
Penggunaan Logo dan Banner Sebagai Upaya Pengoptimalan Branding UMKM “Nda Sulthon”

Ainur Eka Fauzia¹, Hery Pudjoprastyono²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jawa Timur

E-mail : 22012010202@student.upnjatim.ac.id¹, herypmnj.upnjatim@gmail.com²

ABSTRACT

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) play an important role in the economy, but many business actors still face challenges in developing their branding, especially in the fast-paced digital era. Effective branding through visual elements such as logos and banners can help MSMEs increase their competitiveness and attract consumers. The Bina Desa activity carried out by the Management Study Program Team of the UPN "Veteran" Jawa Timur in Pakal, Surabaya, focused on helping the "Nda Sulthon" MSME in updating its logo and designing a banner as a branding strategy. Through the stages of licensing, surveys, coaching, and evaluation, this MSME received assistance in creating an aesthetic and consistent logo and an attractive and informative banner. As a result, the creation of this logo and banner is expected to strengthen the "Nda Sulthon" brand image, increase brand awareness, and make it easier for business owners to promote their products and services. This activity is expected to provide further understanding to MSME actors regarding the importance of the right branding strategy to face global market competition.

Keywords: MSMEs, Branding, Logo, Banner, Competitiveness.

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peran penting dalam perekonomian, namun banyak pelaku usaha yang masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan branding mereka, khususnya dalam era digital yang serba cepat. Branding yang efektif melalui elemen visual seperti logo dan banner dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan menarik perhatian konsumen. Kegiatan Bina Desa yang dilaksanakan oleh Tim Program Studi Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur di Kelurahan Pakal, Surabaya, berfokus untuk membantu UMKM "Nda Sulthon" dalam memperbarui logo dan mendesain banner sebagai strategi branding. Melalui tahapan perizinan, survei, pembinaan, dan evaluasi, UMKM ini menerima bantuan dalam menciptakan logo yang estetik dan konsisten serta banner yang menarik dan informatif. Hasilnya, pembuatan logo dan banner ini diharapkan dapat memperkuat citra merek "Nda Sulthon", meningkatkan brand awareness, dan mempermudah pemilik usaha dalam mempromosikan produk serta layanan mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih lanjut kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya strategi branding yang tepat untuk menghadapi persaingan pasar global.

Kata Kunci: UMKM, Branding, Logo, Banner, Daya Saing.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan sebuah usaha yang dapat membantu meningkatkan suatu perekonomian dalam suatu negara dengan menghasilkan keuntungan. Adanya UMKM ini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. UMKM adalah suatu usaha yang didirikan sendiri oleh perseorangan di semua sektor ekonomi. UMKM merupakan pondasi dasar perekonomian rakyat. Hal ini disebabkan fakta bahwa UMKM ini dapat dijalankan oleh siapa saja tanpa memerlukan modal yang besar, sehingga bagi mereka yang ingin menjalankannya dapat membantu penyerapan tenaga kerja, terutama bagi pelaku usaha itu sendiri. Ini akan berdampak pada tingkat pendapatan masyarakat dan meningkatkan taraf hidup dengan mengurangi tingkat pengangguran.

Di era digital ini pelaku bisnis dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi dan pesatnya perkembangan usaha saat ini justru menimbulkan tantangan yang besar bagi para pelaku usaha, Karena jika pelaku usaha tersebut tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi maka akan sulit bagi pelaku usaha untuk dapat maju dan mengembangkan usahanya. Perkembangan teknologi di era digital ini akan sangat membantu para pelaku usaha dalam memberikan berbagai kemudahan bagi kehidupan manusia, terutama membantu dalam branding usahanya untuk dapat memeperluas jangkauan pasar.

Branding merupakan proses dalam menciptakan identitas bagi para pelaku usaha yang didasarkan pada keyakinan dan perasaan sebelum pemasaran dan penjualan. Tanpa merek yang kuat, pemasaran belum

dianggap efektif. Branding membantu UMKM berkembang dan dapat meningkatkan penjualan dari pelaku usaha. Branding merupakan sebuah proses dalam membuat produk atau jasa dapat terlihat menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Di era persaingan pasar global saat ini, membangun branding sangat penting. Branding dapat membuat perusahaan, produk, atau layanan memiliki fitur unik yang membedakan mereka dari produk lain. Branding yang kuat dapat membantu UMKM membedakan diri dari pesaing, membangun hubungan dengan pelanggan, dan juga meningkatkan daya saing. Penggunaan elemen visual seperti logo dan banner adalah komponen yang penting dalam branding karena dapat menciptakan kesan yang kuat dan meningkatkan pemahaman konsumen terhadap merek.

Logo adalah Gambaran visual dari suatu merek. Logo merupakan komponen yang paling mudah dikenali dan dapat membantu suatu usaha memiliki identitas yang jelas dan unik dari usaha lainnya. Kesan professional, kepercayaan konsumen, dan kemudahan konsumen dalam pengenalan produk di pasar yang kompetitif dapat dicapai melalui logo yang dirancang dengan baik. Logo bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bukan hanya sebuah gambar melainkan juga sebuah cara untuk mengkomunikasikan visi dan nilai bisnis.

Selain penggunaan logo, juga ada penggunaan banner. Banner merupakan alat promosi visual yang paling sering digunakan oleh pelaku usaha untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk atau layanan kepada para pelanggannya secara langsung. Penggunaan banner biasanya dipasang pada Lokasi yang strategis Dimana tempat usaha tersebut dijalankan. Banner dengan desain

yang menarik dan pesan yang jelas dapat menarik minat pelanggan potensial dan membuat mereka tertarik untuk mempelajari lebih jauh mengenai barang atau layanan usaha yang ditawarkan.

Mengkombinasikan penggunaan logo dan banner secara efektif akan sangat membantu para pelaku UMKM dalam melakukan branding produk atau layanannya. Hal ini dikarenakan kombinasi penggunaan logo yang konsisten dengan desain banner yang menarik dapat memperkuat identitas dan citra merek UMKM serta mempermudah konsumen untuk mengidentifikasi barang atau layanan yang ditawarkan. Namun, masalah yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM adalah mereka yang masih kurang memahami pentingnya strategi branding yang digunakan untuk dapat mengembangkan bisnis mereka. Banyak dari pelaku UMKM yang percaya bahwa branding dapat dilakukan dengan logo dan banner dengan asal- asalan.

Hal inilah yang menjadi fokus dari Tim Bina Desa Kelurahan Pakal untuk dapat membantu mengatasi permasalahan ini. Pada kegiatan Bina Desa di Kelurahan Pakal ini terdapat UMKM “Nda Sulthon” yang merupakan UMKM penyedia jasa catering baik nasi kotak ataupun snack. UMKM ini berlokasi di RW 06 Kelurahan Pakal, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. Pada awal saat kami melakukan survey pemilik UMKM ini bercerita bahwa sebelumnya pernah dibuatkan logo oleh kelompok mahasiswa KKN tapi beliau merasa bahwa logo tersebut masih kurang dalam nilai estetikanya. Maka dari sini kami tim Bina Desa Kelurahan Pakal membantu dalam pembinaan UMKM ini dalam membuat logo dan juga banner untuk mempermudah pemilik UMKM dalam

membranding usahanya supaya menjadi lebih baik.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilakukan melalui program Bina Desa Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang bertemakan “Transformasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Global”. Kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Pakal, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya yang dimulai pada bulan Agustus sampai Desember 2024. Pelaksanaan kegiatan Bina Desa ini dilakukan dengan mendatangi rumah pelaku UMKM secara langsung yang disesuaikan dengan kebutuhan dari pelaku UMKM tersebut. Berikut merupakan alur tahapan pelaksanaan pembinaan UMKM di Kelurahan Pakal :

1. Tahap pertama, merupakan tahapan awal yakni berkaitan dengan perizinan kelompok Bina Desa kepada pihak Kelurahan Pakal untuk dapat melakukan kegiatan survey terhadap pelaku UMKM guna melakukan pendataan kebutuhan pelaku UMKM.
2. Tahap kedua, merupakan tahap survey UMKM. Pada tahap ini, survei dilakukan secara langsung di lokasi UMKM. Agar pelaku UMKM dapat memahami peran dan kontribusi yang akan diberikan, survei juga dilakukan untuk memberikan pemahaman tentang rencana program kerja yang akan dilaksanakan. Kemudian dilanjutkan dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui

perkembangan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari survei ini, kemudian dilakukan analisis dan desain solusi untuk setiap tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM.

3. Tahap ketiga merupakan tahap pembinaan atau pendampingan. Yang menjadi fokus saat tahap pendampingan untuk UMKM “Nda Sulthon” adalah pembuatan stiker untuk identitas pada kemasan cateringnya, Banner untuk digunakan untuk promosi saat acara tertentu, dan juga Logo yang nantinya akan dijadikan profil di sosial media.
4. Tahap keempat merupakan tahap evaluasi. Pada tahap ini dilakukan pemantauan dan analisis mengenai seberapa efektif pendampingan yang telah dilakukan terhadap UMKM tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan bina desa di Kelurahan Pakal ini dimulai pada tanggal 09 Agustus 2024 sampai 09 Desember 2024. Pada kegiatan bina desa ini, kelompok kami memiliki tema “Transformasi Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Global” dengan 2 program kerja utama yakni melakukan pembinaan UMKM di tiap-tiap RW dan mengadakan sosialisasi mengenai digital marketing yang banyak dibutuhkan oleh Masyarakat di Kelurahan Pakal. Kegiatan bina desa ini diawali dengan tahap perizinan kepada bapak lurah Kelurahan

Pakal. Setelah itu kami melakukan survey dan juga wawancara kepada pelaku UMKM guna mencari informasi terkait kebutuhan dari UMKM tersebut dan juga untuk mensosialisasikan mengenai program kerja apa saja yang akan kami lakukan selama program bina desa di Kelurahan Pakal ini berlangsung.

Pada UMKM “Nda Sulthon” yang berlokasi di RW 06 Kelurahan Pakal ini memiliki keinginan untuk memperbarui logonya. Hal ini dikarenakan logo yang digunakan di sosial media kurang memenuhi nilai estetika. Nilai estetika ini dapat dilihat pada sejauh mana desain logo ini mampu menarik perhatian, meninggalkan kesan yang kuat, dan menciptakan ikatan emosional pada audiens. Nilai estetika logo ini sangat penting karena logo berfungsi sebagai identitas visual dan mewakili merek dari suatu usaha. Dalam konteks branding, estetika dari logo ini dapat memengaruhi cara pelanggan dalam melihat kualitas, kredibilitas, dan karakteristik suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

Selain pembuatan logo, pemilik UMKM “Nda Sulthon” juga ingin dibantu dalam pembuatan banner bagi usahanya. Banner ini oleh pemilik UMKM rencananya akan dipasang didepan rumah saat ada acara-acara agar sekaligus dapat melakukan promosi dan memberikan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Namun, kendala yang dimiliki oleh si pelaku UMKM ini beliau belum mengerti bagaimana cara membuat desain banner yang baik untuk bisa menarik konsumen.

Setelah melakukan survey dan wawancara kami melakukan diskusi untuk dapat memutuskan Solusi yang dapat

diterapkan pada tahap pendampingan. Kami menyepakati untuk membantu desain ulang logo dan membuat banner sebagai Solusi dalam memenuhi kebutuhan dari UMKM “Nda Sulthon”.

Pembuatan Logo

Logo adalah simbol atau gambar yang digunakan untuk mewakili identitas suatu perusahaan, organisasi, produk, atau layanan. Logo biasanya terdiri dari elemen visual seperti gambar, teks, dan warna, dan berfungsi sebagai representasi merek yang memudahkan pelanggan atau audiens untuk mengenali dan mengingat barang atau layanan yang ditawarkan. Logo yang baik mencerminkan nilai-nilai yang diterapkan oleh suatu usaha dan meninggalkan implikasi yang kuat pada pelanggan.

Logo memainkan peran yang sangat penting dalam upaya branding UMKM. Karena logo merupakan elemen visual pertama yang sering dikenali oleh konsumen. Dalam konteks branding, logo berfungsi tidak hanya sebagai simbol identitas tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memberikan keunikan yang dapat membedakan UMKM dari pesaing yang lain.

Pada UMKM “Nda Sulthon” ini kami membantu mendesain ulang logo dengan memperhatikan nilai estetika serta elemen – elemen yang diperlukan untuk dapat membantu UMKM “Nda Sulthon” lebih meningkatkan branding produknya. Elemen yang dimaksud adalah pembuatan logo yang dibuat sederhana agar mudah diingat dan dikenali oleh konsumen, logo dapat

diterapkan secara konsisten oleh pemilik usaha, warna yang digunakan dapat menciptakan asosiasi emosional dan psikologis dari audiens, tipografi atau pemilihan jenis huruf agar mudah dibaca dan sesuai dengan karakter merek, serta logo haruslah memiliki keunikan dari para pesaingnya. Berikut adalah logo yang kelompok bina desa Kelurahan Pakal bantu buat :



Gambar 1. Logo UMKM “Nda Sulthon”

Selain nilai estetika dan elemen-elemen, makna dari logo itu sendiri juga perlu diperhatikan. Dari logo yang kami buat untuk UMKM “Nda Sulthon” ini memiliki makna sebagai berikut:

1. Makna keseluruhan logo : setiap makanan yang disajikan oleh Katering “Nda Sulthon” ini memiliki cita rasa yang lezat dan menggugah selera.
2. Simbol gandum memberikan kesan bahwa UMKM “Nda Sulthon” menggunakan bahan yang segar dan berkualitas tinggi.

3. Simbol lingkaran mempunyai arti bahwa setiap proses produksi yang dilakukan selalu berkelanjutan dan menghasilkan makanan yang segar.
4. Penggunaan warna orange dan hitam mempunyai kesan kuat dan energik yang menjadikan daya tarik visual yang menarik bagi pelanggan.

Pembuatan Banner

Banner merupakan alat promosi visual yang paling sering digunakan oleh pelaku usaha untuk menyampaikan informasi tentang suatu produk atau layanan kepada para pelanggannya secara langsung. Penggunaan banner biasanya dipasang pada Lokasi yang strategis Dimana tempat usaha tersebut dijalankan. Banner dengan desain yang menarik dan pesan yang jelas dapat menarik minat pelanggan potensial dan membuat mereka tertarik untuk mempelajari lebih jauh mengenai barang atau layanan usaha yang ditawarkan.

Sama halnya dengan penggunaan logo, banner juga memiliki peran yang penting dalam Upaya branding UMKM. Banner sebagai salah satu media promosi visual yang paling efektif, banner dapat digunakan untuk memperkenalkan dan memperkuat citra merek UMKM di mata konsumen. Banner memiliki kemampuan untuk menarik perhatian dengan desain visual yang mencolok, hal ini merupakan salah satu kekuatan utama dari banner. Desain banner yang baik akan dapat langsung menarik mata orang yang lewat. Banner juga sebagai media dalam penyampaian informasi, baik informasi mengenai suatu usaha baru, produk baru, maupun suatu penawaran.

Kelompok bina desa Kelurahan Pakal juga membantu membuat banner bagi UMKM “Nda Sulthon”. Dalam proses pembuatannya, kami memperoleh informasi dan foto- foto produk yang biasa dijual oleh pemilik usaha. Dari situ kami mulai merancang untuk penataan foto dan informasi produk di banner dan juga pemilihan warna yang sesuai agar dapat mencolok dan menarik minat pelanggan. Kami juga menyesuaikan dengan pesan apa yang perlu untuk dicantumkan dan ditonjolkan pada banner tersebut. Selain itu, kami juga mencantumkan Alamat, nomor ponsel, dan juga sosial media Instagram UMKM agar konsumen mudah untuk menghubungi pemilik usaha. Berikut adalah banner yang sudah kami buat:



Gambar 2. Banner UMKM “Nda Sulthon”

KESIMPULAN

Kegiatan Bina Desa di Kelurahan Pakal yang dilaksanakan oleh Tim Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengoptimalkan branding melalui penggunaan elemen visual seperti logo dan banner. UMKM "Nda Sulthon" yang bergerak di bidang jasa catering menjadi fokus utama dalam kegiatan ini, di mana pemilik usaha mengungkapkan kebutuhan

untuk memperbarui logo dan membuat banner yang lebih menarik dan profesional.

Pembuatan logo yang baik dan estetis menjadi sangat penting bagi UMKM untuk menciptakan identitas yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Dalam hal ini, logo yang dirancang untuk "Nda Sulthon" mengandung elemen desain yang sederhana namun kuat, dengan makna yang menggambarkan kualitas dan kesegaran produk yang ditawarkan. Logo ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra merek yang dapat membedakan "Nda Sulthon" dari pesaing.

Selain logo, pembuatan banner juga memiliki peran yang sangat penting dalam upaya branding UMKM. Banner yang dirancang dengan desain yang menarik dan pesan yang jelas dapat berfungsi sebagai alat promosi efektif untuk menarik perhatian konsumen. Banner "Nda Sulthon" dirancang untuk menampilkan informasi penting secara jelas dan menarik, serta memudahkan konsumen untuk menghubungi pemilik usaha melalui kontak yang tercantum di banner.

Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM "Nda Sulthon" dapat lebih memanfaatkan elemen-elemen visual seperti logo dan banner dalam meningkatkan brand awareness, memperkuat citra merek, dan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, pembinaan dan pendampingan yang dilakukan diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam memahami pentingnya strategi branding yang efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II TELAAH PUSTAKA 2.1 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) 2.1.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). (n.d.).

Cholidatul Lifia, Ainur Rochmaniah, & Poppy Febriana. (2024). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN BRANDING MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN

DAYA SAING UMKM MRS SNACKKET. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 5(2), 521–534. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v5i2.3537>

Dieva, D. P., & Dermawan, R. (2023). PENGEMBANGAN UMKM MELALUI OPTIMALISASI BRANDING PADA “BILA CATERING” DESA TEGALREJO, PROBOLINGGO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03), 120–129. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i03.643>

Dita Keysia Armelia Dwi Putri, & Lia Nirawati. (2023). Optimalisasi Branding Produk dan Pengaplikasian Media Sosial sebagai Strategi Pengembangan pada UMKM di Kelurahan Rungkut Tengah Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 123–136. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.183>

Elissa Putri, D., & Ritomeia Ariescy, R. (2024). Optimalisasi Penggunaan Instagram Sebagai Sarana Digital Marketing UMKM Seblak 55

- Kelurahan Rungkut Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 298–305. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2364>
- Haryati, N., Irwandi, P., Wibowo, R. H., Wavi, M. N., Syarif, H. D., Nurirozak, M. Z., & Lasitya, D. S. (2024). *PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN KOMUNIKASI VISUAL UNTUK MENGEMBANGKAN DIGITAL BRANDING PADA USAHA MINUMAN TRADISIONAL*. 8(2). <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i1.21913>
- Muafidah, Z., Rohman, T., Arofah, E. A., & Prabawa, A. F. (2024). Optimalisasi produk UMKM melalui pelatihan desain logo dan kemasan di Desa Kalijambe Kecamatan Bringin Kabupaten Semarang. *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas*, 1(1), 20–27. <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i1.1027>
- Restiawati, D., Ayu Sapitri, N., Hidayat, M., Napisah, S., Amanna Dzikrillah LLAH, R., & Fini Maris, S. (2024). Implementasi Pengabdian Masyarakat Melalui Branding, Packaging, dan Digital Marketing: Studi Kasus Produk UMKM Kue Basah di Desa Cileungsing. In *Jurnal Pengabdian West Science* (Vol. 03, Issue 05).
- Yudha, T. S., Amalia, R., Rizkiyati, N., Ramadhana, M. S., Azzam, M., Hemawan, F., & Soebiantoro, U. (2024). Membangun Branding UMKM Minuman Herbal dengan Pembuatan Identitas Visual di Gunung Anyar, Surabaya. *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 2(1). <https://doi.org/10.59841/jai.v1i1>
- Zuliawati Zed, E., Febrika, D., Marlina, M., Saputra, M. N., Fauzie, A., & Lestari, N. (2024). Pentingnya Logo/Brand Dalam Membangun Branding Pada Umkm di Cikarang Utara. *Jurnal Inovasi Global*, 2(3), 439–444. <https://doi.org/10.58344/jig.v2i3.77>