

Upaya Peningkatan Branding Produk UMKM Keripik Pisang Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Logo Dan Kemasan

Efforts To Improve Branding Of MSME Banana Chips Products Based On Creative Economy Through Logos And Packaging

Putri Laili Susanti

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: 20012010062@student.upnjatim.ac.id

Eko Purwanto

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: ekopasca@upnjatim.ac.id

Korespondensi penulis : 20012010062@student.upnjatim.ac.id

Abstract: *Banana Chips UKM is a Micro, Small and Medium Enterprise (MSMEs) engaged in the production of chips in Karang Village, Barend District, Jombang Regency. The problem for UMKM Banana Chips is that they don't have logos and packaging that is less attractive. Therefore, there is a need for training and assistance regarding the importance of implementing logos and packaging so that the sales system can attract more consumers, expand the scope of its business objectives and support even better sales activities. This activity aims to increase the knowledge of MSME actors about the importance of creating a product identity. This community service uses surveys and observations, interviews and applications. The results of this community service help create attractive logo designs and product packaging and can strengthen brand identity.*

Keywords: *MSMEs, branding, logos and packaging*

Abstrak: *UMKM Keripik Pisang merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi keripik di Desa Karang, Kecamatan Barend, Kabupaten Jombang. Permasalahan UMKM Keripik Pisang adalah tidak memiliki logo dan kemasan yang kurang menarik. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan dan bantuan tentang pentingnya penerapan logo dan kemasan agar sistem penjualan dapat lebih menarik konsumen, memperluas cakupan tujuan bisnisnya dan mendukung kegiatan penjualan yang lebih baik lagi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang pentingnya menciptakan identitas produk. Pengabdian masyarakat ini menggunakan survei dan observasi, wawancara dan aplikasi. Hasil dari pengabdian masyarakat ini membantu terciptanya desain logo dan kemasan produk yang menarik serta dapat memperkuat identitas brand.*

Kata Kunci: *UMKM, Branding, Logo dan Kemasan*

PENDAHULUAN

UMKM dapat meningkatkan penjualan dan menyebarkan berita tentang produk mereka dengan tanda mereka. Merek UMKM ini dapat ditingkatkan pangsa pasar dan didukung oleh teknologi yang semakin maju. Selain memperkuat menjual dan berbagi produk, branding juga memiliki keunggulan untuk memperbesar Salah satu sektor perekonomian Indonesia yang berkembang pesat berkat dunia bisnis adalah UMKM.

UMKM memiliki kekuatan dan kemampuan untuk mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, kemiskinan dan pekerjaan. UMKM harus tetap berjalan mengembangkan dan berinovasi untuk bersaing di pasar. Logo, nama, istilah, desain, merek atau campuran yang ditentukan dan dimaksudkan yaitu digunakan branding untuk menciptakan identitas.

Menurut (Arifudin et al., 2021) branding produk mikro, kecil dan komersial Usaha Menengah (UMKM) adalah salah satu komponen visual yang paling penting dari identitas perusahaan Melalui branding produk, produk UMKM dapat menghadirkan inovasi dan adaptasi di berbagai sektor produksi atau UMKM.

Menurut (Destrina et al., 2022), memiliki merek sangat penting karena membantu perusahaan dalam bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam pengembangan merek, perusahaan harus merencanakannya dengan hati-hati. Saat mendesain logo, warna sama pentingnya dengan warna bentuknya. dia bentuk lain dari komunikasi nonverbal yang dapat disampaikan pesan yang lebih kompleks. Menggabungkan komponen warna yang berbeda tentu saja dimungkinkan menciptakan keharmonisan, keseimbangan dan keseimbangan, yang semuanya berdampak pada penjualan. Pengembangan logo bagi UMKM berpengaruh terhadap nilai jual produk sendiri Komponen ini membantu pembeli memvisualisasikan, menggambarkan dan membedakan barang yang ditawarkan. Kekuatan logo adalah pelanggan segera mengasosiasikannya dengan merek. Bisnis dapat tumbuh melalui penggunaan branding dinamis di berbagai media seperti media sosial dan pengemasan.

Permasalahan yang sering dialami oleh pelaku UMKM yaitu dalam hal branding produk. Sama halnya dengan UMKM di Desa Karang Kecamatan Bareng Kabupaten Jombang yang mengalami kendala dalam melakukan branding. Berdasarkan hasil survey di lapangan beserta wawancara dengan perangkat desa dan masyarakat setempat, dapat disimpulkan bahwa permasalahan tersebut diantaranya : (1) Belum adanya logo dan pengemasan, sebagian produk UMKM di Desa Karang belum mempunyai logo, hanya sebatas produk lalu dikemas saja serta packaging yang hanya dikemas dengan plastik biasa.

(2) Belum adanya nama usaha UMKM, beberapa UMKM di Desa Karangmen menjual produk tersebut tanpa nama usaha UMKM hanya sebatas dikemas lalu dijual sehingga tidak ada identitas brand tersebut.

Berdasarkan pengamatan tersebut, bahwa para UMKM di Desa Karangmen dalam pelaksanaan pemasaran produk belum berjalan secara optimal. Ini didasarkan pada pemasaran dengan identitas merek yang kurang menarik. Pelaku UMKM kurang memiliki kreativitas, inovasi dan pengembangan pemasaran. Oleh karena itu, dilakukan pendampingan membuat desain dan kemasan produk yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen, selain itu untuk meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM bahwa branding produk itu penting untuk persaingan citra merek tersendiri dalam mempunyai kemasan dan logo yang unik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelaku UMKM di Desa Karangmen meliputi pendampingan kepada para pelaku UMKM. Dalam pelaksanaan metode ini dilakukan beberapa tahapan yaitu :

a. Survey dan Observasi

Sebagai tahapan awal dilakukan survey dan observasi secara keseluruhan terhadap UMKM yang ada di Desa Karangmen. Tujuan dari adanya tahapan ini adalah untuk mendapatkan informasi seputar kegiatan UMKM di Desa Karangmen.

b. Wawancara

Setelah dilakukan tahapan awal, dilanjutkan dengan kegiatan tanya jawab dengan beberapa pelaku UMKM dan diskusi dengan cara tanya jawab untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM di Desa Karangmen dan bagaimana proses yang akan kita bantu serta pelaksanaannya.

c. Penerapan

Dari beberapa tahap yang telah dilalui terdapat beberapa solusi yang diwujudkan melalui beberapa program kerja pengabdian masyarakat yaitu, pendampingan terkait branding produk.

HASIL

Kegiatan Pengabdian masyarakat yang berfokus pada UMKM dilaksanakan di Desa Karang, Kecamatan Bareng, Kabupaten Jombang. Kegiatan ini dilaksanakan dalam waktu selama 3 bulan. Sejalan dengan rencana bisnis dan ekonomi kreatif serta solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM, maka telah disusun beberapa program kerja sebagai berikut:

a. Branding

Branding adalah proses yang memperkuat posisi merek di pasar membangun dan menyampaikan merek. Merek produk dapat dilihat pada logo, warna dan kemasan atau bisa dikatakan kemasan merupakan pembeda produk. Kemasan dapat dilihat sebagai simbol yang mengakar hadirin. Misalnya iklan indomie goreng yang menekankan pentingnya konsumsi waktu yang dihabiskan bersama keluarga menarik perhatian pemirsa dan membuat mereka bersemangat bergegas ke toko untuk membeli mie.

b. Pelatihan kepada pelaku UMKM keripik pisang

Pelatihan adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan wawasan tentang pengembangan keterampilan. Dalam hal ini, pelatihan dilakukan dengan mengembangkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM melalui branding produk.

Branding tersebut mencakup pembuatan nama bisnis, logo, dan inovasi pengemasan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya melakukan Identitas produk.

Identitas produk dilakukan agar produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM dapat dikenal masyarakat luas. Ketiga kegiatan branding tersebut tentunya memiliki tujuan masing-masing, diantaranya menciptakan nama merek untuk membedakan produk dari kompetitor dan meningkatkan brand awareness. Logo didesain sebagai simbol yang memiliki filosofi produk. Bersamaan dengan itu, inovasi kemasan juga dilakukan untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan keamanan produk. Oleh karena itu, dibuatlah nama perusahaan, logo, dan inovasi kemasan.

c. Pendampingan kepada pelaku UMKM keripik pisang

Pendampingan atau mentoring adalah kegiatan tindak lanjut yang dilakukan mitra terhadap seseorang yang telah menyelesaikan suatu kegiatan pelatihan. Tujuan pendampingan ini adalah memantau hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan yang diberikan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dilakukan kegiatan branding produk UMKM keripik pisang di Desa Karang diantaranya, yaitu :

1) Pembuatan nama usaha

UMKM ini sebelumnya belum memiliki nama, maka dari itu dibuatlah nama usaha untuk mengetahui identitas produk tersebut. Pada UMKM keripik pisang ini di buatlah nama usaha yaitu “Keripik Pisang Dua Putra Putri”.

2) Pembuatan logo

logo adalah instrumen yang menggambarkan harga diri, dimana semua nilai dapat menciptakan citra yang baik dan dapat dipercaya. Logo membuat orang mengingat dan mengenali suatu entitas tanpa harus membaca deskripsi atau penjelasan tentang entitas tersebut. Maka dibuatlah logo usaha untuk diletakkan pada produk tersebut.



Gambar 1. Logo keripik pisang



Gambar 2. Penyerahan Logo

3) Inovasi dalam kemasan

Inovasi kemasan juga terkait dengan peningkatan keamanan produk. Inovasi yang meningkatkan keamanan produk antara lain kemasan yang dapat mendeteksi kebocoran atau kerusakan, kemasan yang menjamin keaslian produk, atau kemasan yang memberikan informasi tanggal kadaluarsa terakhir.

Di era kompetitif saat ini, memilih jenis kemasan yang tepat dan menerapkan inovasi pengemasan dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi produk. Penting untuk menyelaraskan paket dengan nilai-nilai produk dan memilih opsi yang memenuhi kebutuhan produk. Di saat konsumen semakin sadar akan masalah lingkungan, kemasan ramah lingkungan juga bisa menjadi keunggulan kompetitif yang penting. Dengan memilih jenis kemasan produk yang tepat, membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan mencapai kesuksesan jangka panjang.



Gambar 3. Penyerahan kemasan

KESIMPULAN

Sebuah merek dapat memberikan hak kepemilikan produk. Untuk kesadaran di kedua sisi harus dipromosikan untuk keuntungan semua orang. Melalui logo dan kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan membantu UMKM tumbuh dan berkembang. Pada UMKM keripik pisang ini mereka belum memiliki logo dan packaging maka dari itu sangat tertarik untuk membantu membuat logo dan memperbaiki kemasan. Dan diharapkan semakin banyaknya melaju pesat para pelaku UMKM akan branding di Indonesia UMKM keripik pisang ini dapat bersaing jauh lebih baik lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan banyak rasa terima kasih terutama kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Bapak Dosen Dr. Eko Purwanto, M.Si, serta UMKM Keripik Pisang Dua PutraPutri yang berkaitan dengan jurnal pengabdian kegiatan ini, serta seluruh pihak yang berkaitan dalam proses program kerja sehingga program kerja dapat berjalan dengan baik dan artikel ini di buat dengan tidak ada suatu hambatan apapun. Penulis juga mengucapkan rasa terimakasih banyak kepada kelompok selama berjalannya program kerja ini selesai berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Moestopo, U. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan Muhammad Saifulloh. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28–33. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Destriana, A. A., Lukyanto, G. C., Clara, M., & Siti, D. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. 1473–1478.

Oktaviani, Femi, Yulia Sariwaty, Dini Rahmawati, Auliana Gusfiani Nf, and Dani Ramdani N.
“Penguatan Produk UMKM ‘ Calief ’ Melalui Strategi Branding Komunikasi.” Jurnal
Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 1,no. 2 (2018): 348–354.