

Pendampingan UMKM Melalui Branding Logo Sebagai Identitas Produk Limunite di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar

Faradiah Khasny¹, Arief Bachtiar², Kiki Asmara³

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis: khasnyfaradiah@gmail.com

Article History:

Received: 21 Mei 2023

Revised: 20 Juni 2023

Accepted: 12 Juli 2023

Keywords: MSME, Branding, Logo

Abstract: MSMEs or Micro, Small and Medium Enterprises are one of the factors for the Indonesian economy to survive and develop until now. By increasing the use and shopping of domestic products, it can help increase the growth of MSMEs, as well as the welfare of the community. In building MSMEs, branding needs to be done to build and elevate the identity of a brand, including trade names, logos, characters, and consumer responses. In branding a product can be seen directly by consumers, namely through logos and packaging that has special characteristics, so that consumers can recognize these products. Packaging becomes a direct view by consumers to the product, so that attractive packaging can attract attention. On the packaging can be listed such as trade names, logos, nutritional values, and various important information in the product so that it can build trust

Abstrak.UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu faktor perekonomian Indonesia bertahan dan berkembang hingga saat ini. Dengan meningkatkan penggunaan dan belanja produk dalam negeri dapat membantu meningkatkan pertumbuhan UMKM, serta mensejahterakan masyarakat. Dalam membangun UMKM perlu dilakukan branding bertujuan untuk membangun serta mengangkat identitas sebuah merek, meliputi antara lain nama dagang, logo, karakter, dan tanggapan konsumen. Dalam *branding* sebuah produk dapat dilihat langsung oleh konsumen yaitu melalui logo maupun kemasan yang memiliki ciri khas khusus, sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Kemasan menjadi pandangan langsung oleh konsumen kepada produk tersebut, sehingga kemasan yang menarik dapat menarik perhatian. Pada kemasan dapat tercantum seperti nama dagang, logo, nilai gizi, dan berbagai informasi penting dalam produk tersebut sehingga dapat membangun sebuah kepercayaan.

Kata Kunci: UMKM, Branding, Logo

PENDAHULUAN

Pembangunan suatu negara merupakan upaya terencana yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam menjalankan pembangunan, tidak hanya pemerintah tapi peran masyarakat juga sangatlah dibutuhkan untuk dapat mencapai keberhasilan pembangunan yang optimal. Salah satu faktor yang berperan penting dalam pembangunan suatu negara adalah mengenai pertumbuhan ekonomi. Sampai saat ini, pembahasan mengenai pertumbuhan ekonomi masih menjadi masalah menarik untuk dibahas. Selain karena berpengaruh langsung bagi masyarakat, pertumbuhan ekonomi juga menjadi patokan bagaimana perkembangan suatu negara tersebut. Pertumbuhan ekonomi merupakan perubahan kondisi ekonomi suatu negara secara berkelanjutan untuk mencapai hasil yang lebih baik. Indikator keberhasilan pertumbuhan ekonomi suatu negara ditentukan oleh nilai perubahan *output* nasional. Pertumbuhan ekonomi Indonesia didorong dengan beberapa faktor yaitu mulai dari sumber daya manusia, sumber daya alam, ilmu pengetahuan dan teknologi, dan yang terakhir kewirausahaan. Masih banyak faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, namun keempat faktor tersebut merupakan faktor penting dari banyaknya faktor lain.

Menurut Sukirno (2002:10) Pertumbuhan Ekonomi berarti perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat meningkat, dari satu periode ke periode lainnya kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa akan meningkat. Kemampuan yang meningkat ini disebabkan karena faktor-faktor produksi akan selalu mengalami pertambahan dalam jumlah dan kualitasnya.

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu faktor perekonomian Indonesia bertahan dan berkembang hingga saat ini. Dengan meningkatkan penggunaan dan belanja produk dalam negeri dapat membantu meningkatkan pertumbuhan UMKM, serta menyejahterakan masyarakat. Dalam perkembangannya, produk UMKM dibuat berdasarkan kreativitas para pelaku UMKM. Pemerintah memberikan perhatian khusus dalam perkembangan UMKM di Indonesia untuk mendukung para pelaku UMKM terus menjalankan usaha yang telah dibangun. Perhatian khusus tersebut tidak semata-mata hanya omongan tapi melalui pelatihan atau bimbingan dalam menciptakan suatu produk, kemudian memfasilitasi para pelaku UMKM untuk dapat menciptakan produk tersebut, dan juga diberikan bimbingan dalam promosi serta pemasaran produk.

Terdapat istilah *branding* dalam menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Branding* dalam UMKM merupakan upaya pengenalan produk dengan memanfaatkan teknologi yang berkembang sekarang sehingga dapat meningkatkan pangsa pasar. Selain dalam penjualan, *branding* UMKM juga dapat memberikan sebuah identitas yang merupakan salah

satu hal penting dalam menciptakan suatu produk. Identitas tersebut yang nantinya akan dapat membantu para pelaku UMKM mengenalkan produk mereka kepada masyarakat.

Setiap wilayah pasti memiliki program masing-masing dalam menyejahterakan masyarakat, terlebih dalam hal pertumbuhan ekonomi. Salah satu wilayah atau daerah yang menjadi fokus utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya yaitu di Kelurahan Sukorejo, Kota Blitar. Lokasinya yang strategis yaitu terletak di pusat kota menjadi daya dukung masyarakat dalam menjalankan usaha. Rancangan program diciptakan oleh pemerintah setempat untuk kemudian diberlakukan kepada masyarakat, pelatihan, bimbingan serta fasilitas diberikan. Hingga tercipta produk unggulan pada setiap wilayah. Seperti pada produk Limunite. Masyarakat atau lebih kepada ibu rumah tangga yang tidak memiliki profesi diberikan pelatihan mulai dari penanaman bahan dasar buah lemon, lalu kemudian diolah menjadi produk minuman sari buah lemon yaitu Limunite.

Produk Limunite suatu produk minuman sari buah lemon yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh. Limunite diproduksi oleh sekelompok ibu rumah tangga yang mendapatkan pelatihan dari Pemerintah Kota Blitar untuk dapat menciptakan sebuah produk unggulan di wilayah RW 12 Kelurahan Sukorejo, Kota Blitar. Selain itu, sekelompok ibu rumah tangga tersebut juga mendapat bimbingan untuk dapat menjual dan mempromosikan produk yang telah dibuat kepada masyarakat. Arahan dan teori telah diberikan, namun tentu bukan hal mudah bagi mereka menjalankan usaha tersebut. Sehingga perlu bimbingan lanjut untuk mereka dapat memegang penuh kendali dalam melanjutkan penjualan produk tersebut.

METODE

Metode yang digunakan yaitu metode kualitatif yang menjelaskan penelitian serta penggambaran pengaruh dari sosial. Penjelasan mengenai metode kualitatif dilakukan melalui fenomena, perilaku, serta dinamika sosial juga tanggapan masyarakat. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan menggunakan observasi dan wawancara. Observasi yang dilakukan dengan datang ke lokasi langsung tempat produksi guna melihat proses pembuatan produk. Kemudian dalam wawancara dilakukan dengan kegiatan tanya jawab secara langsung bersama produsen dari produk Limunite untuk mengetahui permasalahan. Selain itu, juga dilakukan pengumpulan data menggunakan metode analisis 5W+1H. Tujuan metode tersebut agar dapat menganalisis permasalahan sehingga dapat ditemukan solusi dan membuat konsep agar dapat meningkatkan penjualan.

Adapun beberapa tahapan yang dilakukan untuk mencapai program branding logo, antara lain:

1. Melakukan pengarahan terkait *branding* logo
2. Melakukan pendampingan desain kemasan serta logo
3. Pembuatan kemasan serta logo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding merupakan suatu kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk membangun serta mengangkat identitas sebuah merek, meliputi antara lain nama dagang, logo, karakter, dan tanggapan konsumen terhadap produk tersebut. *Branding* menjadi suatu hal penting bagi para pelaku usaha karena hal tersebut dapat dijadikan strategi untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Dalam *branding* sebuah produk dapat dilihat langsung oleh konsumen yaitu melalui logo maupun kemasan yang memiliki ciri khas khusus, sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Kemasan menjadi pandangan langsung oleh konsumen kepada produk tersebut, sehingga kemasan yang menarik dapat menarik perhatian. Pada kemasan dapat tercantum seperti nama dagang, logo, nilai gizi, dan berbagai informasi penting dalam produk tersebut sehingga dapat membangun sebuah kepercayaan.

Susanto dan Wijanarko (2004) menyatakan bahwa, merek sebagai nama atau simbol yang diasosiasikan dengan produk atau jasa akan menimbulkan arti psikologis atau asosiasi. Hal ini yang membedakan produk dan merek. Produk adalah sesuatu yang dibuat di pabrik, namun yang sesungguhnya yang dibeli oleh konsumen adalah mereknya. Pada akhirnya merek bukanlah apa yang dibuat di pabrik, tercetak pada kemasan, atau apa yang di iklankan oleh pemasar, merek adalah apa yang ada di dalam pikiran konsumen.

Merek menjadi hal penting dalam membangun sebuah usaha, selain untuk mengenalkan sebuah produk *brand* juga menjadi identitas dari produk tersebut. Karena merek merupakan sebuah aset bisnis. Mengembangkan merek berarti mengenalkan sebuah produk kepada masyarakat luas, sehingga dapat membangun identitas produk seperti logo, kemasan, profil usaha, dan lain sebagainya.

Menurut (Destrina et al., 2022), logo adalah representasi grafis dari identitas merek dalam bentuk ideogram, simbol, lambang, atau ikon. Ciri utama yang dapat diamati secara fisik adalah logo. Logo yang baik dan akurat juga harus menyampaikan karakteristik non-fisik yang penting bagi operasi merek.

Produk Limunite pertama kali dibuat pada tahun 2020 oleh Kelompok Wanita Tani. Sekelompok ibu rumah tangga yang memiliki ide dan kreativitas untuk mengelola hasil tanam mereka menjadi sebuah produk menarik yang memiliki daya jual tinggi dibandingkan penjualan hanya dari buah lemon. Produk yang dibuat telah memiliki izin langsung dari Pemerintah Kota Blitar dan memberikan dukungan serta bantuan untuk KWT dapat memproduksi lebih banyak lagi.

Pada kegiatan pembuatan logo produk Limunite, dengan mendatangi langsung rumah ketua KWT sekaligus tempat produksi. Dilakukan diskusi langsung bersama ketua KWT dalam pembuatan logo untuk menyesuaikan keinginan serta saran pada logo tersebut. Serta ikut turut membantu dalam proses produksi pembuatan produk Limunite.



Limunite merupakan minuman dari sari buah lemon, minuman tersebut memiliki banyak manfaat serta menyegarkan bagi tubuh. Filosofi logo Limunite sendiri diambil dari tumbuhan lemon, seperti gambar daun hijau memiliki arti sebagai pertumbuhan, keseimbangan, dan kemakmuran. Daun juga dapat berarti kesetiaan dimana dia akan selalu menemani lemon hingga siap dipetik. Kemudian arti dari larutan berwarna kuning memiliki arti sebagai kebahagiaan dan memberikan energi ceria, selain itu warna kuning merupakan warna dari buah lemon itu sendiri sehingga memberikan kesan kesegaran. Pada logo tersebut menunjukkan identitas serta nama produk sehingga masyarakat akan lebih tahu dan mengenali produk Limunite.



Tipografi, bentuk, serta kombinasi warna dilakukan sesuai atas permintaan dari ketua KWT. Selain itu, disesuaikan juga dengan produk Limunite yang merupakan minuman dari sari buah lemon. Sehingga gambar dari buah lemon digunakan dalam logo tersebut. Adapun makna di dalam logo, antara lain:

1. Daun

Daun hijau memiliki arti sebagai pertumbuhan, keseimbangan, dan kemakmuran. Daun juga dapat berarti kesetiaan dimana dia akan selalu menemani lemon hingga siap dipetik.

2. Buah Lemon

Buah lemon identik dengan warnanya yang kuning, kuning memiliki arti sebagai kebahagiaan dan memberikan energi ceria, selain itu warna kuning merupakan warna dari buah lemon itu sendiri sehingga memberikan kesan kesegaran.

3. Tulisan “Limunite”

Tulisan Limunite yang terletak ditengah buah lemon menunjukkan bahwa produk minuman tersebut memiliki identitas nama yaitu “Limunite”.

4. Tulisan “FRESH AND HEALTHY”

Tulisan FRESH AND HEALTHY berarti minuman tersebut dalam keadaan segar dan memiliki banyak manfaat di dalamnya. Selain itu, tulisan tersebut diberikan untuk memperjelas kualitas produk.

Desain logo yang dibuat kemudian dilegalitaskan untuk menjadi aset bisnis milik produk Limunite. Legalitas tersebut merupakan Surat Hak Cipta pada logo Limunite. Logo produk Limunite nantinya akan berada dibawah lindungan hukum, sebagaimana yang tercatat dalam sertifikat bahwa dalam rangka pelindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

KESIMPULAN

Branding merupakan suatu kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk membangun serta mengangkat identitas sebuah merek, meliputi antara lain nama dagang, logo, karakter, dan tanggapan konsumen terhadap produk tersebut. *Branding* menjadi suatu hal penting bagi para pelaku usaha karena hal tersebut dapat dijadikan strategi untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Merek merupakan sebuah aset bisnis yang menjadi identitas produk. Logo menjadi hal utama dalam pengenalan produk, karena logo selalu tercantum pada setiap kemasan sehingga masyarakat mengetahui produk tersebut. Setiap produk memiliki logo masing-masing. Bantuk, lambing, warna, serta ikon yang terdapat pada logo memiliki makna untuk menyampaikan secara tersirat kepada konsumen mengenai produk tersebut. Desain logo

yang menarik serta topografi yang digunakan menjadi nilai tambahan untuk menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Gideon S. Budiwitjaksono, dkk. (2022). "Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada Umkm Di Kecamatan Lakarsantri: Praktik Kuliah Kerja Nyata". Jurnal Abdimas Patikala Vol. 1, No.4. hal. 325-331.
- Gideon S. Budiwitjaksono, dkk. (2022). "Pengembangan pemasaran Online Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kewirausahaan UMKM Di Kelurahan Bongkaran." Jurnal Abdimas Patikala. Vol. 1, No. 4. Hal. 332-341.
- Gideon S. Budiwitjaksono, dkk. (2022). "Pelatihan Kerajinan Batik Dalam Rangka Mewujudkan Kampung Batik sebagai Ikon Khas Kelurahan Pakal." Literasi : Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, Volume 2, Nomor 2, Agustus 2022 : 675-683.
- Anak Agung Gde Agung, Robbi Hendriyanto, Agus Maolana Hidayat, dkk. (2021). "GERAKAN REBRANDING DIGITAL DAN PEMBANGUNAN APLIKASI KELOLA REDESAIN KEMASAN UMKM." Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol.05 No.01 (2022).
- Ervina Indah Permatasari¹ , Sultan Arif Rahmadianto² , Ayyub Anshari Sukmaraga. (2021). "PERANCANGAN LOGO DAN DESAIN KEMASAN COOKYE COOKIES SEBAGAI IDENTITAS VISUAL." SAINSBERTEK Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi Vol. 2 No. 1- DKV, September 2021.
- Nurul Ainun, Altri Wahida, & Rian Maming. (2023). "PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM." Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 6 No 1, Januari 2023.