi, UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga sangat dominan berkontribusi dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (Sarfia, Atmaja, dan Verawati 2019). Oleh karena itu, tidak heran jika keberadaan UMKM menjadi salah satu penggerak untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia dan berperan cukup penting untuk mengurangi pertumbuhan angka

kemiskinan yang terjadi di Indonesia (Kurniawan & Fauziah, 2014). Dalam pelaksanaannya sendiri, karena UMKM menjadi salah satu usaha pengembangan ekonomi yang potensial di Indonesia, maka perlu digali lebih dalam lagi dan dioptimalkan peluang atau potensi yang mungkin ada untuk meningkatkan pembangunan ekonomi masyarakat. Salah satu cara untuk mengembangkan UMKM, yaitu dengan melakukan kegiatan branding.

Branding adalah salah satu kegiatan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menyampaikan pesan dari sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga konsumen tidak bingung dan mudah untuk mengingat produknya. Branding yang dilaksanakan dengan baik akan mampu memberikan kesan yang baik pula kepada para penggunanya, sehingga membuat konsumen tetap setia untuk menggunakan produknya. Branding dilakukan untuk mempertahankan serta memperkuat brand (merek) sehingga mampu memberikan perspektif atau citra ke orang lain. Di era persaingan pasar global yang semakin ketat, membangun branding sangat penting untuk dilakukan (Nugraha et al., 2017). Menurut Kotler & Keller (2015) Branding dapat disebut memberi kekuatan *brand* pada produk dan layanan. Produk yang bagus serta menjual, tetapi tidak memiliki kekuatan *brand* akan menjadi sia – sia. Pada umumnya, konsumen jika sudah merasa cocok dan nyaman dengan suatu *brand* tertentu, maka mereka tidak akan mudah berpaling pada *brand* lainnya (Pages, 2001). Namun, suatu produk juga tidak hanya terpaku pada *brand* saja, akan tetapi kualitas produk serta pelayanan yang diberikan juga perlu diperhatikan. Oleh karena itu, semakin banyak konsumen yang merasa puas dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan, maka semakin tinggi juga nilai jual produk tersebut. Selain itu, *brand* juga disebut sebagai identitas dari produk itu sendiri. Menurut Kotler & Keller (2006) *Brand identity* adalah sekelompok asosiasi merek yang unik dan memiliki ciri khas tertentu yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek tersebut. Identitas brand dibentuk melalui beberapa elemen yang diciptakan perusahaan, salah satu elemen tersebut adalah logo.

Menurut David E. Carter (dalam Kurniawan, 2008) Logo merupakan suatu identitas visual yang diterapkan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Selain itu, Logo juga merupakan *signature* atau tanda pengenal serta karakteristik yang diterapkan pada suatu objek atau entitas tertentu (Rustan, 2010;13). Logo biasanya dibuat untuk mewakili suatu perusahaan dan menciptakan kesan pertama di benak konsumen, karena logo sendiri merupakan elemen yang pertama kali dilihat oleh konsumen dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam penciptaan identitas visual melalui logo harus memperhatikan pesan atau nilai apa yang ingin disampaikan kepada konsumen, sehingga tidak boleh dilakukan secara asal - asalan. Di era digital seperti ini dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, para pelaku UMKM harus bisa mengimbangnya jika ingin bisnisnya tetap eksis di pasaran. Dengan melakukan branding melalui logo, dapat membantu mempertahankan eksistensi bisnis sekaligus meningkatkan daya saing UMKM di pasaran.

II. MASALAH

Wilayah Medokan Ayu Surabaya adalah salah satu wilayah di Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Di Medokan Ayu sendiri banyak potensi – potensi yang bisa dilakukan untuk mengembangkan UMKM. Ada beberapa UMKM di wilayah tersebut dengan bisnis atau usaha yang berbeda. Salah satunya adalah UMKM “Hera Frozen Food” yang merupakan usaha yang bergerak di bidang pangan olahan, dimana melayani banyak pesanan frozen food seperti Ikan Marinasi. UMKM “Hera Frozen Food” sebenarnya banyak memiliki potensi yang dapat dikembangkan demi kemajuan usahanya. Namun, potensi yang dimiliki masih terkendala beberapa hal, seperti kurang pahamnya pemilik UMKM akan perkembangan digital atau biasa disebut Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), sehingga tidak memiliki kemampuan dalam mendesain atau membuat logo secara digital. Selain itu, mereka juga tidak sempat untuk mempelajari dan memahami perkembangan digital yang sedang terjadi saat ini.

Hal tersebut disebabkan karena masih belum adanya pemahaman serta pengetahuan mengenai pentingnya peran logo dalam membangun branding yang kuat untuk perkembangan usaha yang sedang dijalankan. Oleh sebab itu, perlu adanya analisis peluang atau solusi untuk mengatasi kendala tersebut, salah satunya melalui sosialisasi dan kegiatan pendampingan pembuatan logo UMKM “Hera Frozen Food”.

III. METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat terkait pentingnya branding ini dilakukan di Bulan November – Desember 2023 dengan melibatkan beberapa UMKM di wilayah Medokan Ayu, Kecamatan Rungkut,

Surabaya yang salah satunya adalah UMKM “Hera Frozen Food”. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan sosialisasi, kemudian dilakukan pendampingan pada tiap UMKM. Untuk sosialisasi dilakukan pada tanggal 15 November 2023 dan kegiatan pendampingan dilakukan pada tanggal 4 - 20 Desember 2023. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini, yaitu sebagai berikut:

A. Sosialisasi

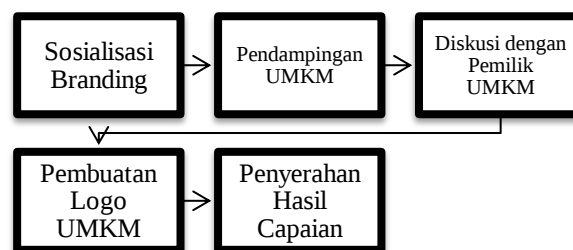
Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan sosialisasi mengenai pentingnya branding bagi UMKM. Kegiatan sosialisasi branding dilaksanakan di Kelurahan Medokan Ayu, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya dengan memberikan penjelasan materi mengenai branding. Kegiatan sosialisasi branding ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta wawasan kepada pelaku UMKM Medokan Ayu Surabaya bahwa branding sangat penting dilakukan untuk mengembangkan usahanya serta bagaimana sebuah logo dapat mempengaruhi citra atau reputasi yang dimiliki perusahaan.

B. Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan setelah acara sosialisasi. Kegiatan pendampingan ini dilakukan secara satu per satu pada UMKM yang datang saat sosialisasi branding, salah satunya yaitu UMKM “Hera Frozen Food”. Kegiatan pendampingan ini dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan melakukan diskusi terlebih dahulu bersama pemilik UMKM yaitu Ibu Ika Herawati, kemudian melakukan pembuatan logo sesuai keinginan pemilik UMKM.

C. Penyerahan Hasil Capaian

Hasil capaian yang diperoleh dari kegiatan sosialisasi dan pendampingan mengenai branding melalui logo yang dilakukan pada UMKM Medokan Ayu Surabaya, khususnya UMKM “Hera Frozen Food” yaitu Logo UMKM “Hera Frozen Food” yang sudah dibuat dan dieditkan serta diserahkan pada pemilik UMKM “Hera Frozen Food” yaitu Ibu Ika Herawati.



Gambar 1. Bagan Alur Proses Kegiatan Pengabdian Masyarakat

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Logo dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menggambarkan identitas, karakteristik, dan nilai suatu perusahaan. Logo dengan desain elemen seperti, warna, tipografi, ikon, dan komposisi visual akan mempermudah penyampaian pesan kepada konsumen melalui desain logo tersebut. Misalnya saja, logo dengan elemen desain yang lebih berwarna dan artistik dapat mengekspresikan perusahaan tersebut memiliki kreativitas dan semangat inovasi, sementara logo dengan desain yang bersih dan *minimalist* akan menghadirkan kesan profesional dan modern. Penyampaian identitas dan perusahaan melalui logo dapat membantu konsumen untuk lebih memahami keseluruhan nilai dari perusahaan dan membangun persepsi yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, logo yang memiliki ciri khas dan unik sangat penting dimiliki untuk menjaga eksistensi produk di tengah persaingan global yang semakin ketat. Logo yang menarik, kreatif, dan berbeda dapat membantu menonjolkan keseluruhan logo, sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Ketika sebuah logo menggunakan elemen desain yang unik, gaya serta simbol yang khas, maka keseluruhan logo tersebut dapat menonjol dan menciptakan identitas yang lebih kuat. Hal itu dapat membantu bisnis menciptakan kesan yang positif, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Selain itu, logo yang secara konsisten digunakan dalam berbagai media pemasaran dapat memperkuat pengenalan merek di mata konsumen. Dengan menggunakan logo secara konsisten di berbagai platform untuk kegiatan branding atau pemasaran seperti di produk, kemasan, situs web, media sosial, dan iklan, akan membuat logo tersebut berhasil melekat di benak konsumen dan menguatkan identitas dari merek yang digunakan. Ketika sebuah logo terus menerus ditemui oleh konsumen di berbagai platform, maka mereka akan lebih mudah mengingatnya dan memiliki koneksi yang lebih kuat terhadap merek tersebut.

Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini perlu adanya persiapan dalam melakukan kegiatan pendampingan branding melalui logo terhadap UMKM di Medokan Ayu Surabaya, khususnya UMKM “Hera Frozen Food”. Berikut ini rincian aktivitas – aktivitas yang dilaksanakan pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini:

A. Tahap Penyuluhan Melalui Sosialisasi Branding UMKM

Sosialisasi dengan tema “Menambah Nilai Suatu Produk Dengan Menggunakan Kemasan yang Menarik dan Menjual” ini diadakan pada tanggal 15 November 2023 yang berlokasi di Kelurahan Medokan Ayu, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Sosialisasi ini dilakukan dengan didampingi Ibu Widya selaku Dosen jurusan Desain Komunikasi Visual dan seluruh anggota KKN-T Bina Desa Medokan Ayu. Pada sosialisasi ini, dijelaskan tentang branding seperti pengertian branding, apa pentingnya branding bagi pengembangan usaha, strategi dalam melakukan branding, dan juga unsur – unsur branding, salah satunya yaitu logo, labeling, dan juga kemasan yang menarik, serta manfaat apa yang akan didapatkan jika menerapkan branding melalui logo. Pemaparan materi juga disertai dengan contoh pembahasan yang sesuai dengan keadaan dan fakta yang sedang terjadi saat ini, sehingga para pelaku UMKM dapat menerima materi tersebut dan bisa memahami secara lebih mendalam mengenai branding.



Gambar 2. Dokumentasi Sosialisasi Branding UMKM Medokan Ayu

B. Tahap Pendampingan UMKM

Tahap pendampingan ini dilakukan setelah acara Sosialisasi Branding dilakukan. Kegiatan pendampingan dilakukan pada tiap UMKM yang datang saat acara sosialisasi, salah satunya yaitu UMKM “Hera Frozen Food”. Pendampingan dilakukan pada tanggal 4 – 20 Desember 2023, dengan membantu UMKM “Hera Frozen Food” dalam melakukan pembuatan logo. Berikut ini rincian kegiatan yang dilakukan saat mendampingi UMKM “Hera Frozen Food” dalam membuat logo:

1) Diskusi dengan pemilik UMKM “Hera Frozen Food”

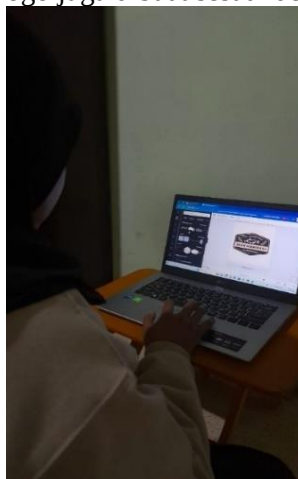
Tahap pendampingan pertama yaitu diskusi terlebih dahulu dengan pemilik UMKM “Hera Frozen Food” yaitu Ibu Ika Herawati. Pada diskusi kali ini, membahas tentang logo seperti apa yang ingin dibuatkan, informasi mengenai produk yang dijual, dan juga filosofi usaha “Hera Frozen Food” agar bisa menyesuaikannya dengan logo yang akan dibuatkan, karena logo sendiri merupakan alat representatif dari sebuah produk yang akan ditawarkan. Berikut ini merupakan dokumentasi pelaksanaan kegiatan diskusi dengan pemilik UMKM “Hera Frozen Food”:



Gambar 3. Dokumentasi Diskusi dengan Pemilik UMKM

2) Pembuatan Logo UMKM “Hera Frozen Food”

Tahap selanjutnya dalam kegiatan pendampingan yaitu pembuatan logo UMKM. Setiap usaha pasti membutuhkan sebuah logo sebagai alat untuk kegiatan branding dan pemasarannya. Logo dibuat setelah melakukan diskusi dengan Pemilik UMKM yaitu Ibu Ika Herawati. Logo di desain menggunakan aplikasi Canva dengan elemen yang sederhana tetapi bisa mempresentasikan produk yang ditawarkan yaitu Ikan Marinasi. Logo juga dibuat sesuai dengan permintaan Ibu Ika Herawati.



Gambar 4. Dokumentasi Pembuatan Logo UMKM



Gambar 5. Logo UMKM "Hera Frozen Food"

3) Penyerahan Hasil Capaian

Tahap terakhir yaitu penyerahan hasil pengeditan logo yang sudah selesai. Hal ini dilakukan sebagai upaya dalam memberikan solusi atas kendala atau masalah yang dialami oleh UMKM “Hera Frozen Food”. Melalui logo tersebut, diharapkan dapat memberi kemudahan dan membantu UMKM “Hera Frozen Food” untuk berkembang dalam menjalankan usahanya dan dapat mengoptimalkan potensi – potensi atau peluang yang ada pada UMKM “Hera Frozen Food”.



Gambar 6. Dokumentasi Penyerahan Hasil Capaian

V. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Medokan Ayu Surabaya dapat disimpulkan bahwa Sosialisasi dan Pendampingan mengenai Branding sangat penting dan perlu dilakukan pada UMKM Medokan Ayu Surabaya, khususnya bagi UMKM “Hera Frozen Food” dimana berdasarkan observasi dengan mengamati dan berdiskusi secara langsung dengan pelaku UMKM dapat ditemukan adanya kendala atau hambatan yang dialami oleh UMKM “Hera Frozen Food” yaitu terbatasnya pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM mengenai perkembangan digital terkait desain atau pembuatan logo melalui aplikasi desain dan komunikasi online seperti contohnya yaitu aplikasi Canva dan juga terbatasnya pengetahuan mereka tentang pentingnya logo dalam membangun branding yang kuat bagi UMKM mereka. Oleh karena itu, dengan diadakannya program kerja Sosialisasi dan Pendampingan Branding dengan tema “Menambah Nilai Suatu Produk Dengan Menggunakan Kemasan yang Menarik” ini merupakan upaya serta solusi dalam membangun branding yang kuat bagi pengembangan dan keberlanjutan UMKM “Hera Frozen Food”. Kegiatan Sosialisasi dan Pendampingan Branding ini disambut dengan antusias yang besar dari para pelaku UMKM Medokan Ayu terutama UMKM “Hera Frozen Food”.

Dengan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif serta menambah wawasan serta pengetahuan dan skill yang dimiliki pelaku UMKM, sehingga dengan wawasan dan skill tersebut dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan keunikan yang dimilikinya. Selain itu, kegiatan tersebut diharapkan dapat membantu pelaku UMKM Medokan Ayu Surabaya dalam mengembangkan usahanya secara inovatif dan kreatif serta memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi untuk kemajuan usahanya di era perkembangan digital yang semakin pesat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ini disampaikan kepada semua pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, khususnya Dosen Pembimbing dan Dosen Pembimbing Lapangan, Kelurahan Medokan Ayu Surabaya, serta Pemilik UMKM “Hera Frozen Food” yang telah bersedia membantu kegiatan ini hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Bunga Aristawidia, I. (2018). Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan Umkm Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1, 2–13.
- Faiz Muntazori, A., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *Jurnal Desain*, 1(3), 342–351. www.gatra.com
- Ferli, O., Rimadiaz, S., Widayanto, S., Virgayanti, N. P. M., Yulianti, E., Rohmah, A. O., & Pratiwi, D. (2022). Sosialisasi Strategi Branding Untuk Produk Lokal Pada Komunitas Bali Loves Handmade. *Media Abdimas*, 1(3), 234–242. <https://doi.org/10.37817/mediaabdimas.v1i3.2587>
- Mahfirah, T. F., Rahmi, Haneul, Haura, T., & Putri, C. A. (2023). Pelatihan Product Branding Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Bagi Umkm. *Sarwahita*, 20(02), 131–141. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.202.2>
- Merawati, L. K., Budiarta, I. K., & Saraswati, N. P. L. (2022). Branding Dengan Pemanfaatan Social Media Marketing Pada Umkm Es Susu Jelly. *PROSIDING SEMINAR REGIONAL PENGABDIAN KEPADA*

MASYARAKAT UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR “Pengabdian Masyarakat Tematik Kreasi Harmoni : Bangkit Dan Tumbuh Bersama,” 1(1), 152–158.

- Pramestidewi, C. A., Fauziah, T., Nurwita, S., Rasyifa, C., Irawan, M. H., & Abdurrozaq, R. (2022). Peran Optimalisasi Branding Produk pada Unit Usaha BUMDES Megamendung Jaya dan UMKM Seblak Cemal Cemil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(4), 341–350. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i4.1445>
- Purnomo, G. H., P, B. P. P., & Rahmadiano, S. A. (2021). Rebranding Umkm Macnfish.Id Untuk Meningkatkan Brand Awareness Untuk Konsumen Usia 17-38 Tahun Di Kota Surabaya. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 73–85. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.130>
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Wasito, W. (2023). Pendampingan Umkm Aneka Kripik Melalui Pembuatan Logo Dan Penggunaan Media Online. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 52–64. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v3i1.1653>