

PENDAMPINGAN PEMBUATAN LOGO DAN LABEL UNTUK MENINGKATKAN CITRA MEREK UMKM YОВI BAKERY DESA RITAN BARU

Erna Erliana, Tuti Wediawati

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman
erlianaerna321@gmail.com

Abstract

MSMEs play an important role in the Indonesian economic sector, MSMEs are one of the sources of income for the majority of Indonesian people. In its implementation, it is also important to pay attention to several crucial things, such as the use of logos and labels. The use of logos and labels can help improve the brand image of MSMEs. To help optimize its use, mentoring activities were carried out by MBKM Bina Desa students which were carried out in Ritan Baru Village, Tabang District, Kutai Kartanegara Regency. This activity started from observation, interviews, socialization, making logos and labels to handing them over to business actors for implementation. Mentoring activities were carried out at Yovi Bakery, an MSME that produces donuts and various cakes that do not yet have a logo and label. It is hoped that with the mentoring, it can provide insight into the benefits and functions of logos and labels, improve brand image and expand the target market of Yovi Bakery.

Keywords: mentoring, MSMEs, brand image.

Abstrak

UMKM memiliki peran yang penting dalam sektor perekonomian Indonesia, UMKM menjadi salah satu sumber pendapatan sebagian besar masyarakat Indonesia. Dalam pelaksanaannya pun penting untuk memerhatikan beberapa hal yang krusial, seperti penggunaan logo dan label. Penggunaan logo dan label ini dapat membantu meningkatkan citra merek UMKM. Untuk membantu mengoptimalkan penggunaannya, dilakukan kegiatan pendampingan oleh mahasiswa MBKM Bina Desa yang dilaksanakan di Desa Ritan Baru Kecamatan Tabang Kabupaten Kutai Kartanegara. Kegiatan ini dimulai dari observasi, wawancara, sosialisasi, membuat logo dan label hingga menyerahkannya pada pelaku usaha untuk diimplementasikan. Kegiatan pendampingan dilakukan pada Yovi Bakery, sebuah UMKM yang memproduksi donat dan aneka kue yang belum memiliki logo dan label. Diharapkan dengan adanya pendampingan dapat memberikan wawasan mengenai manfaat serta fungsi dari logo dan label, meningkatkan citra merek hingga meluaskan target pasar dari Yovi Bakery.

Keywords: Pendampingan, UMKM, Citra Merek.

PENDAHULUAN

Kehidupan yang sejahtera adalah dambaan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka, termasuk sandang, pangan, dan papan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai upaya dilakukan untuk

mencapai kesejahteraan tersebut, salah satunya dengan mendirikan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memegang peranan penting sebagai penggerak ekonomi masyarakat Indonesia, berkat kemampuan UMKM yang mampu bertahan dalam berbagai situasi dan kondisi untuk memenuhi

kebutuhan masyarakat (Al Farisi et al., 2022).

Dilansir dari laman resmi Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini berjumlah 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (Limanseto, 2021). Hal ini menjadikan UMKM sebagai salah satu penopang ekonomi Indonesia selain pajak. Karena UMKM adalah salah satu bagian dari kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sarana untuk memperoleh pendapatan, mereka memiliki peran yang penting untuk mendukung perputaran ekonomi dan kehidupan masyarakat di dalam ekonomi Indonesia (Faradila & Kartika, 2023). UMKM sangat berpengaruh dalam pemberdayaan masyarakat yang berada di sekitarnya dan menjadi fokus utama dalam pembangunan ekonomi lokal di banyak negara, termasuk Indonesia (Purwaningsih et al., 2024). Pemberdayaan masyarakat mengenai UMKM saat ini menjadi perhatian oleh pemerintah, banyak kegiatan yang dilakukan untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM. Agar dapat memenuhi permintaan akan suatu produk di masyarakat, meningkatkan kesejahteraan dengan membuka lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan pendapatan daerah (Zeptavio & Suwaidi, 2023).

Salah satu program pemberdayaan masyarakat yaitu kegiatan pendampingan. Pendampingan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang bersifat konsultatif, interaktif, komunikatif, motivatif, dan negosiatif (Emilda et al., 2022). Penulis yang merupakan mahasiswa MBKM Bina Desa Universitas Mulawarman

berkesempatan melakukan pendampingan UMKM di Desa Ritan Baru Kecamatan Tabang Kabupaten Kutai Kartanegara. Pendampingan dilakukan pada Yovi Bakery, salah satu UMKM yang sudah berdiri sejak bulan Juni 2024. UMKM ini memproduksi serta memasarkan donat dan aneka kue, seperti bolu dan brownies.

Seringkali, pelaku UMKM hanya berfokus untuk membuat produk, dan sebagian dari mereka tidak mempertimbangkan logo dan label saat memulai bisnis atau usahanya (Ni et al., 2022). Sehingga kekurangan UMKM Yovi Bakery ini terletak pada belum adanya logo dan label pada kemasannya sehingga mengurangi citra merek. Sangat disarankan untuk menggunakan label pada kemasan produk yang akan dipasarkan, karena dapat menjadi pembeda dengan produk serupa dan meningkatkan minat beli konsumen. Label biasanya terletak di sisi luar depan kemasan (Dwi Arseto et al., 2024). Citra merek merupakan bagian yang penting dalam pemasaran, karena dengan citra merek yang baik dan bagus akan meningkatkan penjualan produk. Logo dan label yang menarik adalah unsur interpretasi dari citra merek yang positif. Keberhasilan merek, logo, dan label dalam membangun citra positif akan meningkatkan loyalitas konsumen, menciptakan keunggulan kompetitif, serta memperluas target pasar (Sinaga & Sawitri, 2024).

Pendampingan ini bertujuan untuk menambah pengetahuan serta membantu pembuatan logo dan label Yovi Bakery dalam meningkatkan citra merek. Setelah pendampingan ini dilakukan, diharapkan Yovi Bakery dapat memperluas target pasar yang ingin dijangkau. Dengan luasnya target pasar yang dicapai dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi Yovi Bakery sebagai UMKM kue di Desa

Ritan Baru. Pendampingan UMKM merupakan upaya yang strategis dalam memberdayakan pelaku usaha untuk terus berkembang dan bertumbuh secara berkesinambungan.

METODE

Yovi Bakery adalah UMKM yang dipilih untuk kegiatan pendampingan karena dalam kegiatan usahanya belum memiliki logo dan label. Yovi Bakery memiliki potensi dan peluang untuk meluaskan target pasar, sehingga disayangkan jika tidak memiliki logo dan label pada kemasan yang digunakan. Berikut tahapan yang dilakukan:



Gambar 1. Tahapan kegiatan

Observasi dilakukan oleh penulis di Desa Ritan Baru pada pelaku UMKM dan dilakukan dengan serangkaian kegiatan yang sistematis. Diawali dari observasi, mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan metode wawancara. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, dipilih UMKM Yovi Bakery untuk pendampingan, karena telah memiliki *segmenting*, *targeting* dan *positioning* serta frekuensi memproduksi produk yang dilakukan setiap hari. Dengan demikian, Yovi Bakery memiliki urgensi untuk dilakukan pendampingan logo dan label.

Untuk mengenalkan pentingnya logo dan label kepada Ibu Yovita Baun sebagai pemilik Yovi Bakery dilakukan sosialisasi dengan beberapa langkah yaitu, memberikan penjelasan sederhana termasuk pengertian, fungsi dan manfaatnya bagi produk, serta memberikan contoh penggunaan logo dan label yang dimiliki oleh merek

terkenal dan membandingkannya dengan produk yang tidak memiliki logo dan label.

Pembuatan logo dan label dilakukan oleh penulis sebagai pendamping dengan menggunakan aplikasi Canva untuk membuat logo dan label Yovi Bakery dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting seperti warna, elemen, desain, tipografi dan maknanya untuk menggambarkan identitas dan citra merek. Penyerahan hasil pembuatan logo dan label diberikan ke Ibu Yovita Baun untuk dapat digunakan pada kemasan produk.

Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Pendampingan pembuatan logo dan label ini dilakukan di UMKM Yovi Bakery Desa Ritan Baru Kecamatan Tabang Kabupaten Kutai Kartanegara.

Tabel 1. Jadwal kegiatan pendampingan

No.	Kegiatan	Tanggal
1.	Observasi dan wawancara UMKM	3 November 2024
2.	Sosialisasi ke Yovi Bakery	11 November 2024
3.	Pembuatan logo dan label	26 November 2024
4.	Penyerahan hasil logo dan label	28 November 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dari pendampingan ini adalah UMKM yang berada di desa, hasil wawancara didapatkan bahwa pemahaman dan penggunaan logo dan label pada produk UMKM masih minim. Maka hasil wawancara ini menjadi fokus utama bagi penulis untuk mendampingi UMKM membuat logo dan label pada produknya sebagai peningkatan citra merek.



Gambar 2. Mensosialisasikan manfaat serta fungsi dari logo dan label

Yovi Bakery adalah salah satu UMKM yang tidak memiliki logo dan label namun memiliki segmen, target dan posisi di desa, dengan frekuensi produksi setiap hari sehingga penulis memilih Yovi Bakery untuk di dampingi pembuatan logo dan labelnya. Logo dan label adalah salah satu penentu dari meningkatnya citra merek produk. Tidak hanya pendampingan teknis namun juga mensosialisasikan manfaat serta fungsi dari logo dan label pada UMKM sehingga juga dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya penggunaannya dalam meningkatkan citra merek dan memudahkan pemasaran produk. Dalam sosialisasi, Ibu Yovita Baun selaku pemilik Yovi Bakery sangat antusias dalam menyimak dan menerima wawasan yang diberikan. Yovi Bakery tergolong UMKM baru, sehingga wawasan yang diberikan sangat disambut dengan baik sebagai ilmu baru dan menjadi referensi untuk terus mengembangkan usaha.

Pembuatan logo dan label dibuat dengan mempertimbangkan desain, warna, elemen-elemen pendukung, dan tipografi yang digunakan untuk dapat menginterpretasikan identitas merek usaha. Dengan Canva sebagai alat bantu, tim pengabdian berhasil menghasilkan desain logo yang kreatif dan sesuai dengan kebutuhan, berkat

beragam fitur dan template yang tersedia (Indy Millani et al., 2023).

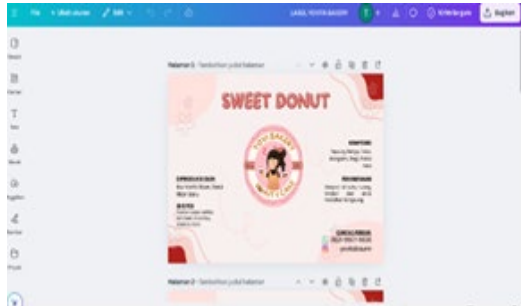


Gambar 3. Hasil desain logo Yovi Bakery

Dalam psikologi warna logo makanan, merah muda dapat memberikan kesan ceria dan gembira. Warna merah muda juga menggambarkan makanan manis atau makanan penutup, sehingga pemilihan warna ini sangat tepat untuk Yovi Bakery yang menjual donat dan aneka kue basah seperti bolu dan brownies. Pemilihan warna yang tepat ini dapat memberikan karakteristik yang menarik pada Yovi Bakery. Wanita yang memegang kue dalam logo, digambarkan sebagai Ibu Yovita Baun yang memproduksi produk kuenya sendiri. Gambar donat sebagai pengganti huruf O dalam kata Donut & Cake dibuat untuk menambah nilai estetika dan merepresentasikan produk yang dijual. Kata *since* 2024 yang menerangkan jika Yovi Bakery beroperasi mulai tahun 2024.

Pemilihan warna dan elemen yang tepat dapat menginterpretasikan usaha dengan baik, sehingga maksud dan tujuan dari penggunaan logo dapat dimaksimalkan. Hal ini akan meningkatkan citra merek dan menjadi representasi yang melekat pada UMKM Yovi Bakery. Logo juga merupakan identitas bagi produk yang dipasarkan. Dengan adanya logo, masyarakat dapat dengan mudah mengenali produk dan

menarik daya beli konsumen (Wasito, 2023). Logo sebaiknya dibuat berbeda dengan yang lain, agar menjadi ciri khas dari UMKM yang memakainya.



Gambar 4. Pembuatan desain label Yovi Bakery

Label untuk kemasan juga dibuat dengan aplikasi Canva, dalam label memuat informasi komposisi bahan, petunjuk cara penyimpanan, nomor telepon dan nama produksi oleh Ibu Yovita Baun. Warna dan elemen yang digunakan menyesuaikan dengan logo yang telah dibuat sebelumnya dan didominasi dengan warna merah muda. Dengan adanya logo dan label ini diharapkan dapat meningkatkan citra merek Yovi Bakery sehingga dapat meluaskan target pasar dan memaksimalkan penjualan produk.



Gambar 5. Contoh penggunaan label pada kemasan

Terakhir implementasi logo dan label pada kemasan produk. Dengan adanya logo dan label di kemasan, membuat produk dari Yovi Bakery memiliki nilai lebih dan memudahkan pemasarannya, karena keunikan dari label yang digunakan dan kemudahan

untuk menjangkau informasi mengenai kontak pemesanan didalamnya. Selain untuk meningkatkan citra merek, penggunaan label juga dapat menjadi persyaratan untuk proses legalitas usaha selanjutnya, membangun kepercayaan konsumen, memudahkan pemasaran yang lebih luas serta perlindungan hukum untuk hak usaha.

SIMPULAN

Kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pendampingan pembuatan logo dan label dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan citra merek UMKM. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada Yovi Bakery, UMKM yang memproduksi dan memasarkan donat dan aneka kue. Dari kegiatan pendampingan ini, Ibu Yovita Baun sebagai pemilik Yovi Bakery menyadari manfaat dan fungsi penggunaan logo dan label dalam kemasan produknya.

Hasil dari pendampingan ini berupa logo dan label untuk dapat digunakan Yovi Bakery pada kemasan produk. Penggunaan logo dan label yang menarik dan informatif berpengaruh pada peningkatan citra merek dan dapat juga digunakan untuk kegiatan legalitas usaha selanjutnya hingga meluaskan target pasar, jadi penting bagi UMKM untuk memiliki logo dan label.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Mulawarman yang telah memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk melaksanakan program pendampingan di Desa Ritan Baru Kecamatan Tabang Kabupaten Kutai Kartanegara. Terima kasih kepada Ibu Yovita Baun selaku pemilik Yovi Bakery yang telah menerima kegiatan pendampingan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9i1.no.1.307>
- Dwi Arseto, D., Mardayanti, I., Haratikka, H., Alang Khairunnizar, M., Arfah, Y., Syahputra, A., Gunawan, D., STIE Bina Karya, S., & Tinggi, T. (2024). Pendampingan Pengemasan dan Pemberian Label Merek pada UMKM Gula Merah di Desa Paya Lombang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 288–294. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i1.7446>
- Emilda, E., Wulandari, T., & Lazuardi, S. (2022). Pendampingan UMKM Penjual Jamu Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Kemasan, Merek, dan Label. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(1), 53–60. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i1.1249>
- Faradila, F., & Kartika, T. (2023). IMPLEMENTASI MEREK DAN KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI DESA PURWADADI. *Minda Baharu*, 7(2), 266–276. <https://doi.org/10.33373/jmb.v7i2.5796>
- Indy Millani, A., Layli, R. M., Putri, S. A., & Calvin, C. (2023). PENDAMPINGAN UMKM KUE BASAH DI KELURAHAN GUNUNG ANYAR MELALUI DESAIN LOGO, KEMASAN, DAN MERK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04), 403–308. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i04.651>
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Ni, H., Ulya, M., & Putri Agustin, R. (2022). PENGUATAN UMKM MELALUI PEMBUATAN MEREK DAGANG DAN LABEL PADA UMKM JAJANAN CAMILAN DI DESA JORESAN MLARAK PONOROGO. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.21154/amalun.v1i1.1069>
- Purwaningsih, E., Santosa, I., & Islami, I. (2024). Pemberdayaan UMKM Desa Kadumaneuh Kecamatan Banjar Kabupaten Pandeglang melalui pelatihan dan fasilitasi merek. *Abdimas Siliwangi*, 7(2), 358–380. <https://doi.org/10.22460/as.v7i2.22817>
- Sinaga, A. S., & Sawitri, D. K. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual Andreas Smith Sinaga 1 , Dewi Khrisna Sawitri 2 1,2 Universitas Pembangunan

Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 279–287.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13377508>

Wasito. (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>

Zeptavio, A. C., & Suwaidi, R. A. (2023). Pendampingan Branding Sebagai Aktivitas Pemasaran UMKM Sari Buah Maja Di Kelurahan Bendogerit Kota Blitar. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 175–180. <https://doi.org/10.58192/karunia.v2i3.1181>