

Implementasi Visual Branding Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Home Industri Mie “Maju Lancar”

Implementation of Visual Branding to Increase Brand Awareness in the Noodle Home Industry “Maju Lancar”

Noordin Asnawi^{*1}, Ridho Pamungkas², Mei Lenawati³, Ferri Kristiawan⁴, Mukhammad Royan Mustofa⁵

^{1,2} Program Studi Sistem Informasai, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun

³ Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun

⁴ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

e-mail: ^{*}1noordin.asnawi@unipma.ac.id

Abstrak – Dengan adanya persaingan bisnis mengharuskan setiap usaha untuk menerapkan strategi dalam pemasaran produk guna 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 Mie Basah Maju Lancar merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Madiun. Meskipun telah ada cukup lama, UMKM ini belum memiliki logo pada usahanya. Melihat permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan membuat identitas visual pada UMKM Mie Basah Maju Lancar melalui proses branding logo. Pembuatan logo dinilai tepat karena sesuai dengan kondisi usaha yang diperlukan oleh UMKM ini. Metode yang dilakukan pada pengabdian ini yaitu dimulai dengan melakukan survey pada UMKM dengan melakukan wawancara, analisis kebutuhan usaha, dan penyerahan hasil logo. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terdapatnya identitas visual melalui logo.

Kata kunci – UMKM, Identitas Visual, Logo, Branding

Abstract - The existence of business competition requires every business to implement strategies in product marketing in order to gain a competitive advantage. One strategy to increase consumer buying interest is the application of branding to products. Branding is an activity to create an image for a product. UMKM Mie Basah Maju Lancar is one of the UMKMs in Madiun City. Even though it has been around for a long time, this UMKM does not yet have a logo for its business. Seeing this problem, this service activity aims to create a visual identity for the UMKM Mie Basah Maju Lancar through a logo branding process. Making a logo is considered appropriate because it is in accordance with the business conditions required by this UMKM. The method used in this service begins with conducting a survey on UMKM by conducting interviews, analyzing business needs, and submitting logo results. The result of this service activity is a visual identity through a logo.

Keywords – UMKM, Visual Identity, Logo, Branding

I. PENDAHULUAN

Sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) mempunyai peran yang penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM merupakan bisnis yang memiliki aset di bawah 10 miliar

rupiah dan memiliki kurang dari 250 karyawan. UMKM dapat membantu mengurangi kemiskinan di Indonesia dengan memberikan lapangan pekerjaan dan meningkatkan daya beli masyarakat.

UMKM di Indonesia telah menjadi pilar terpenting bagi ekosistem ekonomi. Apalagi diketahui bahwa 99% pelaku usaha di Indonesia adalah sektor UMKM. Peran UMKM ini telah berkontribusi 60% terhadap produk domestik bruto nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja yang terdampak pandemi [1].

Branding ialah sebuah istilah kegiatan dalam membangun merek meliputi penciptaan identitas visual, komunikasi sampai pembentukan perilaku atau budaya usaha [2]. Salah satu unsur penting dalam penciptaan identitas visual adalah logo. Pada era sekarang ini, Branding UMKM sangatlah penting untuk meningkatkan pangsa pasar. Identitas visual memainkan peran penting dalam membangun citra dan mengkomunikasikan nilai suatu UMKM. Logo menjadi elemen kunci dalam identitas visual tersebut.

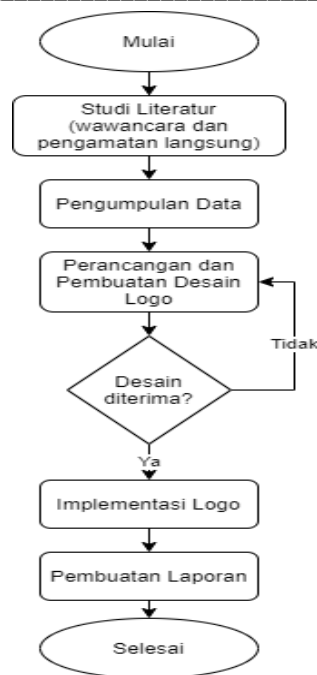
UMKM juga perlu penunjang agar dapat menonjolkan mereknya dimata umum. Para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah sangat awam mengenai apa itu desain logo, tentunya pelaku usaha yang merintis dari awal harus memikirkan rangkaian promosi untuk mengenalkan produk, meningkatkan *brand awareness* dan layanannya ke masyarakat dan disini peran penting sebuah desain logo. Meningkatkan brand awareness pada sebuah merek perusahaan sangat penting dikarenakan hal ini akan merubah ataupun menciptakan cara pandang masyarakat terhadap merek yang dibuat [3].

Banyak UMKM yang belum menerapkan branding pada usahanya. Salah satunya ialah UMKM mie basah “Maju Lancar”, UMKM yang menjual produk mie basah ini belum mempunyai logo dari 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 adalah representasi visual dari nama merek atau perusahaan. Kemampuan logo ini dalam bentuk simbol sebaiknya tidak diabaikan, karena manusia cenderung lebih responsif terhadap citra dan simbol daripada elemen lainnya. Logo yang memiliki daya tarik yang kuat dapat menciptakan kesatuan, membangun kesadaran merek, mempermudah pengenalan, dan memudahkan pelanggan untuk mengingat produk tersebut [4].

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada bulan Maret sampai April tahun 2024 di tempat UMKM Mie Basah Maju Lancar. Tim abdimas merupakan pengajar dan mahasiswa lintas program studi dari Universitas PGRI Madiun. Pelaksanaan abdimas seperti pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Abdimas

Abdimas dilaksanakan dengan langkah awal yaitu dengan studi literatur untuk mengumpulkan data awal dari wawancara dan pengamatan secara langsung di tempat UMKM. Kemudian data yang sudah diperoleh digunakan sebagai acuan untuk membuat rancangan desain logo UMKM. Setelah jadi rancangan desainnya diberikan kepada UMKM untuk validasi desain logonya, dapat diterima atau tidak. Jika rancangan desain logo sudah diterima, kemudian logo diimplementasikan ke dalam bentuk cetak stiker dan diserahkan kepada UMKM.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding

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 [5].

Brand

Brand adalah persepsi yang muncul pada audience mengenai sebuah perusahaan, figur ataupun ide. Dengan demikian, seorang desainer tidak dapat membuat atau merancang sebuah brand, yang dapat dibuat oleh seorang desainer adalah objek-objek yang dapat 'mempengaruhi' persepsi audience [6].

Visual Branding

Visual branding merupakan suatu upaya untuk membangun citra pada suatu brand yang ingin ditujukan kepada masyarakat luas, sehingga brand tersebut akan lebih disadari oleh sekitar. Hal ini dilakukan agar brand tersebut bisa mendapatkan citra yang diharapkan di mata masyarakat [7]. Elemen identitas visual brand yang utama salah satunya adalah logo dengan fungsi dasar identifikasi dan diferensiasi. Logo secara langsung akan

mengidentifikasi dengan brand, itulah kekuatan logo [8].

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM maka diperoleh informasi mengenai produk mie basah dengan nama brandnya ialah Mie Basah Maju Lancar. Keunggulan dari produk mie basah ini ialah dibuat dengan bahan-bahan alami dan tanpa menggunakan bahan pengawet.

Dari hasil perancangan desain logo dihasilkan desain logo seperti gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Desain Logo UMKM Mie Basah Maju Lancar

IV. KESIMPULAN

Masih banyak UMKM yang belum melakukan *branding* dengan maksimal, padahal *branding* merupakan cara untuk bertahan di antara pesaing. Kegiatan abdimas dapat membantu UMKM dalam berbagai aspek, salah satunya ialah desain sebagai bagian dari *branding*. Proses perancangan logo bagi mitra abdimas ini menggunakan metode perancangan logo pada umumnya yang disesuaikan dengan kondisi yang ada. Riset dalam berbagai aspek dijalankan guna memperoleh solusi yang tepat bagi permasalahan.

Melalui perancangan logo bagi mitra kegiatan abdimas yakni UMKM Mie Basah Maju Lancar diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan membangun *brand equity* yang baik. Kerjasama tim abdimas dari berbagai bidang program studi terkait pengembangan UMKM tentunya dapat memberikan kontribusi yang besar bagi mereka sehingga berpotensi meningkatkan perekonomian UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

-
- [1] B. Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2021, doi: 10.38204/atrabis.v6i2.512.
- [2] N. Z. sekar Sari and R. A. Suwaidi, "Branding Umkm Tape Pak Lan Melalui Pembuatan Logo Stiker Di Dusun Semen, Musir Kidul," *J. Community Serv.*, vol. 1, no. 3, p. 2023, 2023, [Online]. Available: <https://journals.eduped.org/index.php/jcos/article/view/526>.
- [3] A. Farizi, F. Akbar, A. Solicitor, C. R. El Chidtian, and P. A. Sulistyono, . "'Eksplorasi Desain Logo NJP Bakery yang Efektif sebagai Upaya untuk Mencapai Konsistensi Branding.' 1.6 ()," *J. Creat. Student Res.*, vol. 1, no. 6, pp. 345-355., 2023.
- [4] C. Batubara, D. Safitri, D. Permata Sari, H. Tasya Luthfiah, and B. Utama Putra, "Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras," *Bagaskara Utama Putra J. Hum. Educ.*, vol. 3, no. 2, pp. 420–427, 2023.
- [5] N. Ainun, R. Maming, and A. Wahida, "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm," *Jesya*, vol. 6, no. 1, pp. 674–681, 2023, doi: 10.36778/jesya.v6i1.967.
- [6] B. A. Hananto, "Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota Bogo," *Titik Imaji*, vol. 2, no. 1, pp. 19–32, 2019, doi: 10.30813/.v2i1.1525.
- [7] D. A. Adnas and V. Veren, "Analisa dan Pengembangan Visual Branding dengan Pendekatan R&D : Studi Kasus Barbershop," *Remik*, vol. 7, no. 1, pp. 352–366, 2023, doi: 10.33395/remik.v7i1.12072.
- [8] A. Listya and Y. Rukiah, "Visual Branding Produk Belimbing Olahan Umkm Depok Melalui Desain Logo," *Desain Komun. Vis. Manaj. Desain dan Periklanan*, vol. 3, no. 02, p. 199, 2018, doi: 10.25124/demandia.v3i02.1548.
-