

Pelatihan Desain Logo Roti RHM Guna Membangun Identitas Dan Strategi *Branding* Usaha

Nor Lailla¹; M.Irfan Tarmizi²; Restika Eka Pratiwi³, Siti Jamilah⁴

¹ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Manajemen

² Universitas Muhammadiyah Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Akuntansi

³ Universitas Muhammadiyah Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

E-mail: ¹nor.lailla@umj.ac.id, ²m.irfan@umj.ac.id, ³restikaeka@staff.umj.ac.id

WA: 0816 1624709

Article History:

Received : 31 Desember 2023

Review : 16 Januari 2024

Revised : 10 Maret 2024

Accepted : 31 Mei 2024

Keywords: logo *branding* usaha

Abstract: Logo merupakan salah satu hal penting dalam sebuah bisnis. karena logonya. identitas produk dan meningkatkan daya tariknya kepada konsumen. Selain logo, media promosi salah satunya tentu saja spanduk. Bahkan di era teknologi, pentingnya spanduk tidak berkurang. Namun permasalahan yang terjadi adalah mitra tidak mempunyai logo sebagai identitas usaha dan tidak mempunyai banner sehingga tidak dapat diketahui oleh masyarakat sekitar lokasi usaha dan konsumen kesulitan dalam mencari lokasi usaha. Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan cara membuat logo dan desain banner yang berisi poin-poin penting agar mudah diingat dan berdampak pada perubahan peningkatan penjualan dan wawasan pemasaran bagi para pebisnis rumahan. Metode yang digunakan adalah tahap perancangan, tahap persiapan, dan tahap pelaksanaan. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat mitra sudah mempunyai logo dan terdapat logo pada kemasan rotinya, kemudian sudah dipasang banner pada usaha rumahan tersebut, sehingga konsumen secara luas memahami bahwa rumah tersebut adalah usaha roti, sehingga memudahkan agar konsumen dapat membeli secara langsung.

A. Pendahuluan

Usaha yang menjanjikan saat ini adalah usaha makanan, khususnya usaha roti. Menurut (Heruhidayat, 1998) Roti merupakan makanan yang sudah banyak dikonsumsi sebagai *alternative* sumber kalori pengganti nasi. Produk roti merupakan alternatif makanan ringan yang banyak dijual baik di toko besar seperti sejenis *bakery shop* atau kalau dalam skala kecil biasa dijual toko-toko makanan dan toserba (Rokhmah & Almaidah, 2018). Salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang roti dan kue yang ada di Bojongsari Depok adalah Roti Hati Manis

RHM , yang

merupakan jenis usaha kecil menengah (UKM) lebih tepatnya usaha rumahan yang di kembangkan oleh seorang ibu rumah tangga yang bergerak di bidang makanan khususnya roti. Industri rumah tangga adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah. Industri rumah tangga (*home industry*) diharapkan dapat meningkatkan nilai ekonomi dan pendapatan pelaku industri rumah tangga (Huda et al., 2021).

Setelah dilakukan identifikasi, bahwa pelaku usaha roti ini belum membangun identitasnya dengan baik. Usaha roti sudah cukup lama di jalankan, akan tetapi mereka belum memiliki logo sebagai identitas mereka. Pada pengemasan belum terdapat logo. Karena mitra belum memiliki logo, maka pemasaran produk akan sulit dilakukan dan dikenal oleh konsumen. Juga tanpa memiliki logo, usaha ini tidak dapat membangun *branding* nya kepada konsumen, selain itu masih melakukan promosi melalui mulut ke mulut sehingga hanya lingkungan sekitar atau tetangga saja yang mengetahui produknya, serta kurang menariknya identitas karena belum memiliki logo (Saputri & Kusumaningrum, 2021).

Hanya dengan sebuah *Brand* seorang pengusaha bisa membedakan dan memperkenalkan produknya ke calon konsumen. *Brand* adalah aset tak berwujud yang berupa rangkuman pengalaman terhadap sebuah entitas. Brand yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan. (Angela Oscario, 2013). Menurut (Elo et al., 2023) Penerapan *branding* terhadap produk usaha rumahan dapat memudahkan konsumen memilih produk ditengah banyaknya pilihan dan kualitas produk yang tersedia, untuk mengenal apa yang dimaksud dengan *membranding*. Agar masyarakat yang memiliki usaha rumahan dapat dikenal produknya dan mampu bersaing dengan usaha sejenis lainnya maka diharapkan para pelaku usaha rumahan memiliki logo usaha produk roti untuk usahanya, karena saat ini banyak pelaku usaha rumahan yang belum memiliki logo.

Logo merupakan salah satu hal yang penting pada sebuah perusahaan. karena logo merupakan gambaran dari representasi sebuah perusahaan. Logo juga merupakan salah satu strategi jitu dalam pemasaran dikarenakan logo merupakan salah satu hal diingat konsumen dalam mengingat suatu produk.

Namun untuk menggunakan logo

harus memperhatikan unsur-unsur dalam desain grafis sehingga dapat menghasilkan bentuk logo yang menarik. Ada beberapa unsur dasar dalam desain grafis seperti warna, line, tipografi, shape, skala dan tata letak, secara keseluruhan unsur-unsur tersebut harus seimbang dan memiliki proporsi yang tepat (Hananto, 2019; Rasyid, 2019). Untuk menyeimbangkan unsur-unsur tersebut dibutuhkan keterampilan dan kompetensi yang baik, upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat guna memberikan edukasi tentang pentingnya menggunakan logo dan kemasan agar menambah nilai ekonomis dan juga dapat dikembangkan menjadi sebuah brand (Valentino, 2020).

Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk merancang *design* Logo roti dan mengaplikasikan logo ini pada *banner* informasi nama usaha sebagai strategi *branding* usaha. Menurut (Destrina et al., 2022) memiliki merek sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat.

Permasalahan yang dialami mitra yaitu

- a. Usaha Logo Roti RHM belum memiliki logo.

Menjalankan bisnis rumahan tidak selalu mudah. Memang, modal merupakan hal penting yang terus menyita pikiran pelaku usaha rumahan. Namun, bukan berarti strategi pemasaran dan branding menjadi tidak penting. Satu hal kecil yang kerap dilupakan oleh pelaku usaha rumahan adalah logo. Tak banyak dari mereka yang memperhatikan kuatnya pengaruh logo pada kelangsungan bisnis mereka. Logo akan menarik perhatian bagi konsumen yang melihatnya. Itulah mengapa logo harus dibuat semenarik mungkin. Dengan logo, perusahaan dapat menyampaikan visinya kepada konsumen. Selain itu, logo bisa juga digunakan perusahaan untuk menonjolkan keunikannya.

Sebagai identitas perusahaan. Logo berfungsi untuk menciptakan dan menyampaikan citra positif usaha. Untuk

memberi kesan baik dan kepercayaan kepada konsumen untuk mau menggunakan produk. Untuk promosi produk, bagi pelaku usaha rumahan. Dengan adanya logo yang dimiliki oleh usaha roti manis RHM, produk akan lebih mudah dikenali dan diketahui.

b. Belum adanya banner usaha pada roti manis RHM.

Masalah pemasaran sendiri menjadi salah satu masalah utama usaha rumahan roti manis RHM sehingga kesulitan untuk berkembang. Karena tidak bisa melakukan pemasaran dengan baik, maka tidak heran jika usaha rumahan juga tidak bisa meningkatkan penjualan dan kapasitas produksinya sehingga akan stagnan. Terdapat juga kebutuhan yang diperlukan oleh usaha rumahan roti manis RHM untuk memberdayakan atau memajukan usahanya yaitu pembuatan banner produknya. Tujuan adanya pembuatan banner adalah agar masyarakat sekitar tahu akan tempat tersebut yang memproduksi makanan kuliner dan dapat menarik perhatian dari konsumen.

Solusi yang ditawarkan tim abdimas kepada mitra, yaitu: memberikan pelatihan cara membuat logo dan merancang banner yang berisi point penting yang akan di mudah di ingat dan berdampak pada perubahan peningkatan penjualan dan wawasan tentang pemasaran kepada pelaku usaha rumahan .

Salah satu unsur penting dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah partisipasi mitra (Rokhmah & Almaidah, 2018).

Sebelum pelaksanaan kegiatan diinformasikan kepada mitra mengenai

B. Metode

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dirumah mitra yang beralamat di bojongsari Depok, dengan peserta dari tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta dan mitra.

Pelaksanaan program pengabdian

tujuan, manfaat, pelaksanaan kegiatan. Bentuk partisipasi mitra diantaranya adalah: 1) menyediakan waktu dan tenaganya untuk terlaksananya program hingga selesai, 2) memberikan informasi tentang kegiatan usaha dan segala permasalahannya, 3) memberikan masukan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat memberikan manfaat seperti yang diharapkan mitra, 4) menyediakan sarana dan prasarana kegiatan

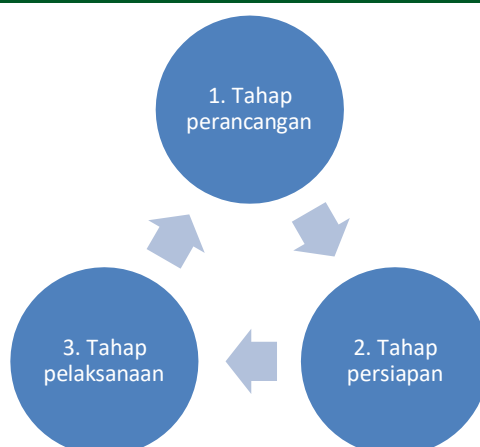
Target luaran kegiatan pengabdian Masyarakat ini adalah, Usaha rumahan RHM memiliki logo pada produk roti manis sehingga terdapat cerminan dari karakter roti manis RHM, Logo dapat membuat usaha roti manis RHM lebih mudah diingat dan dikenali oleh banyak orang, Meningkatkan kepercayaan dengan penampilan yang lebih professional dan pelaku usaha memiliki banner untuk usahanya.

PRODUK ROTI YANG DI HASILKAN BELUM MEMILIKI LOGO



Gambar 1 Produk belum memiliki logo

masyarakat dibuat dan direalisasikan dengan beberapa tahapan, yaitu tahap perancangan, tahap persiapan dan tahap realisasi atau pelaksanaan. Masing – masing tahapan ini dijelaskan sebagai berikut :



Gambar 2 Metode pengabdian masyarakat

Tabel 1 Rincian Tabel Kegiatan

Tahap pelaksanaan No	Tahapan	Hal yang dilakukan
1	Tahap perancangan	Koordinasi dan diskusi dengan pemilik usaha roti manis RHM berkaitan dengan kegiatan pengabdian Masyarakat yang akan dilakukan oleh tim dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Hasil dari diskusi diketahui mengenai permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha roti. Koordinasi kepada pemilik usaha mengenai jadwal pelaksanaan persiapan kegiatan pengabdian masyarakat. Hal ini dilakukan untuk menentukan waktu yang tepat untuk melaksanakan kegiatan tersebut.
2	Tahap persiapan	Tahap persiapan kegiatan pengabdian masyarakat antara pemilik usaha dengan tim pengabdian masyarakat dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Persiapan kebutuhan untuk kegiatan pengabdian masyarakat.
3	Tahap pelaksanaan	Sosialisasi terkait perkembangan pemasaran Sosialisasi terkait pentingnya pemberian logo untuk pengenalan sebuah produk Pelatihan pembuatan logo Pemrosesan logo final untuk di jadikan stiker dan banner Membuat design banner Pemilihan warna yang menarik untuk design logo dan banner

C. Hasil

Berdasarkan hasil pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan usaha rumahan RHM, dapat diuraikan bahwa hasil dan luaran program serta manfaatnya terhadap perubahan mitra selama proses kegiatan tersebut, terjadi peningkatan secara signifikan secara produksi. program pengabdian terhadap mitra sangat besar karena dapat menambah wawasan dan kreativitas mitra tersebut. Adapun kegiatan pengabdian Masyarakat ini, yaitu :

a. Kegiatan dalam pembuatan Logo
Pada kegiatan ini dilakukan, karena mitra masih belum memiliki identitas, karena itu pembuatan logo pada mitra merupakan kegiatan yang sangat tepat untuk dilakukan agar produk mitra terlihat lebih menarik dan menciptakan identitas pada sebuah produk dari mitra itu sendiri sehingga mudah di ingat oleh konsumen secara luas. Dalam pembuatan logo dilakukan berdasarkan kesepakatan dari pihak tim pengabdian Masyarakat dari UMJ dan mitra. Dalam pembuatan logo juga berdiskusi dengan mitra.



Gambar 3 kegiatan pengabdian masyarakat

b. Kegiatan dalam pembuatan banner mitra.

Tim pengabdian masyarakat juga memberikan fasilitas berupa banner sebagai bentuk kegiatan pengabdian masyarakat,

yang diserahkan kepada mitra. Di sisi lain, banner juga digunakan sebagai pengenalan tempat produksi pelaku usaha. Dengan dipasangnya spanduk di tempat produksi, akan mempermudah informasi dengan penjualan produk roti tersebut.



Gambar 4 logo roti



Gambar 6 Baner sudah terpasang pada tempat usaha

Indikator keberhasilan

Indicator sudah keberhasilan yang telah dilakukan yaitu :

Dengan melakukan evaluasi, salah satunya bahwa mitra sudah memiliki logo dan terpasang pada roti yang dihasilkan oleh mitra dan memahami arti pentingnya logo.

Banner sudah terpasang pada usaha rumahan, sehingga konsumen luas menjadi mengetahui bahwa di rumah tersebut merupakan usaha roti sehingga memudahkan konsumen dalam

pembelian secara langsung. Dan bagi yang membeli melalui media sosial menjadi mudah menemukan lokasinya

Gambar 6 logo sudah terpasang pada roti

Tabel 2 Evaluasi kegiatan

No	Sebelum pelaksanaan kegiatan	Sebelum pelaksanaan kegiatan
1	Belum memiliki logo	Sudah memiliki logo, sehingga produk mulai dikenal oleh konsumen
2	Belum ada spanduk pada usaha rumahan	Sudah terpasang spanduk pada tempat usaha, sehingga konsumen mulai menngetahui adanya tempat usaha dan membelinya.

Diskusi

Dampak pada pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, pemilik usaha roti mulai menggunakan logo pada produk usahanya, dan konsumen sudah mulai mengetahui keberadaan usaha roti di rumah tersebut.

Keunggulannya

1. Agar dapat mempertahankan kepercayaan konsumen mitra di harapkan untuk menjaga kualitas produknya, kualitas produk yang di harapkan adalah kebersihan dan Kesehatan produk yang mitra jual.
2. Terus meningkatkan kreativitas dan konsisten dalam menjalankan usahanya, walaupun terjadi persaingan usaha sejenis .
3. Masyarakat sekitar sudah mengetahui akan produk tersebut dengan adanya banner di rumah usaha mitra.

Kelemahannya

1. Mitra belum sepenuhnya memahami untuk menggunakan aplikasi pembuatan logo, sehingga perlu untuk dilakukan pembelajaran secara berulang – ulang.
2. Penjualan hanya sebatas menggunakan media social, yaitu Whatsapp, sehingga perlu untuk mempelajari dan menggunakan media social lainnya agar pangsa pasar penjualan produk roti kian meningkat dan meluas.

D. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sambutan mitra cukup baik terkait kegiatan pengabdian Masyarakat ini, hal ini dapat dilihat dari keaktifan mitra ketika mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini.

2. Salah satu manfaat yang dirasakan oleh mitra adalah mitra memperoleh gambaran tentang bidang pemasaran, peningkatan pada kegiatan usahanya dan proses pengelolaan usahanya.

Ucapan terima kasih di ucapkan kepada :

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Ibu Sari Handayani selaku pemilik usaha Roti Hati Manis
3. Tim kegiatan pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta. yang telah membantu sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan dengan lancar, sesuai dengan rencana dan tepat waktu.

Daftar Referensi

- Elo, G. M., Soba, T. W., Malo, M. R., Ndapa, D. A., Jera, S., Mbunga, A., Wati, S., Ina, T., & Lena, S. V. V. (2023). *Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Design Logo Bagi Pelaku UMKM Desa Pambotanjara di Kecamatan Kota Waingapu*. 2(1), 20–25.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. (2022). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 1473–1478.

- Hananto, B. A. (2019). Perancangan Logo Dan Identitas Visual Untuk Kota Bogo. *Titik Imaji*, 2(1).
- Heruhidayat, A. (1998). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan manajemen mutu terpadu pada Galih Bakery, Ciledug, Tangerang, Banten*.
- Huda, I. J., Rochdiani, D., & Isyanto, A. Y. (2021). Analisis Pendapatan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Farida Bakery Di Desa Cikunir Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 8(2), 393. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i2.5261>
- Rasyid, R. A. (2019). Perbandingan Logo, Warna Dan Kemasan Terhadap Penjualan Produk: Studi Pada Expo Di Universitas Negeri Mataram, NTB. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 51–56.
- Rokhmah, B. E., & Almaidah, S. (2018). Di Kadipiro Banjarsari Surakarta. 2018: *Prosiding Seminar Pengabdian Kepada Masyarakat (Senadimas)*, 210–216.
- Saputri, S., & Kusumaningrum, H. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Branding Logo Dan Kemasan Produk Ndoyan Jajan Di Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Profit Dindoyan Jajan. *Seminar Nasional Patriot Mengabdi*, 1(1), 1–9. <https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/spm/article/view/91>