

Pengembangan Logo Sebagai Peningkatan Branding pada UMKM di Kelurahan Ngagel Rejo Surabaya

Feri Ardiansyah¹⁾, Dhani Ichsanuddin Nur²⁾
^{1,2)} Manajemen, UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

feryard235@gmail.com

ABSTRAK: Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengembangkan logo sebagai strategi untuk meningkatkan branding UMKM di Kelurahan Ngagel Rejo, Surabaya. Logo dianggap penting dalam menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen. Metode Kegiatan pengabdian masyarakat meliputi observasi, desain logo, uji coba, evaluasi, dan sosialisasi kepada pelaku UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan logo yang profesional mampu meningkatkan pengenalan merek dan loyalitas konsumen. Evaluasi terhadap respon pelaku UMKM menunjukkan adanya peningkatan dalam aspek branding dan pemasaran produk setelah penerapan logo baru.

Kata Kunci: *Branding, Logo, UMKM.*

ABSTRACT: *This study develops a logo as a strategy to enhance branding for SMEs in Ngagel Rejo Village, Surabaya. A logo is crucial in creating a strong visual identity that is easily remembered by consumers. The research method includes observation, logo design, testing, evaluation, and socialization among SME stakeholders. The results indicate that using a professional logo can improve brand recognition and consumer loyalty. Evaluation of SME stakeholder responses shows an enhancement in branding and product marketing after implementing the new logo.*

Keywords: *Branding, Logos, UMKM.*

PENDAHULUAN

Saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memegang peran krusial dalam dinamika ekonomi Indonesia, tidak sekadar sebagai penyedia lapangan kerja tetapi juga sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah (Irawan & Affan, 2020; Rico Elhand Badri et al., 2022; Wadud & Fitriani, 2021). Kelurahan Ngagel Rejo di Surabaya merupakan contoh nyata, dengan UMKM yang beragam di sektor perdagangan, kuliner, dan kerajinan. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, pentingnya branding sebagai alat untuk mengkomunikasikan identitas dan nilai produk kepada konsumen menjadi semakin mencuat (Prasadhya et al., 2024; Maulidizen et al., 2022). Namun, banyak UMKM di kelurahan ini masih menggunakan logo yang belum optimal dalam membedakan produk mereka dari kompetitor dan memperkuat daya tariknya di pasar lokal maupun nasional (Muharni & Apsiswanto, 2023).

Salah satu strategi yang dapat diambil untuk meningkatkan branding UMKM adalah melalui pengembangan logo yang tidak hanya mencerminkan keunikan produk tetapi juga mampu menarik minat konsumen (Prasetyo & Febriani, 2020). Langkah ini sejalan dengan inisiatif pemerintah, seperti program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka), yang memberikan bimbingan dalam digital marketing dan pengembangan

branding kepada UMKM di seluruh wilayah (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Ngagel Rejo bertujuan untuk merancang strategi pengembangan logo bagi UMKM lokal sebagai langkah nyata untuk meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar. Harapannya, melalui pendekatan ini UMKM dapat dikenal lebih luas, diingat, dan diminati oleh masyarakat baik di tingkat lokal maupun global. Studi ini juga diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi UMKM lain dalam mengoptimalkan potensi branding melalui desain logo yang efektif dan mewakili identitas mereka dengan baik. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Ngagel Rejo dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap ekonomi lokal serta membantu lebih banyak masyarakat melalui peningkatan kualitas dan eksposur produk mereka.

PERMASALAHAN

Anton's Kitchen menghadapi tantangan dalam hal *branding* yang belum optimal, yang langsung memengaruhi pemasaran dan daya tarik konsumen. Beberapa masalah utama yang dihadapi adalah Logo Anton's Kitchen saat ini tidak mencerminkan identitas dan karakter bisnis dengan baik. Desain yang sederhana dan kurang menonjol tidak cukup untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan Anton's Kitchen dari pesaingnya. Sebagai elemen visual utama dari merek, logo memainkan peran krusial dalam menciptakan kesan pertama yang kuat dan membangun pengenalan merek. Tanpa logo yang menarik dan representatif, Anton's Kitchen menghadapi kesulitan dalam menarik perhatian konsumen potensial dan membedakan dirinya dari kompetitor di pasar yang kompetitif.

Logo yang kurang menarik dan tidak merepresentasikan Anton's Kitchen dengan baik juga berdampak negatif pada upaya pemasaran. Konsumen cenderung kurang tertarik dan sulit mengingat merek Anton's Kitchen, sehingga menghambat upaya untuk memperluas pasar. Pemasaran yang efektif memerlukan elemen visual yang mampu menarik perhatian dan menciptakan hubungan emosional dengan konsumen. Logo yang kuat dapat membantu dalam mengkomunikasikan nilai-nilai dan keunikan dari Anton's Kitchen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat dan loyalitas konsumen.

Desain visual yang kurang kuat juga mengurangi daya tarik produk di mata konsumen. Tanpa branding yang menarik, produk kue kering Anton's Kitchen sulit bersaing di pasar yang kompetitif, mengurangi minat dan pembelian dari konsumen. Branding yang efektif mencakup lebih dari sekadar logo; ini mencakup semua aspek visual yang berinteraksi dengan konsumen, termasuk kemasan produk, desain media promosi, dan tampilan media sosial. Ketika elemen-elemen ini tidak selaras dan kurang menarik, potensi untuk menarik dan mempertahankan konsumen menjadi sangat terbatas.

Visual produk yang sederhana dan kurang menarik juga dapat mengurangi minat konsumen untuk membeli. Foto produk yang berkualitas tinggi dan menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalisme bisnis. Foto-foto ini juga berperan penting dalam pemasaran digital, seperti media sosial dan platform e-commerce, di mana keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh visual produk. Secara keseluruhan, tantangan branding yang dihadapi Anton's Kitchen berdampak signifikan pada pemasaran dan daya tarik pembeli. Oleh karena itu, langkah-langkah strategis diperlukan untuk mengembangkan logo dan elemen branding lainnya guna

meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis. Dengan pendekatan pengabdian masyarakat yang fokus pada peningkatan branding ini, diharapkan dapat memberikan solusi jangka panjang yang meningkatkan pengenalan merek, menarik lebih banyak konsumen, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan dalam pengembangan logo untuk meningkatkan branding UMKM Anton's Kitchen di Kelurahan Ngagel Rejo, Surabaya, meniru pendekatan yang dilakukan oleh Feri Ardiansyah, Prodi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Tim pelaksana melakukan penyuluhan secara langsung dengan sistem peer to peer ke pemilik UMKM, Anton's Kitchen. Setelah penyuluhan, dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan untuk optimalisasi branding, bekerja sama dengan pihak terkait di Kelurahan Ngagel Rejo. Proses strategi re-branding mencakup pembuatan logo baru, pembaharuan media promosi, serta implementasi branding digital. Evaluasi kemudian dilakukan untuk menilai dampak dan pemahaman yang dimiliki oleh pemilik usaha terkait perubahan branding yang telah dilakukan.

PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan *re-branding* logo Anton's Kitchen ini saya lakukan secara pribadi dengan memberikan tutorial terkait pembuatan logo yang menarik serta strategi untuk memanfaatkan logo baru dalam pemasaran digital. Pada tanggal 10 Juni 2024, saya fokus pada *re-branding* logo Anton's Kitchen. Langkah pertama adalah mengidentifikasi masalah utama, yaitu logo yang kurang menarik dan tidak mencerminkan identitas bisnis dengan baik. Saya memberikan tutorial tentang cara membuat logo menggunakan aplikasi Canva, meliputi pemilihan warna, bentuk, dan elemen desain yang mencerminkan identitas Anton's Kitchen.

Setelah membuat beberapa konsep logo dan memilih yang terbaik, saya membantu pemilik Anton's Kitchen memahami pentingnya logo dalam strategi branding. Kami mendiskusikan bagaimana logo yang kuat dapat meningkatkan pengenalan merek dan menarik lebih banyak konsumen. Saya juga memberikan panduan tentang cara menggunakan logo baru di berbagai platform digital, termasuk website dan media sosial.

Saya memastikan bahwa logo baru dapat diaplikasikan dengan baik di berbagai media, dari kemasan produk hingga materi promosi online. Tutorial tambahan diberikan mengenai teknik pengambilan foto produk yang menonjolkan logo baru, memastikan konsistensi visual di semua titik kontak dengan konsumen. Dengan pendampingan ini, diharapkan Anton's Kitchen dapat memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik konsumen melalui logo yang lebih menarik dan representatif.

HASIL DAN LUARAN

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan branding UMKM dengan fokus pada pengembangan logo untuk Anton's Kitchen di Kelurahan Ngagel Rejo. Proses pengabdian dilaksanakan dengan tujuan utama untuk menciptakan perubahan yang signifikan dalam brand awareness dan penjualan melalui transformasi logo sebelumnya menjadi yang baru.



Gambar 1. Logo sebelum diperbaharui

Sebelum transformasi dilakukan, logo Anton's Kitchen hanya terdiri dari teks "Anton's Kitchen" dengan tambahan elemen bunga dan dedaunan, ditempatkan di bagian atas nama brand. Namun, logo tersebut kurang menarik perhatian visual dan tidak efektif dalam membedakan merek dari pesaing.



Gambar 2. Logo setelah diperbaharui

Setelah melalui tahapan pengembangan logo, terjadi perubahan yang mencolok. Logo yang baru dirancang dengan mempertimbangkan estetika modern yang lebih menarik dan mencerminkan karakter unik dari Anton's Kitchen. Salah satu perubahan signifikan adalah penambahan elemen visual berupa gambar topi chef yang memberikan kesan profesional dan terkait langsung dengan bisnis kuliner Anton's Kitchen. Posisi logo juga dipindahkan ke bagian tengah dan diberi penonjolan yang lebih, sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Transformasi ini melibatkan pemilihan warna yang kuat namun harmonis, serta tipografi modern, untuk memberikan kesan yang jelas dan mudah dicerna, sesuai dengan karakteristik bisnis kuliner yang ditawarkan.

Perubahan logo ini tidak hanya meningkatkan estetika visual Anton's Kitchen, tetapi juga berdampak signifikan pada brand awareness dan penjualan. Konsumen sekarang lebih mudah mengidentifikasi dan mengingat merek ini berkat logo yang baru yang lebih menarik dan sesuai dengan industri kuliner. Perubahan ini juga membantu Anton's Kitchen untuk lebih unggul di pasar lokal dengan membedakan diri dari pesaing dan menjadi pilihan utama di Kelurahan Ngagel Rejo dalam hal kuliner.

Secara keseluruhan, pengembangan logo ini telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi Anton's Kitchen. Transformasi logo berhasil meningkatkan brand

awareness secara dramatis di kalangan konsumen lokal, meningkatkan penjualan produk, dan menciptakan citra yang lebih positif terhadap kualitas dan profesionalitas layanan yang ditawarkan oleh Anton's Kitchen. Dengan demikian, inisiatif ini tidak hanya memperkuat aspek visual merek, tetapi juga secara efektif mendukung pertumbuhan bisnis melalui peningkatan pengenalan merek dan preferensi konsumen.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa transformasi logo Anton's Kitchen di Kelurahan Ngagel Rejo, Surabaya, memberikan dampak positif yang signifikan. Perubahan logo berhasil meningkatkan kesadaran merek secara signifikan di kalangan konsumen lokal. Logo baru yang lebih modern dan mewakili tidak hanya mempermudah pengenalan merek, tetapi juga meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas Anton's Kitchen. Selain itu, perubahan ini berkontribusi pada peningkatan penjualan produk dan membantu Anton's Kitchen membedakan diri dari pesaing di pasar kuliner lokal. Secara keseluruhan, pengembangan logo ini tidak hanya memperkuat identitas visual merek, tetapi juga secara efektif mendukung pertumbuhan bisnis dengan meningkatkan eksposur merek dan preferensi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan & Affan. 2020. Peran Strategis UMKM dalam Perekonomian. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 67-82.
- Maulidizen et al. 2022. Strategi Pengembangan Branding untuk UMKM. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 7(4), 56-68.
- Muharni & Apsiswanto. 2023. Dukungan Pemerintah terhadap Pengembangan UMKM. *Jurnal Administrasi Publik*, 10(3), 89-102.
- Prasadhya et al. 2024. Peran Branding dalam Pemasaran Global. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 34-47.
- Prasetyo & Febriani. 2020. Karakteristik Logo yang Efektif untuk UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 25(10), 15-28.
- Rico Elhando Badri et al. 2022. Peran UMKM sebagai Penggerak Ekonomi Lokal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 45-58.
- Wadud & Fitriani. 2021. Kontribusi UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 12(3), 112-125.

