

PENDAMPINGAN BRANDING LOGO SEBAGAI PENINGKATAN DAYA SAING USAHA UMKM, DESA JAYAGIRI, PANUMBANGAN, CIAMIS JAWA BARAT

LOGO BRANDING ASSISTANCE TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF MSME BUSINESSES, JAYAGIRI VILLAGE, PANUMBANGAN, CIAMIS, WEST JAVA

Andi Usmar^{1*}

¹ Politeknik LP3I Kampus Tasikmalaya

*email Koresponden: andi.usmar@plb.ac.id

DOI: DOI:<https://doi.org/10.62567/micjo.v1i4.290>

Article info:

Submitted: 20/08/24

Accepted: 29/11/24

Published: 29/11/24

Abstract

Micro, small or medium enterprises (MSMEs) are businesses carried out by individuals or groups with the aim of improving the personal welfare of their group members. The KKN-TM team found that one of the problems was that the products being marketed did not have sufficient branding. One of the problems is making the UMKM logo for the UMKM Kia Snack Cimuncang Hamlet and Sistik Jagir Singkup Hamlet, Jayagiri Village, Panumbangan Ciamis West Java, with a new one. In other words, there is no entrepreneurial spirit and brand knowledge. Small and medium businesses (MSMEs) still lack better and more relevant branding strategies. One of the goals of brand promotion is to sell products to the general public, or to increase consumer confidence in the product and create the perception that the product has been sold. Brands can instill a good impression on customers, which MSMEs must understand. In this activity, the mentoring method is used. Observation, guidance, and logo creation are the steps taken. By considering the problems mentioned above, community service activities are very important to carry out. to the MSME actors Kia Snack Cimuncang Hamlet and Sistik Jagir Singkup Hamlet, Jayagiri Village, Panumbangan Ciamis West Java in carrying out logo branding

Keywords : *devotion, community, branding, logo*

Abstrak

Usaha mikro, kecil, atau menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pribadi anggota kelompoknya. Tim KKN-TM menemukan bahwa salah satu masalahnya adalah produk yang dipasarkan tidak memiliki branding yang cukup. Salah satu masalahnya adalah membuat logo UMKM Pada UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik jagir Dusun Singkup , Desa jayagiri, Panumbangan Ciamis Jawa barat, dengan yang baru. Dengan kata lain, tidak ada semangat kewirausahaan dan pengetahuan merek. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) masih kekurangan strategi branding yang lebih baik dan relevan.

Salah satu tujuan dari promosi merek adalah untuk menjual produk kepada masyarakat umum, atau untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut dan menciptakan persepsi bahwa produk tersebut telah terjual. Merek dapat menanamkan kesan baik pada pelanggan, yang harus dipahami oleh UMKM. Dalam kegiatan ini, metode pendampingan digunakan. Observasi, bimbingan, dan pembuatan logo adalah langkah-langkah yang dilakukan.

Dengan mempertimbangkan masalah yang telah disebutkan di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat penting dilakukan. kepada pelaku UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik jagir Dusun Singkup , Desa jayagiri , Panumbangan Ciamis Jawa barat dalam melakukan branding logo

Kata Kunci : pengabdian, masyarakat, branding, logo

1. PENDAHULUAN

Setiap perubahan di dunia bisnis akan memengaruhi konsumen dan produsen. Dengan perkembangan zaman yang pesat dan era globalisasi, ada banyak masalah yang akan muncul untuk perusahaan. Banyak produk baru muncul bersamaan dengan kemajuan teknologi, meningkatkan persaingan produk dan menarik perhatian pembeli. Oleh karena itu, produsen bersaing merancang strategi produk mereka untuk menjadi lebih menarik dari pesaing. Salah satunya adalah mengubah merek dan logo. Branding terus berkembang sebagai bagian dari komunikasi pemasaran. Branding dianggap sebagai elemen penting yang harus dipertimbangkan akan pengembangan bisnis dan sumber daya media untuk membangun reputasi positif di mata pelanggan. Tidak jarang para UMKM mencoba menjadikan merek dagang mereka lebih menonjol dengan menambahkan logo pada produknya atau mengubah atau mengubah nama atau logo yang telah ada. Dalam kasus ini, produk UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir Dusun Singkup , kedua UMKM tersebut belum menggunakan logo yang pada setiap tahunnya. Namun, pemilik UMKM sudah punya keinginan dalam menggunakan logo dalam produknya agar produk dapat memberikan nilai tambahan yang dapat menarik perhatian pelanggan. Meskipun demikian, tujuan utama dari branding , "branding", yang berarti "penciptaan citra merek" atau upaya untuk meningkatkan keadaan. Oleh karena itu, branding adalah upaya bisnis untuk meningkatkan kualitasnya sehingga mudah dikenal oleh masyarakat sebagai konsumen.

Logo adalah elemen grafis yang biasanya berbentuk simbol, ikon, atau tanda yang digunakan sebagai lambang secara visual dan mencerminkan jiwa dan kepribadian perusahaan. Fakta bahwa logo sering digunakan untuk aplikasi identitas visual lainnya menunjukkan betapa pentingnya merencanakan logo yang dapat mencerminkan jiwa dan kepribadian perusahaan.

Dengan mempertimbangkan fenomena yang telah diuraikan di atas, branding logo perusahaan UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir Dusun Singkup memerlukan tindakan sosial. Berharap UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir Dusun Singkup di Desa Jayagiri, Panumbangan Ciamis, Jawa Barat, menjadi lebih representatif, menarik, dan unik dengan pembaharuan dan pembuatan logo produk. unik yang membedakan UMKM lainnya, dan dapat menarik pembeli

2. METODE PENELITIAN

Program pengabdian masyarakat ini merupakan bagian dari Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-TM) dengan tema pemberdayaan kemampuan masyarakat melalui kolaborasi IPTEK dan Kearifan Lokal. Program tersebut berjudul Pendampingan branding Logo Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Usaha Pada UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir Dusun Singkup, Desa Jayagiri, Panumbangan Ciamis, Jawa Barat. Program rebranding dilaksanakan untuk membantu UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir Dusun Singkup, Desa Jayagiri, Panumbangan. Ini dilakukan dengan metode observasi dan pendampingan secara langsung di rumah UMKM. Program ini

dimaksudkan untuk menargetkan pelaku UMKM yang tidak memiliki logo atau yang memilikinya tetapi tidak memiliki sentuhan inovasi dan kreasi.

Di lapangan, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara selama tahap observasi. Dibandingkan dengan metode pengumpulan data lainnya, observasi memiliki karakteristik khusus. Dilakukan observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM Kia Snack di Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir di Dusun Singkup di Desa Jayagiri, Panumbangan. Untuk membentuk gambaran program yang jelas, data kemudian dirangkum, dipilah, dan difokuskan ke dalam beberapa program. sesuai dengan temuan observasi dan wawancara, pelaku UMKM Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik jagir Dusun Singkup , Desa jayagiri , Panumbangan belum mempunyai logo Di lapangan, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara selama tahap observasi. Salah satu metode pengumpulan data yang unik adalah observasi . Observasi dan temuan diberikan kepada pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kia Snack di Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir di Dusun Singkup di Desa Jayagiri, Panumbangan. Untuk membentuk gambaran program yang jelas, data kemudian dirangkum, dipilah, dan difokuskan ke dalam beberapa program. Berdasarkan temuan dan wawancara, pemilik Kia Snack Dusun Cimuncang dan Sistik Jagir Dusun Singkup, Desa Jayagiri, Panumbangan tidak memiliki logo etetapi para pemilik UMKM telah mengetahui dan menginginkan untuk pemberian logo pada prosuk usahanya.

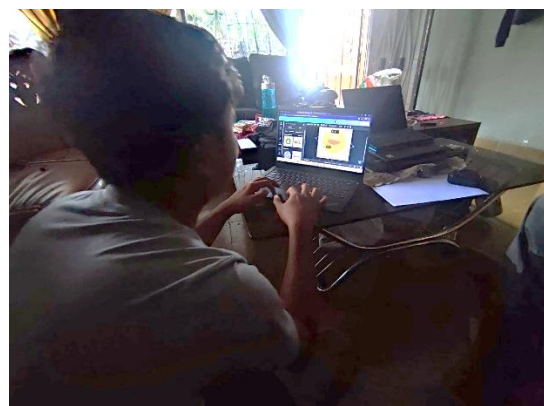
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mahasiswa Kelompok 8 KKN-TM dibawah arahan dan kordinasi dosen pembimbing lapangan, melakukan pengabdian kepada masyarakat di Desa Jayagiri, Panumbangan Ciamis, Jawa Barat. Salah satu bentuk pengabdian mereka adalah Program Pendampingan UMKM. Mikrobisnis, Kecil dan usaha menengah

(UMKM) adalah perusahaan produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu atau perusahaan di setiap sektor ekonomi. brand Logo tersebut dibuat melalui dukungan dan pembuatan oleh UMKM Kia Snack dan Sistik Jagir. Pada 27 Juli 2024, pendampingan dimulai, dan logo dibuat dari 28 Juli hingga 14 Agustus 2024. Untuk memastikan bahwa UMKM kecil dan menengah (UMKM) tetap bersaing dengan UMKM lainnya, branding adalah proses yang melibatkan perubahan gaya komunikasi antara bisnis dan pelanggan dengan tujuan untuk memberi tahu pelanggan bahwa perusahaan telah meningkatkan kualitas produk mereka. Pertama, survei dan wawancara dilakukan untuk mengetahui masalah UMKM Kia Snack dan Sistik jagir.



Gambar 1: Observasi kepada Pelaku UMKM



Gambar 2: Proses Pembuatan Logo

Ketika tiba di Desa Jayagiri, Panumbangan, pertama kali melakukan survei atau observasi UMKM Kia Snack dan Sistik Jagir. Survei dilakukan dengan mengunjungi rumah pelaku UMKM Kia Snack dan Sistik jagir dan menggunakan metode wawancara untuk mengumpulkan data. Selain itu, survei juga melihat produk yang dijual oleh UMKM Kia Snack dan Sistik jagir. UMKM Kia Snack

dan Sistik jagir merupakan UMKM yang sebelumnya belum mempunyai logo, maka pembuatan logo ini juga menampilkan perijinan yang telah ditempuh dan didapat oleh UMKM, Tetapi untuk UMKM yang masih proses dalam memperoleh perijinan, tetap dibuatkan logo, sebagai bentuk branding. Tetapi kepada UMKM tersebut telah diberi saran jika perijinan telah terbit maka disarankan ada perbaikan di logo agar logo lebih informatif,

Untuk UMKM Sistik jagir logo yang dibuatkan informatif dengan menambah informasi informasi perijinan yang telah dipunyai oleh UMKM tersebut, beserta informasi berat dan rasa, komposisi dan disediakan pula informasi tgl produksi dan tanggal kadaluarsa. Sedangkan untuk UMKM Kia Snack, Dibuatkan logo sementara. Tanpa menampilkan perijinan, dikarenakan perijinan masih dalam proses tetapi logo kami tetap buat dan memberikan saran perubahan logo ketika perijinan telah keluar dengan memberikan informasi informasi produk tersebut, seperti halnya UMKM Sistik jagir



Gambar 3 : Logo Sistik Snack Jagir



Gambar 4 : Kia Snack

Logo tersebut merupakan desain logo akhir, setelah sebelumnya dilakukan revisi karena ada masukan dari berbagai pihak khususnya pemilik UMKM

4. KESIMPULAN

Hasil survei yang dilakukan oleh kelompok KKN 8 dan UMKM Sistik Jagir dan Kia Snack menunjukkan bahwa mereka harus dikembangkan. Salah satu masalah yang dihadapi UMKM Sistik Jagir dan Kia Snack adalah kurangnya branding pada produk yang dipasarkan. Salah satu cara untuk menyelesaikan masalah ini adalah dengan meningkatkan daya saing bisnis saat ini dengan menambahkan logo mereka. Pemantauan branding logo dilakukan dalam beberapa tahap. Pertama, dilakukan observasi lapangan kepada UMKM Sistik Jagir dan Kia Snack di lokasi bisnis mereka. Selanjutnya, pendampingan secara langsung di rumah pelaku usaha, yaitu di Dusun Cimuncang dan Dusun Singkup, Desa Jayagiri, Panumbangan kabupaten ciamis, di mana survei telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari pendampingan ini adalah pertimbangan terhadap desain logo yang telah dibuat sebelumnya (redesign). Logo baru dapat dibuat untuk bisnis setelah mendapatkan informasi, dan konsep dan ide baru untuk logo harus dapat menggambarkan produk dan informasi terhadap produk. Selain itu, desain logo yang telah disetujui oleh bisnis kecil dan menengah (UMKM) diperbarui.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Denny, Y. R., Permana, S., Nurilmy, N., & Wahyuni, S. (2022). Peningkatan Mutu UMKM Komoditas Ikan Guna Pemasaran yang Berskala Luas. *Jurnal Pengabdian Dinamika*, 9(1).
- Dewantari, A. Z., Alvianto, R., Putri, C. P., Puspasari, M. D., Setiawati, P. M., & Arum, D. P. (2022). Rebranding Produk Tas Rajut Terhadap Umkm Azza Rajut. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 723-727.
- Paidi. (2008). Urgensi pengembangan kemam-



puan pemecahan masalah dan metakognitif siswa SMA melalui pembelajaran biologi. *Prosiding, Seminar dan Musyawarah Nasional MIPA yang diselenggarakan oleh FMIPA UNY, tanggal 30 Mei 2008*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Usmar, A. (2022). Pengaruh Faktor Fundamental Dan Economic Value Added (Eva Terhadap Return Saham. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis)*, 8(1), 168-175.