

Evaluasi Desain Visual Untuk Meningkatkan Branding Pada Home Industri Mie “Maju Lancar”

Evaluation of Visual Design to Improve Branding in the Home Noodle Industry “Maju Lancar”

Noordin Asnawi^{*1}, Ridho Pamungkas², Ferri Kristiawan³, Mukhammad Royan
Mustofa⁴

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

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

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

e-mail: ^{*}noordin.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 media promosi berupa stiker pada usahanya. Melihat permasalahan tersebut, kegiatan penelitian ini bertujuan membuat identitas visual pada UMKM Mie Basah Maju Lancar melalui proses branding dengan perancangan desain stiker promosi. Pembuatan stiker dinilai tepat karena sesuai dengan kondisi usaha yang diperlukan oleh UMKM ini. Metode yang dilakukan pada penelitian ini yaitu dimulai dengan melakukan survey pada UMKM dengan melakukan wawancara, analisis kebutuhan usaha, dan penyerahan hasil stiker. Hasil dari kegiatan penelitian ini adalah terdapatnya identitas visual melalui stiker sebagai media promosi.

Kata kunci – UMKM, Identitas Visual, Stiker, 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 promotional media in the form of stickers for its business. Seeing these problems, this research activity aims to create a visual identity for the UMKM Mie Basah Maju Lancar through a branding process by designing promotional sticker designs. Making stickers is considered appropriate because it suits the business conditions required by these UMKMs. The method used in this research begins with conducting a survey on UMKMs by conducting interviews, analyzing business needs, and submitting sticker results. The result of this research activity is the existence of a visual identity through stickers as promotional media.

Keywords – UMKM, Visual Identity, Stiker, 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 merupakan suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau juga badan usaha yang dalam hal ini termasuk juga sebagai kriteria usaha dalam lingkup kecil atau juga mikro.

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]. Di Indonesia, UMKM menyandang peran serta yang lumayan besar serta peranan yang cukup signifikan yaitu kebutuhan akan kesempatan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga berfungsi sebagai sumber utama bagi masyarakat berpenghasilan rendah yang ingin menghasilkan ekonomi produktif.

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 stiker produk untuk promosi. 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. Stiker menjadi salah satu elemen dalam identitas visual tersebut.

UMKM juga perlu penunjang agar dapat memperkenalkan produknya ke masyarakat luas. Para pelaku UMKM masih awam mengenai pentingnya stiker, 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 stiker. Meningkatkan brand awareness pada sebuah merek perusahaan sangat penting dikarenakan hal ini akan merubah ataupun menciptakan cara pandang masyarakat terhadap merek yang dibuat [3].

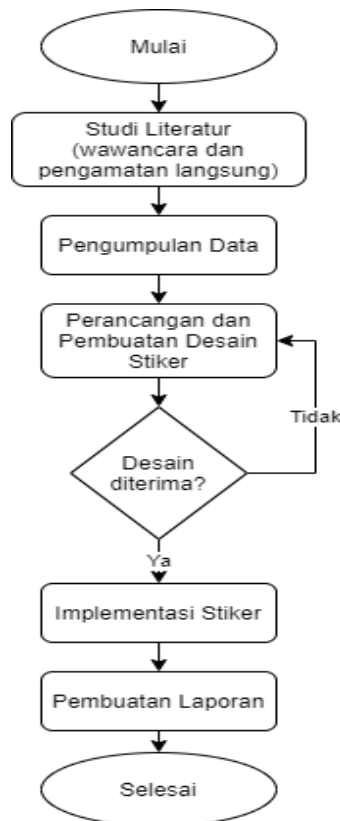
Banyak UMKM yang belum menerapkan branding pada usahanya. Salah satunya ialah UMKM mie basah “Maju Lancar”, UMKM yang menjual produk mie basah ini belum menggunakan stiker untuk media promosi dari produknya. Padahal stiker merupakan salah satu aspek branding yang sangat penting untuk dimiliki oleh pemilik usaha karena stiker merupakan salah satu tanda pengenal dari suatu produk. Penerapan branding pada produk UMKM dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk di tengah banyaknya pilihan produk dan kualitas yang tersedia.

Branding merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa atau kelompok penjual dengan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing. Maka bisa dikatakan bahwa branding ini sebuah tindakan komunikasi, memperkuat dan mempertahankan identitas sebuah brand produk penjual dalam mendapatkan perspektif kepada orang lain

yang melihatnya [4]. Maka dari itu dalam penelitian ini akan membuat stiker sebagai alat promosi yang mudah dan murah untuk dapat membantu pengenalan produk ke pasaran. Meski demikian, stiker yang dibuat merupakan stiker dengan bahan desain dari logo yang telah dibuat sebelumnya dari UMKM Mie Basah “Maju Lancar”.

II. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli tahun 2024 di tempat UMKM Mie Basah Maju Lancar. Tim peneliti merupakan pengajar dan mahasiswa lintas program studi dari Universitas PGRI Madiun. Pelaksanaan penelitian seperti pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Penelitian

Penelitian 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 stiker UMKM. Setelah jadi rancangan desainnya diberikan kepada UMKM untuk validasi desain stikernya, dapat diterima atau tidak. Jika rancangan desain stiker sudah diterima, kemudian stiker diimplementasikan ke dalam bentuk cetak stiker dan diserahkan kepada UMKM.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan Stiker

Bertujuan untuk mempercantik kemasan produk agar lebih menarik konsumen sekaligus memberi identitas produk Mie Basah “Maju Lancar”. Untuk menimbulkan *impulsive decision*

serta minat beli konsumen, perlu adanya citra bagus yang bisa kita bangun melalui desain kemasan yang menarik [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].

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 [7]. Merek atau *branding* adalah sesuatu yang khas, yang dijadikan identitas suatu lembaga sebagai pengenalan agar mudah dikenali oleh masyarakat. Untuk mengemas suatu produk diperlukan strategi dan manajemen yang matang agar hasil akhir dari sebuah merek dapat memberikan dampak pada suatu produk agar dikenal banyak orang. Dengan adanya branding produk diharapkan produk mie basah “Maju Lancar” dapat memiliki identitas dan dikenal masyarakat luas [8].

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 [9].

Stiker

Stiker adalah salah satu produk iklan efektif yang dapat cocok di mana saja. Ketika stiker digunakan dengan hati-hati untuk menghasilkan brand awareness, itu pasti dapat memberi return on investment (ROI) [10].

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 stiker dihasilkan desain stiker seperti gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Desain Stiker 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 penelitian ini membantu UMKM dalam aspek desain sebagai bagian dari *branding*. Proses perancangan desain stiker bagi UMKM ini menggunakan metode perancangan stiker pada umumnya yang disesuaikan dengan kondisi yang ada. Riset dalam berbagai aspek dijalankan guna memperoleh solusi yang tepat bagi permasalahan.

Melalui perancangan stiker bagi mitra kegiatan penelitian yakni UMKM Mie Basah Maju Lancar diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan membangun *brand equity* yang baik. Kerjasama tim peneliti 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 Q;," *J. Creat. Student Res.*, vol. 1, no. 6, pp. 345–355., 2023.
- [4] J. Ahmad, H. Bayu, A. M. Anggiri Jauzy, A. Baiq Yolanda Ika, R. Tapaul, and P. Eka S, "Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing pada Produk Umkm Keripik Talas di Lingkungan Bagek Longgek, Kelurahan Rakam Ahmad," *J. Pengabd. Magister Pendidik. Ipa*, vol. 4, no. 3, pp. 162–166, 2021.
- [5] D. Murdianingsih *et al.*, "Pendampingan Pengembangan Usaha Produksi Telur Asin 'MAETA' di Desa Bulu Petarukan," *JAMU J. Abdi Masy. UMUS*, vol. 4, no. 01, pp. 50–60, 2023, doi: 10.46772/jamu.v4i01.1315.

- [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] 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.
- [8] P. K. Ngagel, "Efforts To Improve Marketing of Msme Products," vol. 2, no. 1, pp. 97–101, 2022.
- [9] 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.
- [10] M. Habibi, "E-Commerce Dan Media Sosial Sebagai Alternatif Solusi Tantangan Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus : Umkm Martabak Mr.Jenggog)," *Maqasiduna J. Educ. Humanit. Soc. Sci.*, vol. 1, no. 01, pp. 42–49, 2021, doi: 10.59174/mqs.v1i01.3.