

Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung

Joko Iskandar¹, Yayak Kartika Sari², Ahmad Fathurrohimi³

^{1,2,3}Prodi Informatika, Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Joko Iskandar

E-mail: arsip.indoscript@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa pelatihan desain mockup dan logo untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam mendesain mockup dan logo untuk terciptanya branding produk yang dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM. Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM adalah seminar, diskusi dan pelatihan. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Rejotangan pada tanggal 6-7 Agustus 2023 dengan jenis UMKM yang bergerak dibidang olahan makanan. Tahap kegiatan meliputi survey lokasi, persiapan, pelaksanaan seminar dan pelatihan, evaluasi. Untuk kelancaran kegiatan pengabdian ini, tim menyiapkan paparan materi, manual book dan tim pengabdian dapat memberikan bantuan pendampingan secara berkelanjutan dengan mencantumkan nomor kontak tim pengabdian yang tertera pada manual book. Melalui pelatihan ini peserta mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi marketing melalui branding produk dengan penekanan khusus pada olahan makanan. Peserta juga diajarkan tentang mendesain mockup dan logo yang relevan dengan produk olahan makanannya. Setelah dilakukan kegiatan pelatihan desain mockup dan logo dengan metode seminar, diskusi dan pelatihan didapatkan adanya perubahan sikap, pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membuat dan mengembangkan branding untuk produk olahan makanan. Pelatihan yang dilakukan ini diharapkan memberikan motivasi kepada UMKM dalam upaya meningkatkan nilai jual produk yang lebih baik.

Kata kunci – UMKM, Branding, Mockup, Logo

Abstract

Community Service (PkM) activities in the form of mockup and logo design training for Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) in Rejotangan Village, Tulungagung Regency aim to increase understanding and skills in designing mockups and logos for the creation of product branding that can increase the selling value of SMEs products. The methods used in PkM activities are seminars, discussions and training. This activity was carried out in Rejotangan Village on August 6-7, 2023 with the type of SMEs engaged in processed food. The activity stages include location surveys, preparation, implementation of seminars and training, evaluation. For the smooth running of this service activity, the team prepared material exposure, manual books and the service team can provide assistance on an ongoing basis by including the contact number of the service team listed in the manual book. Through this training, participants gained an in-depth understanding of marketing strategies through product branding with a special emphasis on processed food. Participants were also taught about designing mockups and logos that are relevant to their processed food products. After the mockup and logo design training activities were carried out using the seminar, discussion and training methods, there were changes in the attitudes, knowledge and skills of the participants in creating and developing branding for processed food products. The training conducted is expected to motivate SMEs in an effort to increase the value of their products.

Keywords - SMEs, Branding, Mockup, Logo

PENDAHULUAN

Pemberdayaan usaha kecil dilaksanakan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat. Dengan memberdayakan usaha kecil diharapkan usaha kecil menjadi tangguh, mandiri, dan juga dapat berkembang menjadi usaha menengah. Usaha kecil yang tangguh, mandiri, dan berkembang dengan sendirinya akan meningkatkan produk nasional, kesempatan kerja, ekspor, serta pemerataan hasil-hasil pembangunan, yang pada gilirannya akan memberikan sumbangan yang lebih besar terhadap penerimaan negara. Selanjutnya, pemberdayaan usaha kecil akan meningkatkan kedudukan serta peran usaha kecil dalam perekonomian nasional sehingga akan terwujud tatanan perekonomian nasional yang sehat dan kukuh (Hanim & Noorman, 2018). Kehadiran usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sudah tidak diragukan lagi dalam penunjang ekonomi baik secara nasional maupun perekonomian masyarakat di daerah. UMKM merupakan suatu bentuk usaha produktif yang bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang dimiliki perorangan atau badan usaha (Lestari & Amri, 2020).

Saat ini, masih banyak para pelaku UMKM yang masih kurang memiliki pemahaman dan keterampilan dalam strategi pemasaran melalui merek atau *branding*. *Branding* merupakan sebuah aktifitas komunikasi pelaku usaha kepada konsumen untuk memperkenalkan melalui perencanaan yang matang guna membangun atau memperkuat *brand* tersebut. *Brand* yang kuat akan mendapatkan pelanggan yang banyak dan memenangkan persaingan usaha. Sebuah *brand* terdiri dari atribut-atribut yang dikomunikasikan melalui nama atau simbol, yang dapat mempengaruhi proses pemilihan suatu produk di benak konsumen (Setiawati, dkk., 2019).

Branding termasuk salah satu alat atau komponen yang dapat dijadikan untuk memenangkan persaingan dalam kegiatan usaha dan bahkan *branding* menempati urutan pertama sebagai alat pemenangan tersebut (Sari, dkk., 2021). *Brand* yang juga dikenal dengan sebutan merek yang dihasilkan UMKM masih terkesan belum dikenal dan diakui oleh masyarakat secara luas. Merek, simbol atau logo serta desain suatu produk dapat dikenal luas dengan adanya *branding* (Rizaldi dan Putranto, 2020). Memiliki *brand* seperti logo sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Logo merupakan langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat. Warna dalam desain logo merupakan bentuk lain dari komunikasi nonverbal yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang lebih kompleks. Menggabungkan berbagai komponen warna niscaya dapat menghasilkan keserasian, keseimbangan, dan keseimbangan, yang semuanya berdampak pada penjualan. Pengembangan logo ini akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri (Ainun dkk., 2023)

Logo UMKM yang sudah dibuat tentunya harus dipadukan dengan desain kemasan suatu produk sebagai tampilan atau preview produk tersebut, yang pada umumnya dibuat dalam bentuk desain mockup (Saputri dkk., 2020). Dalam proses desain dan pengembangan produk, mockup adalah visualisasi sebuah konsep desain. Dilansir dari Keenethics, bentuk mockup adalah gambaran mid-fidelity ataupun high-fidelity yang menggambarkan pilihan warna desain, layout, tipografi, iconography, visual navigasi, dan keseluruhan tampilan produk yang didesain. Dengan preview produk melalui desain mockup ini, tentu akan menjadi daya tarik tersendiri sebagai media promosi dan mengenalkan produk yang dijual kepada calon pembeli (Pleten, 2020). Melihat kondisi saat ini, banyak UMKM yang membuka akses secara online untuk memperkenalkan produknya ke wilayah yang lebih luas dan juga pemasaran produk tersebut, maka solusi yang ditawarkan adalah mengawali dengan pembuatan desain mockup dan logo sehingga produk dapat dipasarkan secara online untuk bersaing serta meningkatkan nilai jual produk (Dewi dkk., 2020). Sementara kendala yang sering dihadapi oleh pelaku usaha adalah kurangnya kemampuan dalam membuat desain kemasan produk dan logo, pengetahuan yang rendah mengenai tata cara pembuatan dan perancangan kemasan (Wadud & Fitriani, 2021).

Desa Rejotangan merupakan salah satu desa yang berada di Kabupaten Tulungagung. Desa Rejotangan memiliki sejumlah potensi perekonomian, seperti olahan sari buah belimbing dan manisan

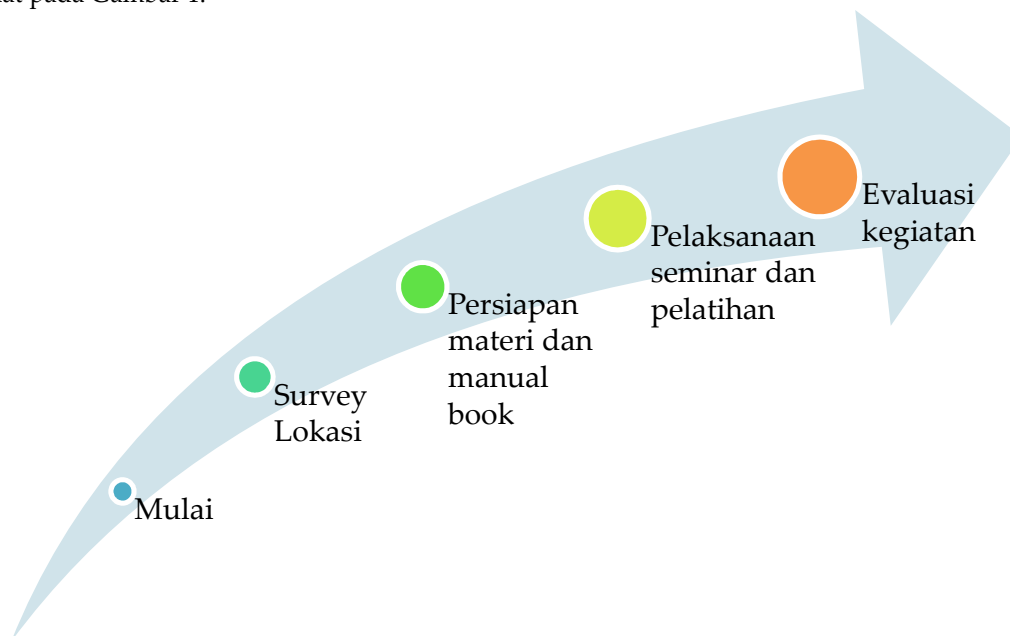
This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

belimbing yang diproduksi oleh UMKM di Desa Rejotangan. Produk-produknya sudah diedarkan ke masyarakat namun masih dalam jumlah terbatas. Desa Rejotangan juga menjadi salah satu sentra pembuatan tas kulit. Salah satu warga desa memproduksi aneka ragam tas berbahan kulit yang diproduksi secara massal setiap hari. Jumlah UMKM yang ada di Desa Rejotangan ada 3 kelompok yaitu UMKM yang bergerak dibidang olahan makanan, olahan kulit dan kelompok tani. Kendala yang dihadapi pelaku usaha UMKM di Desa Rejotangan umumnya adalah pemahaman dan keterampilan yang minim terhadap perancangan dan pembuatan desain mockup dan logo. Berdasarkan uraian dan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah seminar, diskusi dan pelatihan. Pelatihan desain mockup dan logo ditujukan agar masing-masing UMKM memiliki branding produk dan preview produk yang menarik, serta menjadi pembeda dengan produk dari UMKM lainnya. Dengan adanya branding produk yang tepat dan menarik, tentunya bukan hanya ditujukan sebagai promosi secara konvensional, akan tetapi dapat dijadikan sebagai media promosi melalui platform media sosial.

Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM dilaksanakan di Desa Rejotangan dengan sasaran UMKM olahan makanan. Pelatihan ini rencananya dilakukan selama dua hari, pada hari pertama akan diisi terlebih dahulu dengan materi mengenai branding produk dan hari kedua praktik membuat desain mockup dan logo. Untuk kelancaran kegiatan pengabdian ini, maka tim menyiapkan paparan materi, manual book desain mockup dan logo dan tim pengabdian dapat memberikan bantuan pendampingan secara berkelanjutan dengan mencantumkan nomor kontak tim pengabdian. Untuk lebih jelasnya skema kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1.
Skema Kegiatan

Gambar 1 merupakan skema atau tahapan pelaksanaan yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, untuk lebih jelasnya mengenai gambar 1 tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Survey lokasi

Survei dilakukan untuk mendapat gambaran umum yang berkaitan dengan target mitra, sebagai sarana untuk mengumpulkan data dari nara sumber. Sedangkan observasi sifatnya lebih deskriptif, yaitu pengamatan secara langsung kondisi di lapangan, mulai dari pengamatan tren melalui platform social media dan portal berita, kemudian mendatangi lokasi dan menganalisa sebab akibat. Lokasi pengabdian yaitu di Desa Rejotangan Kecamatan Rejotangan Kabupaten Tulungagung. Salah satu yang menarik ialah kampung belimbing, yakni kawasan desa yang menjadi sentra olahan makanan. Produk-produknya sudah diedarkan ke masyarakat namun masih dalam jumlah terbatas. Namun, salah satu kendala yang dihadapi pelaku usaha UMKM di Desa Rejotangan adalah pemahaman dan keterampilan yang minim terhadap perancangan dan pembuatan mockup dan logo.

2. Penyusunan Materi dan Manual Book

Materi penyusunan bahan/materi pelatihan, yang meliputi presentasi secara teori dan manual book untuk praktik langsung. Dalam hal ini materi yang disusun diantaranya: a) Logo/brand identity, b) Tahapan pembuatan logo Mockup, c) Tahapan pembuatan mockup, dan d) Presentasi produk.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan ini rencananya dilakukan selama dua hari, pada hari pertama akan diisi terlebih dahulu dengan materi mengenai branding produk dan hari kedua praktik membuat desain mockup dan logo. Pada tahapan ini akan dijelaskan kepada pelaku UMKM tentang tahapan-tahapan proses branding pada produk yang dijual. Kemudian sesi pelatihan difokuskan pada praktek langsung membuat desain mockup dan logo sebagai media promosi dan peningkatan nilai jual. Pelaksanaan pelatihan ini menggunakan teknik simulasi dengan tujuan agar pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung melalui praktik saat pelatihan.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

- a. Seminar, digunakan sebagai metode pendekatan dalam menyampaikan teori kepada peserta pelatihan.
- b. Metode diskusi, dilakukan untuk tanya jawab antara pemateri dan peserta, metode ini merupakan sebuah model pembelajaran yang melibatkan pemateri dan peserta secara berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.
- c. Metode pelatihan, sebagai bentuk praktek langsung peserta dalam proses membuat desain mockup dan logo menggunakan tools atau aplikasi yang sudah ditentukan yang tertera dalam manual book. Metode ini sesuai dengan tipe perancangan yang berulang dan tahapannya dimulai setelah tahapan satu diselesaikan baru masuk ke tahap selanjutnya.

4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan merupakan tahapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan feedback dari peserta (pelaku UMKM), baik secara pemahaman teori, maupun hasil karya desain mockup dan logo yang sudah dibuat saat pelatihan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung mempunyai kendala dalam kegiatan pemasaran produknya. Hal ini dikarenakan *branding* yang belum direncanakan dan dibuat secara baik sehingga pengembangan usaha UMKM dalam memasarkan produk secara luas mengalami hambatan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk memberikan penguatan kepada UMKM di Desa Rejotangan untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang belum dilaksanakan secara maksimal akibat belum memahaminya tentang *branding* produk dan cara mendesain mockup dan logo.

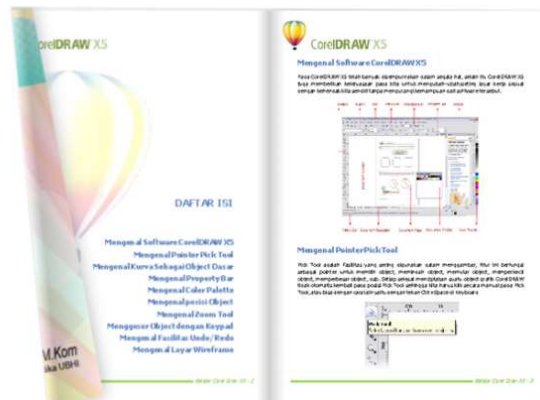
This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Hasil dari survey lapangan oleh Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) diperlukan penguatan UMKM melalui desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual. Tim menganalisis kebutuhan yang diperlukan untuk pemecahan masalah yang ditemukan. Dari wawancara dan observasi, diperlukan kegiatan pelatihan mengenai desain *mockup dan logo* untuk produk UMKM yang sedang dikembangkan. Untuk kegiatan ini maka dibuat penjadwalan untuk kegiatan seminar dan juga pelatihan desain mockup dan logo yaitu dilaksanakan di Desa Rejotangan pada tanggal 6-7 Agustus 2023. Jumlah peserta yang hadir pada pelatihan ini sebanyak 21 orang (84,00%) dari jumlah peserta yang diundang 25 orang. Hal ini sudah mencapai dari target kehadiran yaitu 80%.



Gambar 2.
Peserta Kegiatan PkM

Kegiatan PkM ini juga dibantu oleh mahasiswa yang sedang melaksanakan KKN di Desa Rejotangan. Mahasiswa ikut membantu mendampingi peserta saat sesi praktik pembuatan desain mockup dan logo yang dilakukannya setelah kegiatan seminar. Pelatihan pembuatan desain logo menggunakan aplikasi Corel Draw yang sudah terpasang di komputer yang ada di BLK. Untuk kemudahan dan kelancaraan ketika mendesain dengan aplikasi ini, maka tim pengabdian membuat *manual book* sebagai panduan peserta melakukan desain dengan Corel Draw. *Manual book* dibuat secara sederhana agar mudah dipahami oleh peserta yang berisi mulai dari deksripsi tentang aplikasi, cara penggunaan aplikasi, memulai dan membuat desain sederhana dan menarik. Pemilihan aplikasi ini, karena disamping mudah digunakan juga karena Corel Draw merupakan aplikasi untuk pembuatan atau desain.

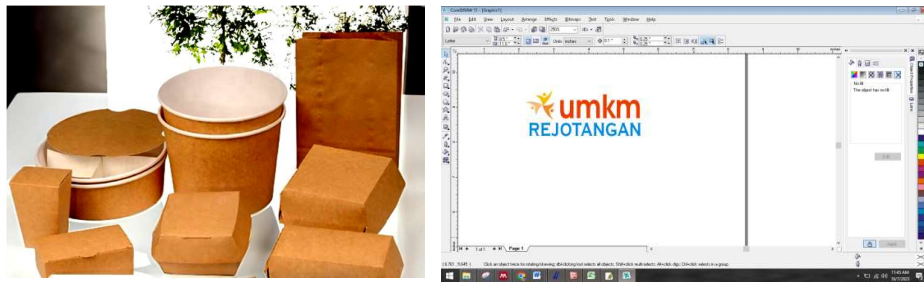


Gambar 3.

Manual Book yang Digunakan saat Pelatihan

Pembuatan logo dan nama UMKM, dan juga pembuatan *brand* untuk produk yang berisikan nama produk, alamat UMKM, alamat pemesanan, dan komposisi produk. Pembuatan desain untuk

branding ini disesuaikan dengan selera dan jenis usaha dari UMKM, dan masing-masing UMKM dapat menghasilkan sebuah *brand* yang sederhana dan menarik. Pada materi mockup peserta mendapatkan preview beberapa contoh desain mockup kemasan produk untuk olahan makanan, sebagai gambaran atau referensi tentang apa itu desain mockup. Selain itu penggunaan kata kunci yang digunakan untuk mencari desain mockup yang sesuai dengan produk olahan makanan. Pada hari kedua tanggal 7 Agustus dilakukan evaluasi terhadap hasil kegiatan dalam mendesain mockup dan logo dari masing-masing peserta.



Gambar 4.
Contoh Desain Mockup dan Logo Peserta Pelatihan

Pada tahapan akhir, evaluasi dilakukan untuk mengetahui tanggapan peserta mengenai pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual. Hasil evaluasi yang dilakukan, peserta menyadari bahwa *branding* sangat diperlukan sebagai penciri yang khas dan tertarik untuk mengembangkan *branding* yang lebih baik guna meningkatkan nilai jual UMKM. Dengan demikian, dapat dikatakan strategi *branding* produk ini mendapat respon positif oleh peserta. Oleh sebab itu, desain *branding* produk ini akan diterapkan seterusnya oleh peserta untuk meningkatkan nilai tambah produk, pendapatan dan mencapai omzet penjualan produk yang lebih maksimal. Hasil evaluasi kegiatan PkM yang telah dilakukan di Desa Rejotangan dapat dilihat pada Tabel 1, berikut ini:

Tabel 1.
Evaluasi Kegiatan

Kriteria	Indikator keberhasilan	Analisis	Keterangan
Kehadiran	Peserta yang hadir mencapai 80%	Peserta yang hadir mencapai 86,67%	Tercapai
Pengetahuan	Peserta mengetahui <i>branding</i> produk sebagai salah satu strategi marketing untuk meningkatkan nilai tambah produk setelah dilakukan ceramah ilmiah (seminar) dan tanya jawab	Sebelum : UMKM Desa Rejotangan belum mengetahui <i>branding</i> sebagai salah satu <i>strategi marketing</i> Sesudah : UMKM Desa Rejotangan sudah mengetahui <i>branding</i> produk sebagai salah satu strategi marketing untuk meningkatkan nilai tambah produk	Tercapai
Sikap	Peserta menyadari <i>branding</i> sebagai	Sebelum:	Tercapai

Kriteria	Indikator keberhasilan	Analisis	Keterangan
	salah satu strategi marketing yang dibuktikan dengan menyimak paparan materi yang disampaikan	<i>Branding</i> belum dipandang sebagai sesuatu yang penting dalam kegiatan pemasaran Sesudah: <i>Branding</i> sudah dipandang sebagai sesuatu yang penting dalam kegiatan pemasaran	
Keterampilan	Dapat membuat desain branding (minimal logo) yang sederhana dengan aplikasi yang dijelaskan oleh nara sumber	Sebelum: UMKM Desa Rejotangan belum bisa membuat <i>brand</i> menggunakan aplikasi Sesudah: UMKM Desa Rejotangan sudah bisa membuat <i>brand</i> menggunakan aplikasi secara sederhana dan menarik	Tercapai

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut;

1. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengenai pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar, serta anggota UMKM yang hadir antusias mengikuti kegiatan ini dengan persentase kehadiran 86,67%.
2. Setelah dilakukan kegiatan pelatihan desain mockup dan logo dengan metode ceramah (seminar), diskusi dan pelatihan desain mockup dan logo dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan UMKM dalam membuat dan mengembangkan *branding* untuk produk usahanya.
3. Selama kegiatan berlangsung tidak ada kendala yang berarti karena peserta yang hadir pada kegiatan ini sudah mempersiapkan diri serta dipandu dengan adanya petunjuk atau panduan menggunakan manual book. Semua peserta mengikuti kegiatan dari awal pembukaan hingga penutupan dan sebagian besar sudah bisa menghasilkan sebuah *brand* yang sederhana dan menarik, namun untuk mengembangkan desain ini maka tim pengabdian dapat memberikan bantuan pendampingan secara berkelanjutan dengan mencantumkan nomor kontak tim pengabdian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknologi Dumai atas dukungan keuangan yang diberikan untuk kegiatan pengabdian ini. Kami juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua pihak, termasuk pemilik Pabrik Tahu Kembar, yang telah memberikan dukungan dan bekerja sama dengan kami dalam pelaksanaan pengabdian ini. Berisi uraian tentang ucapan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah mendanai untuk penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jesyia*, 6(1), 674–681. <https://doi.org/10.36778/jesyia.v6i1.967>
- Dewi, N. K. T., Mandira, I. M. C., Kusuma, P. S. A. J. K., & C. W. G. (2020). Pembuatan Desain Logo

- dalam Penunangan UMKM “Entil” Makanan Khas Desa Penatahan. *Abdimas Galuh*, 2(2), 99–108.
- Hanim, L., & Noorman, M. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Unissula Press. Semarang: Unissula Press.
- Lestari, K. C., & Amri, A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi: Beserta Contoh Penerapan Aplikasi SIA Sederhana dalam UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Pleten, O. (2020). What Is a Mockup and Why Do We Need It. Diambil dari Keenethics.com
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing dan Branding pada UMKM. *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2, 56–59.
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 82.
- Sari, D. M., Fitriani, N., & Arfiani, M. (2021). Penerapan Marketing Branding Strategy Pada Unit Usaha Mikro Kecil Pondok Yatim Binaan Human Initiative Aceh. *BATOBOH: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5458, 119–135.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Diny Fitriawati. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 125–136.
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177.