



## UPAYA *BRANDING* UMKM KELURAHAN DUKUH SUTOREJODENGAN PEMBUATAN DESAIN LOGO DAN KARTU NAMA

Laksmi Diana<sup>1</sup>., Novira Putri Amini<sup>2</sup>, Ahsan Dlonni Ahsan<sup>3</sup>, Muhammad  
Revandra<sup>4</sup>, Ananda Harum Putri T<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>)Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur,  
Jl. Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294, Indonesia  
Email : <sup>1</sup>)[laksmidiana.agribisnis@upnjatim.ac.id](mailto:laksmidiana.agribisnis@upnjatim.ac.id)

### ABSTRACT

*Micro Small and Medium Enterprises (UMKM) are the spearhead for economic development. There are many indicators that influence the success of an MSME in competing such as good product quality, attractive packaging, logos and business cards as product identities, satisfactory service and other indicators. Some MSMEs in Dukuh Sutorejo Village have problems such as branding and digital marketing. Departing from these obstacles, community service activities through the UPN Veterans East Java Thematic KKN program, the writing team helped several MSMEs in overcoming these obstacles, one of which was Making Logo Designs and Business Cards, with the aim of improving the quality of MSMEs so that they are more ready to survive amid MSME competition. The result of this community service activity is the creation of logo designs and business cards that make identities for several UMKM in Dukuh Sutorejo Village.*

**Keywords:** *Branding, Logo, Name Card, UMKM*

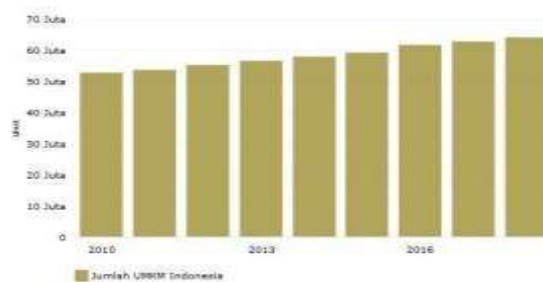
### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan ujung tombak bagi pembangunan perekonomian. Terdapat banyak indikator yang mempengaruhi kesuksesan suatu UMKM dalam bersaing seperti kualitas produk yang baik, kemasan yang menarik, logo dan kartu nama sebagai identitas produk, pelayanan yang memuaskan dan indikator lainnya. Beberapa UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo memiliki kendala seperti *branding* dan *digital marketing*. Berangkat dari kendala tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat melalui program KKN Tematik UPN Veteran Jawa Timur, tim penulis membantu beberapa UMKM dalam mengatasi kendala tersebut salah satunya dengan Pembuatan Desain Logo dan Kartu Nama, dengan tujuan meningkatkan kualitas UMKM agar semakin siap untuk bertahan ditengah persaingan UMKM yang tinggi. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pengumpulan data melalui interview dan observasi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu terciptanya desain logo dan kartu nama yang menjadikan identitas bagi beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Dukuh Sutorejo.

**Kata Kunci:** *Branding, Kartu Nama, Logo, UMKM*

### PENDAHULUAN

Pembangunan perekonomian nasional Indonesia bergantung pada pertumbuhan usaha rakyat. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai ujung tombak pembangunan perekonomian (Azhar et al., 2021). UMKM adalah usaha yang cocok dikembangkan untuk mendukung perkembangan perekonomian Nasional secara makro maupun mikro (Yuli Rahmini hingga maret 2021 tercatat terdapat 64,2 juta UMKM yang tersebar di seluruh Suci, 2008). Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah kian hari kian banyak jumlahnya. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah daerah di Indonesia.



**Gambar 1. Pertumbuhan Jumlah Unit UMKMd di Indonesia 2010-2018**

Sumber : bps.go.id, 2022

Gambar 1 menunjukkan pertumbuhan angka unit UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun terhitung sejak tahun 2010 hingga tahun 2018. Pada tahun 2010 jumlah unit UMKM sebanyak 52,8 juta unit UMKM dan terus mengalami pertumbuhan hingga menginjak angka 64,2 juta pada tahun 2018. Peningkatan jumlah unit UMKM setiap tahunnya menyebabkan peningkatan persaingan di antara UMKM. Setiap UMKM berusaha untuk adu strategi agar tetap dapat bertahan di tengah persaingan UMKM yang ketat. Produk yang baik saja tidak cukup saja tidak cukup untuk dapat bertahan di tengah persaingan. Sehingga para pelaku UMKM dituntut untuk lebih kreatif dalam memasarkan produknya.

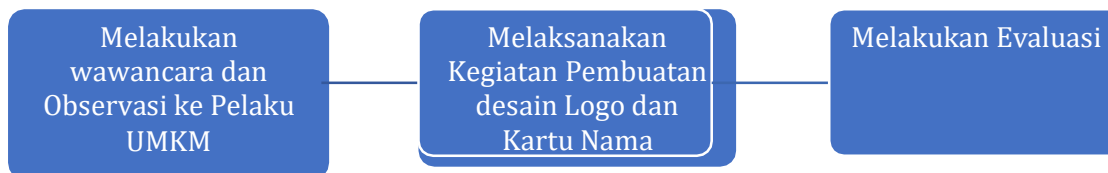
Menurut Celixa Yovanka (2021), pelaku UMKM perlu membekali diri dengan kemampuan *branding* dan kemampuan mengkomunikasikan produk untuk terus bertumbuh. *Branding* menjadi salah satu hal penting yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat menjaga agar bisnis tetap eksis. *Branding* merupakan istilah dari kegiatan membangun suatu brand dengan meliputi kegiatan menciptakan identitas visual dan komunikasi hingga membentuk suatu perilaku atau budaya dari suatu usaha (Oscario, 2013). Terdapat banyak indikator yang mempengaruhi kesuksesan suatu UMKM dalam bersaing seperti kualitas produk yang baik, kemasan yang menarik, logo dan kartu nama sebagai identitas produk, pelayanan yang memuaskan dan indikator lainnya.

Identitas produk atau usaha memiliki pengaruh yang penting guna memajukan suatu usaha dengan salah satu unsur penting yakni logo (Putra & Hartini, 2021). Logo menjadi salah satu ciri visual dari sebuah entitas yang memiliki fungsi sebagai sarana penunjang identifikasi (Sayatman et al., 2017). Logo adalah suatu elemen desain yang sangat penting dan menjadi identitas bagi suatu usaha. Penggunaan logo selalu ada dalam identitas visual lainnya dari usaha tersebut. Oleh karena itu, perancangan logo harus mencerminkan identitas dan kepribadian dari suatu produk atau usaha (Wahmuda & Hidayat, 2020).

Keberadaan kartu nama sebagai identitas suatu UMKM kerap kali dipandang sebelah mata. Nyatanya keberadaan kartu nama berpengaruh terhadap *branding* suatu UMKM. Kartu nama adalah kartu dengan ukuran yang kecil yang berisi informasi penting mengenai nama, jabatan, dan kontak yang dapat dihubungi. Kartu nama sebagai identitas UMKM yang memudahkan UMKM untuk memperkenalkan UMKM serta membantu calon pelanggan dalam melakukan pembelian produk UMKM (Setiawati et al., 2019). Selain itu, kartu nama juga dibutuhkan untuk menyebarkan informasi dan mendapatkan relasi (Yudianita et al., 2020).

Beberapa UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo memiliki berbagai kendala salah satunya dalam hal *branding*. Dengan adanya kendala yang dialami UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo, penulis membantu beberapa UMKM dalam mengatasi kendala tersebut melalui kegiatan pengabdian masyarakat dalam KKN Tematik MBKM. Salah satu bentuk bantuan atau pengabdian yang dilaksanakan adalah dengan melakukan pembuatan Desain Logo dan Kartu Nama, dengan tujuan meningkatkan kualitas UMKM agar semakin siap untuk bertahan di tengah persaingan UMKM yang tinggi.

## METODE



**Gambar 2. Metode Pelaksanaan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 hingga Juni 2022 di Kelurahan Dukuh Sutorejo. Untuk membantu para pelaku UMKM dalam hal *branding*, penulis membutuhkan berbagai data terkait kendala yang dialami oleh pelaku UMKM. Untuk memperoleh data terkait kendala yang dihadapi para pelaku UMKM penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yang meliputi :

1) Wawancara

Metode ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara memperoleh keterangan melalui tanya jawab langsung kepada pihak UMKM mengenai sejarah sejak kapan berdirinya usaha dan dengan berbagai macam latar belakang usaha (Andik Prakasa Hadi & Ahmad Zainudin, 2022).

2) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung pada produk yang dihasilkan oleh UMKM, logo UMKM sebelumnya, dan desain kartu nama milik UMKM yang sudah ada sebelumnya (Muntazori et al., 2019).

Setelah melakukan wawancara dan observasi hingga mendapatkan informasi atau data terkait kendala yang dialami para pelaku UMKM, penulis melakukan pengambilan data terkait desain logo dan desain kartu nama. Saat semua data telah terkumpul, penulis mulai melakukan pembuatan desain logo dan kartu nama bagi UMKM yang ada. Evaluasi kegiatan dilakukan diakhir untuk mengetahui apasaja kendala yang dihadapi saat pelaksanaan kegiatan dan memberikan kritik dan saran untuk diperbaiki pada kegiatan berikutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pengumpulan data dan informasi terkait kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM. Adapun data UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo didapatkan dari hasil pendataan yang dilakukan oleh pihak kelurahan. Pengumpulan data dan informasi dilakukan dengan melakukan wawancara secara *door to door* terhadap pelaku UMKM di kelurahan Dukuh Sutorejo. Beberapa hal menjadi pertanyaan kami kepada para pelaku UMKM adalah kendala terhadap pembuatan desain, desain seperti apa yang diinginkan, dan filosofi dari produk yang dihasilkan oleh UMKM. Penulis juga menanyakan beberapa hal terkait UMKM seperti alamat, nomor telepon yang dapat dihubungi dan produk apa saja yang dapat dipesan. Dalam pelaksanaannya, penulis juga melakukan edukasi kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya *branding* dengan menggunakan logo dan kartu nama di zaman modern seperti sekarang.



**Gambar 3. Kegiatan observasi ke beberapa UMKM**

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2022

Setelah mendapatkan informasi dan data terkait UMKM, penulis mulai melakukan proses pembuatan desain logo dan kartu nama. Pembuatan desain logo dan kartu nama dilakukan menggunakan *device* berupa laptop. Proses awal yang dilakukan sebelum membuat logo adalah menentukan elemen yang akan dimasukkan dalam logo. Elemen yang ada harus berkaitan dengan produk dan ciri khas dari UMKM yang ada. Selain itu, desain logo juga mengikuti keinginan dan permintaan dari pelaku usaha. Beberapa UMKM di kelurahan Dukuh Sutorejo sudah memiliki ciri khas masing-masing, contohnya UMKM Batik Serasi dengan ciri khas Penyuu.



**Gambar 4. Logo UMKM Batik Serasi**

Sumber: Desain Pribadi, 2022

Saat seluruh elemen telah ditentukan, penulis melanjutkan proses desain menggunakan aplikasi pada *device*. Untuk aplikasi yang digunakan adalah aplikasi Canva dan Photoshop. Canva adalah suatu aplikasi online yang bersifat gratis maupun berbayar. Aplikasi ini dapat diakses melalui website resminya yakni [www.canva.com](http://www.canva.com) dan dapat diunduh ke *device* dan *smartphone*. Aplikasi ini menyediakan banyak *template* yang dapat digunakan untuk membuat desain grafik, poster, logo, kartu nama, dan masih banyak lagi (Alfian et al., 2022). Adobe Photoshop atau yang dikenal dengan Photoshop merupakan perangkat lunak editor yang dibuat oleh Adobe Systems dengan kegunaan untuk mengedit foto dan membuat efek. Aplikasi ini kebanyakan digunakan oleh fotografer dan perusahaan iklan (BinoEvin & Didimus Rumpak, 2019).

Desain logo yang dibuat memiliki filosofi yang berkaitan dengan produk dan UMKM itu sendiri. Untuk desain kartu nama sendiri menyesuaikan dengan desain logo, seperti warna dan bentuk huruf yang digunakan. Setelah seluruh desain selesai dikerjakan, penulis memberikan hasil desain tersebut kepada pelaku UMKM untuk dinilai. Jika para pelaku UMKM merasa sudah cukup dan sesuai dengan keinginan mereka maka desain tidak perlu direvisi. Tetapi, jika desain dirasa masih kurang maka akan dilakukan revisi.

Dari hasil pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan, banyak pelaku usaha yang mulai mencantumkan logo pada media sosial yang mereka gunakan untuk menjual produk UMKM mereka.

Selain itu, para pelaku usaha juga melakukan penyebaran kartu nama pada para calon konsumen maupun konsumen tetap mereka sebagai upaya *branding* UMKM.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain :

1. Pembuatan logo dan kartu nama ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas UMKM agar semakin siap untuk bertahan ditengah persaingan UMKM yang tinggi.
2. Pembuatan desain logo dan kartu nama ini dilakukan melalui beberapa aplikasi seperti Canva dan photoshop , dan metode yang digunakan melalui pengumpulan data yang meliputi interview dan observasi.
3. Suatu desain logo hendaknya memiliki sebuah kemenarikan bernilai estetis yang dapat merepresentasikan ataupun mengkomunikasikan produknya guna bertahan dalam jangka waktu yang panjang.
4. Hasil logo dan kartu nama diserahkan kepada pelaku UMKM di kediamannya masing-masing dalam bentuk *Softfile* dan *Hardfile*.

### SARAN

Dari kegiatan pengabdian masyarakat ini penulis menyarankan agar beberapa pihak kelurahan Dukuh Sutorejo dapat mensosialisasikan pentingnya logo dan kartu nama atau mengajarkan cara - caramengoperasikan aplikasi desain untuk para pelaku UMKM. Karena dari hasil temuan di lapangan, masih banyak pelaku UMKM yang bahkan belum memahami tentang pentingnya logo dan kartu nama bagi suatu usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonym. 2021. Pentingnya Kartu Nama Bisnis <https://womanpreneur-community.com/blog/pentingnya-kartu-nama-bisnis/>
- Alfian, A. N., Putra, M. Y., Arifin, R. W., Barokah, A., Safei, A., & Julian, N. (2022). Pemanfaatan Media Pembelajaran Audio Visual berbasis Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 5(1), 75–84. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v5i1.986>
- Andik Prakasa Hadi, & Ahmad Zainudin. (2022). Pembuatan Media Promosi Cetak Meliputi Spanduk, Mmt, Kartu Nama Dan Brosur Di Perusahaan Kaos Semarang. *Jurnal Publikasi Ilmu Komputer Dan Multimedia*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.55606/jupikom.v1i1.83>
- Azhar, L., Darmadi, E. S., Ramdhani, I. H., & ... (2021). Pendampingan Rebranding Pada Usaha Tintun's Cookies. *SNPKM: Seminar...*, 44–51. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/SNPKM/article/view/8047>
- Bino Evin, C., & Didimus Rumpak, A. (2019). Analisis Pengembangan Desain Grafis Dalam Aplikasi Photoshop Sebagai Peluang Bisnis Mahasiswa Institut Bisnis Dan Multimedia Asmi. *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2), 33–40. [www.journal.ibmasmi.ac.id](http://www.journal.ibmasmi.ac.id)
- Elsa Catriana. 2021. Seberapa Penting Branding dan Komunikasi bagi UMKM agar Tetap Eksis?. <https://money.kompas.com/read/2021/08/26/103500926/seberapa-penting-branding-dan-komunikasi-bagi-umkm-agar-tetap-eksis>
- Muntazori, A. F., Listya, A., & Qeis, M. I. (2019). Branding Produk UMKM Pempek Gersang. *Jurnal Desain*, 6(03), 177. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.4252>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Putra, S. J., & Hartini, Y. (2021). Perancangan Branding UMKM Mr & Mrs Cake Shop Lombok. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(2), 297–304. <https://doi.org/10.26877/e->

- dimas.v12i2.6427 Sayatman, Darmawati, N. O., & Dwitasari, P. (2017). Pengembangan Metode Desain Logo dan Sistem Grafis untuk Mendukung Pembelajaran Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 16(2), 24.  
[https://doi.org/10.12962/ipitek\\_desain.v16i2.3590](https://doi.org/10.12962/ipitek_desain.v16i2.3590)
- 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.
- Vina Anggita. 2021. Pentingnya Branding dan Komunikasi Bagi UMKM.  
<https://swa.co.id/swa/trends/pentingnya-branding-dan-komunikasi-bagi-umkm>
- Wahmudi, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain Logo Dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan Ukm Benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 147-159. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3307>
- Yudianita, T., Bangun, D. A. N., & Maheni, M. T. (2020). Perancangan Visual Brand Identity Umkm. *Journal Printing and Packaging Technology*, 1, 81-91.
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) Di Indonesia. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1-31