



PENDAMPINGAN UMKM KUE BASAH DI KELURAHAN GUNUNG ANYAR MELALUI DESAIN LOGO, KEMASAN DAN MERK

Alief Indy Millani¹, Rani
Maghfiratul Layli², Sukma
Alexander Putri³, Calvin⁴

¹Program Studi Informatika, Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa
Timur, Indonesia

^{2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa
Timur, Indonesia

Article History

Received : 27 May 2023

Revised : 02 June 2023

Accepted : 30 June 2023

Available Online : 31 July 2023

*Corresponding author :

Nama : Alief Indy Millani

Email : aliefindymillani@gmail.com

Licensed Under a Creative
Commons Attribution 4.0
International License



Abstrak

Kemasan merupakan salah satu hal yang diperhatikan oleh para konsumen ketika membeli sebuah produk. Sehingga kemasan dalam sebuah makanan atau minuman menjadi salah satu tolak ukur produk tersebut dapat dilirik oleh pelanggan. Sehingga diperlukan pengetahuan mengenai Desain Logo, Kemasan, dan Merk. Untuk hal tersebut maka dilakukan kegiatan PKM (Pengabdian Kegiatan Masyarakat) untuk mendampingi UMKM dalam pembuatan kemasan. Salah satu UMKM yang dituju adalah UMKM Kue Basah Bu Tri yang masih menjual produknya tanpa menggunakan kemasan yang disertai logo dan merk. Kegiatan ini menggunakan metode pendampingan dengan alur kegiatan pengarahan mengenai label dan merk, pembuatan label dan merk, pembuatan produk, dan pengemasan produk menggunakan label dan merk yang baru. Sehingga dalam kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai label dan merk serta mempraktekannya langsung pada UMKM yang bersangkutan.

Kata Kunci: UMKM, Pendampingan, Logo, Merk, Kue Basah

Abstract

Packaging is one of the aspects that consumers pay attention to when purchasing a product. Therefore, packaging in food and beverages becomes a benchmark for a product's appeal to customers. Knowledge about Logo Design, Packaging, and Branding is needed for this purpose. Thus, a Community Service Activity (PKM) is carried out to assist SMEs in creating packaging. One of the targeted SMEs is UMKM Kue Basah Bu Tri, which still sells its products without using packaging accompanied by a logo and brand. This activity uses a mentoring method with a flow of guidance activities on labels and branding, label and branding creation, product creation, and product packaging using the new label and branding. The aim of this PKM activity is to provide knowledge about labels and branding and to apply them directly to the relevant SME.

Keywords: MSMEs, Assistance, Logos, Brands, Wet Cakes.

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik UPN Veteran Jawa Timur adalah program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jawa Timur. Program ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui kegiatan yang berfokus pada tema atau isu tertentu yang relevan dengan kebutuhan dan potensi daerah

Dalam KKN Tematik, mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur dibagi menjadi kelompok-kelompok yang terdiri dari beberapa mahasiswa dengan latar belakang yang berbeda, seperti teknik, ekonomi, sosial, dan lain-lain. Setiap kelompok ditugaskan untuk melakukan pengabdian masyarakat di suatu wilayah atau komunitas yang telah ditentukan.

Salah satu skema dalam KKN Tematik adalah Kewirausahaan. Skema ini berfokus pada UMKM lokal pada lokasi KKN tersebut. Melalui skema kewirausahaan dalam KKN Tematik, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan jiwa wirausaha, membangun keterampilan bisnis, serta memberikan kontribusi yang nyata dalam pengembangan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di wilayah atau komunitas yang mereka layani. Salah satu lokasi KKN Tematik adalah Kelurahan Gunung Anyar

Gunung Anyar merupakan salah satu Kelurahan Gunung Anyar merupakan sebuah wilayah administratif yang terletak di Kecamatan Gunung Anyar, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur, Indonesia (Kristianto & Koswara, 2021). Kelurahan ini memiliki luas sekitar 3,37 km² dan merupakan salah satu dari 31 kelurahan yang ada di Kecamatan Gunung Anyar. Kelurahan Gunung Anyar memiliki banyak potensi, baik dari segi ekonomi, budaya, maupun wisata, sehingga menjadikannya sebagai salah satu tujuan wisata dan investasi di Kota Surabaya.

Di kelurahan Gunung Anyar juga terdapat banyak UMKM yang bisa dikunjungi (Trisbiantoro, Kusyairi, & Mansur, 2020). Salah satu UMKM yang akan dibina oleh mahasiswa KKN adalah UMKM Kue Basah. Sektor UMKM Kue Basah memiliki peran penting dalam percepatan perputaran ekonomi karena memiliki peminat yang banyak dan modal usaha yang sedikit sehingga dapat berlaku dipasaran. Tak hanya itu mereka juga mendorong pengusaha lokal untuk mengembangkan keterampilan dan inovasi dalam produksi kue basah.

Mereka berusaha menciptakan produk yang unik, meningkatkan kualitas, dan mengikuti tren pasar yang berubah. Hal ini memberikan stimulus bagi peningkatan kualitas produk dan inovasi dalam industri makanan lokal (Ari Abi Aufa, 2021).

Diharapkan dengan adanya KKN Tematik ini dapat membantu UMKM kue basah di Kelurahan Gunung Anyar untuk memperbaiki aspek visual dan *branding* produk mereka, sehingga meningkatkan daya saing, citra bisnis, dan kesadaran merek mereka dalam pasar lokal.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaannya ada beberapa hal yang harus dilakukan sebagai berikut

:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

1. Observasi.

Yang pertama adalah proses observasi atau proses pengamatan sistematis yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan data secara langsung melalui penggunaan indera dan alat pengamatan. Observasi dapat dilakukan secara visual, auditif, atau melalui pengamatan langsung terhadap objek, fenomena, atau kejadian yang diamati (Sugiyono, 2017:203). Tujuan dari observasi adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang suatu situasi, perilaku, atau fenomena yang diamati, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis, penelitian, atau pengambilan keputusan. Dalam kegiatan ini Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi nilai dan keunikan produk UMKM kue basah, melibatkan pemahaman tentang bahan baku, proses produksi, dan cita rasa sebagai keunggulan UMKM. Observasi ini membantu merancang desain logo, kemasan, dan merk yang sesuai dengan karakteristik produk

2. Penentuan UMKM.

Selanjutnya merupakan penentuan UMKM. Penentuan UMKM ini merupakan kegiatan untuk menunjuk UMKM yang akan dibina oleh mahasiswa KKN. UMKM yang akan ditunjuk adalah UMKM Kue Basah "Bu Tri" yang terletak di RT 03 RW 04 Kelurahan Gunung Anyar. UMKM tersebut ditunjuk dikarenakan dalam penjualannya masih tidak menggunakan logo dan hanya dijual kepada masyarakat sekitar.

3. Sosialisasi *Branding* Logo dan Kemasan.

Setelah menentukan UMKM yang akan dikembangkan, maka selanjutnya adalah melakukan sosialisasi *Branding* logo dan kemasan pada UMKM tersebut.

Hal tersebut dilakukan agar pemilik UMKM menjadi tahu pentingnya *Branding* dan persiapan kegiatan pengembangan selanjutnya (M. Romadlon Habibullah, 2021).

4. Pembuatan *Branding* Logo dan Kemasan

Pembuatan *Branding* merupakan tahapan terakhir yang penting dalam proses ini. Tahap ini dimulai dengan perancangan branding menggunakan desain digital yang kemudian diimplementasikan pada produk UMKM yang akan dipasarkan. Proses perancangan *branding* melibatkan berbagai elemen seperti desain logo, pemilihan warna dan tipografi yang sesuai, serta pengembangan elemen visual yang mencerminkan identitas merek dan nilai-nilai yang ingin disampaikan (Emilda, Wulandari, & Lazuardi, 2022). Setelah desain *branding* selesai, langkah selanjutnya adalah mengaplikasikannya pada berbagai aspek produk UMKM, seperti kemasan, label, dan bahan promosi lainnya. Tujuan dari pembuatan *branding* ini adalah menciptakan citra merek yang kuat dan konsisten, serta memberikan kesan yang menarik dan membedakan produk UMKM tersebut dari kompetitor lainnya di pasar (Kurniawan, Anugrahani, Prasasti, & Fitri, 2020).

HASIL PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan *branding* difokuskan pada salah satu UMKM yaitu UMKM Kue Basah “Bu Tri”. Dalam kegiatannya sesuai dengan *timeline* yang telah dibuat oleh tim KKN Kelompok 87.

Tabel 1. Tanggal Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Tanggal
1	Mendatangi UMKM Kue Basah “Bu Tri”	15 Mei 2023
2	Memberikan Sosialisasi <i>Branding</i> kepada UMKM Kue Basah “Bu Tri”	16 Mei 2023
3	Membuat Desain Logo	17 Mei 2023
4	Memberikan Logo Terbaru pada Kemasan Produk	18 Mei 2023

Pada tahap sosialisasi pentingnya *branding*, Bu Tri, selaku pemilik UMKM, dengan antusias menerima wawasan yang diberikan. Kegiatan tersebut menciptakan kerja sama yang baik antara Bu Tri dan mahasiswa KKN dalam melaksanakan proses pembuatan *branding* produk. Dalam proses pembuatan *branding*, Bu Tri bekerja sama dengan mahasiswa KKN untuk mengidentifikasi nilai

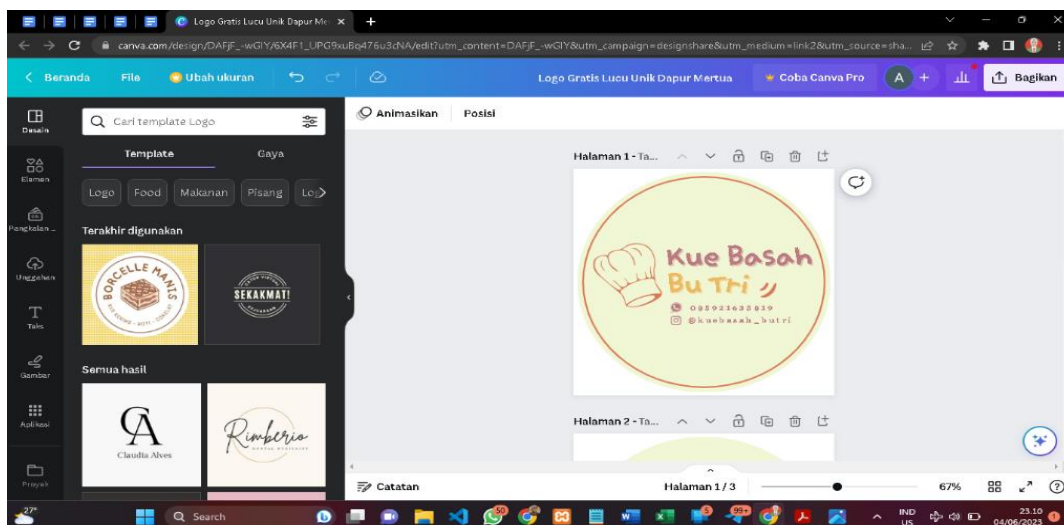
dan keunikan produknya, memahami bahan baku, proses produksi, serta cita rasa yang menjadi keunggulan UMKM-nya. Kerja sama ini memungkinkan mahasiswa KKN untuk merancang desain logo, kemasan, dan merk yang sesuai dengan karakteristik produk Bu Tri.

Melalui proses pembuatan *branding* yang melibatkan kerja sama antara Bu Tri dan mahasiswa KKN, diharapkan UMKM Kue Basah "Bu Tri" dapat memperbaiki aspek visual dan *branding* produk mereka. Kolaborasi ini memungkinkan pengaplikasian desain *branding* pada produk UMKM, seperti kemasan, label, dan bahan promosi lainnya. Hasilnya, UMKM "Bu Tri" dapat menciptakan citra merek yang kuat, menarik perhatian konsumen, dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk mereka di pasar.



Gambar 2. Sosialisasi *Branding* Pada Pemilik UMKM

Selanjutnya, dilakukan pembuatan desain visual logo UMKM Kue Basah "Butri" dengan menggunakan aplikasi Canva. Dengan menggunakan Canva, mereka dapat memanfaatkan berbagai fitur dan template yang disediakan untuk menghasilkan desain logo yang profesional dan menarik. Proses pembuatan desain visual logo dengan Canva memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi mahasiswa KKN dan Bu Tri. Mereka dapat bereksperimen, melakukan revisi, dan menciptakan desain yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan UMKM. Hasilnya, desain logo yang dihasilkan melalui aplikasi Canva dapat memberikan identitas visual yang kuat untuk UMKM Kue Basah "Bu Tri" dan membantu meningkatkan pengenalan merek mereka di pasar.



Gambar 3. Pembuatan desain logo menggunakan Canva

Dalam proses pembuatan *branding* logo dan kemasan UMKM Kue Basah "Bu Tri", hasil yang dihasilkan logo kemasan yang terbaru dan foto produk menggunakan stiker logo terbaru. Stiker merupakan salah satu bentuk implementasi *branding* yang dapat ditempelkan pada kemasan produk UMKM. Stiker ini dapat mencakup logo usaha, elemen desain khas, atau pesan-pesan khusus yang ingin disampaikan kepada konsumen. Stiker ini memiliki peran penting dalam memberikan identitas visual dan meningkatkan pengenalan merek di pasar. Lalu stiker nantinya akan pasangkan dalam kemasan. Kemasan yang akan digunakan merupakan kemasan karton yang ramah lingkungan. Kemasan tersebut membuat konsumen menjadi lebih menarik dikarenakan makanan terbungkus rapi pada k emasan sehingga terhindar dari debu.



Gambar 4. kemasan yang akan digunakan Gambar 5. Hasil Stiker dengan kemasan

Lalu pembuatan foto produk merupakan langkah penting dalam *branding* UMKM. Dalam konteks UMKM Kue Basah "Bu Tri", pembuatan foto produk dilakukan untuk menampilkan produk kue basah dengan tampilan yang menarik dan menggugah selera. Foto-foto produk ini dapat digunakan dalam berbagai media promosi seperti brosur, website, media sosial, atau platform online lainnya. Melalui foto produk yang berkualitas, UMKM dapat menarik perhatian dan memikat calon konsumen untuk mencoba produknya.



Gambar 6. Proses pembuatan foto produk Gambar 6. Hasil Produk Risoles Mayo

Melalui hasil dari pembuatan *branding* logo dan kemasan UMKM Kue Basah "Bu Tri" diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual, pengenalan merek, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk & usaha UMKM tersebut.

KESIMPULAN

Kegiatan KKN Tematik yang dilakukan oleh Kelompok 87 dari UPN Veteran Jawa Timur kepada masyarakat kelurahan Gunung Anyar sangat diterima dengan baik. Kegiatan ini difokuskan pada pengembangan UMKM, yang memungkinkan untuk melakukan *branding* dan memberikan pemahaman yang luas kepada UMKM mengenai pentingnya logo dan kemasan dalam usaha mereka.

Dalam konteks ini, kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok 87 dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya di Kelurahan Gunung Anyar dalam upaya memperbaiki citra mereka. Dengan melibatkan UMKM lainnya dalam kegiatan serupa, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya *branding*, logo, dan kemasan dalam usaha mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan citra UMKM secara keseluruhan di Kelurahan Gunung Anyar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN "Veteran" Jawa Timur, Dosen Pembimbing Lapangan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata, pihak Kelurahan Gunung Anyar, dan pemilik UMKM Kue Basah "Bu Tri" atas kerjasama dan dukungannya. Diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian ini dapat dijadikan referensi untuk kegiatan ke depannya dalam membantu masyarakat secara berkelanjutan

PUSTAKA

- Awaludin, A. (2023). PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM PRODUK CEMILAN BU ELA DI DESAGEMPOL. *Abdimas Galuh*, 5(1), 537. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.9887>
- Esther, G., & Ajizah, D. N. (2021). STRATEGI DINAS DPMPSTP KABUPATEN PURWAKARTA DALAM PELAYANAN PERIZINAN USAHA MELALUI PROGRAM ONLINE SINGLE SUBMISSION (OSS). *FisiPublik : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.24903/fpb.v6i2.1201>
- Ika Wulandari, & Martinus Budiantara. (2022). PEMBUATAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) MELALUI ONLINE SINGLE SUBMISSION. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 386–394. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i2.8205>
- Indarwati, R., Wahyuni, S. D., & Fauziningtyas, R. (2020). KELURAHAN GUNUNG ANYAR RAMAH ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(1), 160. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i1.2020.160-164>
- Mahrus, M., Ainun, Moh. N., Taufikurahman, T., Safrillah, A., Ramadan, E. F., & Ayuningtias, W. (2021). UPAYA MENINGKATKAN MINAT BELAJAR SISWA DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PEMBELAJARAN DOOR TO DOOR DI KELURAHAN KENDO KECAMATAN RABA KOTA BIMA. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3). <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v4i3.961>
- Nafisha, E., & Arif, D. B. (2021). PENDAMPINGAN KARAKTER TANGGUNG JAWAB SISWA MELALUI METODE DOOR-TO-DOOR DI SD NEGERI DANASRI 04 NUSAWUNGU CILACAP. *Jurnal Civic Hukum*, 6(2). <https://doi.org/10.22219/jch.v6i2.17179>
- Nanda, A. P. (2022). SOSIALISASI PEMBUATAN DAN PENGENALAN NOMOR INDUK BERUSAHA (NIB) UMKM MELALUI SISTEM ONLINE SINGLE SUBMISSION (OSS) DI PEKON SUKOHARJO 1. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 3(4), 132–137. <https://doi.org/10.56327/jurnalpkm.v3i4.65>
- Syahra, A. (2022). MAKALAH KOPERASI DAN UMKM, KOPERASI DAN UMKM SEBAGAI BASIS EKONOMI RAKYAT. Center for Open Science. Retrieved from Center for Open Science website: <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/93agr>
- Syarifuddin, A., Joni, J., Prasetya Nanda, A., & . M. I. (2022). SOSIALISASI PEMBUATAN NIB KEPADA PELAKU USAHA DI PEKON SUKOYOSO KECAMATAN SUKOHARJOKAB. PRINGSEWU. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 1(2), 117–124. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v1i2.22>
- Tim LPPM. (2023). PETUNJUK TEKNIS KKN TEMATIK MBKM UPN “VETERAN” JAWA TIMUR. Surabaya: UPNVJT.