

## INOVASI PEMBUATAN LOGO BRAND (MEREK) BERBASIS TEKNOLOGI DIBIDANG UMKM

**Novantya Ramadhan Arga Putra<sup>1</sup> Gala Arda Fahmi Rozaqi<sup>2</sup> Teguh Imansyah<sup>3</sup>, moh  
Jufriyanto<sup>4</sup>, Muhammad Zainuddin Fathoni<sup>5</sup>**

**Fakultas Teknik Prodi Teknik Industri**

**Universitas Muhammadiyah Gresik**

**Email: [novantyaramadhan18@gmail.com](mailto:novantyaramadhan18@gmail.com)<sup>1</sup>**

**[galaarda06@gmail.com](mailto:galaarda06@gmail.com)<sup>2</sup>[teguhimansyah1419@gmail.com](mailto:teguhimansyah1419@gmail.com)<sup>3</sup>**

### ABSTRAK

Salah satu masalah yang ada di masyarakat Kelurahan Lumpur, Kecamatan Gresik, Gresik adalah kurangnya rasa menyadari potensi membuat logo brand dan pemasaran bagi bisnis UMKM mereka yang mungkin bisa menjadikan usaha mereka lebih maju dan dikenal. Salah satu program yang diterapkan di masyarakat Kelurahan Lumpur adalah membantu membuat logo brand dan membantu dalam pemasaran di media sosial. Tujuan diadakannya program ini adalah: 1) Untuk menciptakan kesadaran masyarakat akan pentingnya ilmu pengetahuan mengenai logo branding dan pemasaran bagi bisnis UMKM; 2) Untuk memperkuat iklan dalam pengenalan produk kepada masyarakat; 3) Untuk meningkatkan identitas bisnis, meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dll.

**Kata Kunci** : Program Kerja, Logo Branding, Pemasaran, Kelurahan Lumpur.

### ABSTRACT

One of the problems that exist in the community of Lumpur Village, Gresik District, Gresik is the lack of realizing the potential of making brand logos and marketing for their MSME businesses that might make their businesses more advanced and known. One of the programs implemented in the community of Lumpur Village is to help create a brand logo and assist in marketing on social media. The objectives of this program are: 1) To create public awareness of the importance of knowledge about logo branding and marketing for MSME businesses; 2) To strengthen advertising in product introduction to the public; 3) To improve business identity, increase brand awareness, increase sales, etc.

**Keywords**: Work Program, Logo Branding, Marketing, Lumpur Village.

### PENDAHULUAN

Pendudukan Kabupaten Gresik berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2019 sebanyak 1.312.881 jiwa yang terdiri dari atas 650.973 jiwa penduduk laki – laki dan 661.908 jiwa penduduk perempuan. Sedangkan menurut Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Gresik mencatat penduduk Kabupaten Gresik pada tahun 2019 sebanyak 1.298.184 jiwa terdiri atas 652.982 penduduk laki – laki dan 645.202 penduduk perempuan.

Kepadatan penduduk di Kabupaten Gresik tahun 2019 mencapai 1.089 jiwa/km<sup>2</sup> dengan rata – rata jumlah penduduk per rumah tangga 3 – 4 orang. Kepadatan penduduk di 18 Kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Gresik dengan kepadatan sebesar 14.882 jiwa/km<sup>2</sup> dan terendah di Kecamatan Tambak sebesar 413 jiwa/km<sup>2</sup>. Sementara itu jumlah keluarga pada tahun 2019 sebanyak 389.072 keluarga.

Kelurahan Lumpur adalah sebuah kawasan di utara pesisir Gresik. Tempat itu menjadi

tempat tinggal para nelayan. Para nelayan ini mencari ikan ke laut pada malam hari dan pulang pada dini hari. Ikan – ikan hasil tangkapan ini di jual di suatu tempat tinggal para nelayan ini hanya beberapa meter saja dari pasar Gresik. Pada umumnya masyarakat mengolah dan memanfaatkan laut sebagai mata pencarian. Di kelurahan lumpur sendiri banyak sekali berbagai jenis ikan dan dari hasil tangkapan mereka sortir ke berbagai macam kabupaten bahkan sampai ke luar negeri. Hampir setiap penduduk di Kelurahan Lumpur bekerja sebagai nelayan dan komoditi terbesar mereka adalah ikan. Tak hanya itu, Kelurahan Lumpur juga memiliki tempat wisata. Terdapat 1 wisata di satu lokasi , yakni di Kelurahan Lumpur. Yang diberi nama Wisata Gladak Lumpur dan telah diresmikan.

Di Kelurahan Lumpur juga terdapat banyak sekali bisnis UMKM yang terdiri dari berbagai macam jenis usaha. Namun, UMKM di masyarakat ini kerap dijual hanya di pasar Gresik ataupun di tempat mereka mendirikan stand makanan dan hampir tidak ada yang mempunyai logo brand dan jugatidak tau cara memasarkan bisnisnya menggunakan teknologi jaman sekarang yang bisa aja membuat bisnis mereka menjadi lebih maju dan dikenal oleh orang – orang di luar kota.

## METODE PELAKSANAAN

Program KKN di Kelurahan Lumpur, Kecamatan Gresik, Gresik. Dilakukan dengan 4 tahap, yaitu tahap identifikasi awal, tahap pengumpulan dan pengolahan data, tahap penarikan kesimpulan dan saran, dan tahap susunan kegiatan pembuatan. Untuk pembuatan logo brand dan pemasaran pada UMKM berbasis teknologi.

Identifikasi awal

Tahap susun

Tabel 1. Susunan Kegiatan Pembuatan Logo Brand kegiatan pembuatan yaitu sebagai berikut:

No.	Tahap	Kegiatan	JKEM	Jumlah Mahasiswa yang terlibat
1.	Perizinan	Meminta izin kepada kepala kelurahan dan para pelaku umkm	2 x 100”	Semua Anggota KKN Prodi Teknik Industri
2.	Praktek	Pembuatan logo brand dan mencetak logo untuk UMKM	2 x 50”	Semua Anggota KKN Prodi Teknik Industri

## HASIL DAN PEMBAHASAN DAN

Di Kelurahan Lumpur juga terdapat banyak sekali bisnis UMKM yang terdiri dari berbagai macam jenis usaha. Namun, UMKM di masyarakat ini kerap dijual hanya di pasar Gresik ataupun di tempat mereka mendirikan stand makanan dan hampir tidak ada yang mempunyai logo brand dan jugatidak tau cara memasarkan bisnisnya menggunakan teknologi jaman sekarang yang bisa aja membuat bisnis mereka menjadi lebih maju dan dikenal oleh orang – orang di luar kota.

Pembuatan logo branding dapat memiliki hasil dan dampak yang beragam tergantung pada kualitas desain, strategi branding, dan penerimaan oleh audiens. Berikut ini adalah beberapa hasil dan dampak yang mungkin terjadi:

Identitas merek yang kuat: Logo branding yang berhasil dapat menjadi simbol yang kuat untuk sebuah merek. Ini membantu menjelaskan perbedaan merek dari pesain dan

menciptakan identitas yang mudah dikenali oleh konsumen. Logo yang kuat dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan mengingat merek dalam pikiran konsumen.

**Dampak visual:** Logo branding yang dibuat dengan baik memiliki dampak visual yang kuat. Desain yang menarik dapat memikat perhatian para konsumen dan menarik mereka untuk menjelajahi lebih lanjut tentang merek tersebut. Sehingga memberikan kesan profesional dan menyakinkan, yang dapat mempengaruhi persepsi para konsumen terhadap merek.

**Komunikasi merek yang efektif:** Logo branding yang baik dapat membantu mengkomunikasikan nilai – nilai, kepribadian, dan visi merek kepada konsumen. Desain logo dapat mencerminkan esensi merek dan menunjukkan apa yang membuat merek tersebut unik. Ini membuat konsumen untuk lebih mudah mengenali dan memahami apa yang merek tersebut tawarkan.

**Kepercayaan konsumen:** Logo branding yang solid dapat membangun kepercayaan konsumen. Ketika konsumen melihat logo yang familiar dan terpercaya, mereka cenderung merasa lebih nyaman dan lebih mungkin untuk memilih merek tersebut dari pada merek yang tidak dikenal. Logo yang profesional, konsisten, dan terpercaya dapat memberikan kesan bawah merek tersebut adalah pilihan yang aman dan dapat diandalkan.

**Dampak jangka panjang:** Logo branding memiliki dampak jangka panjang pada citra merek dan persepsi konsumen. Jika logo berhasil menciptakan hubungan emosional dengan konsumen, merek tersebut dapat memperoleh kesetiaan jangka panjang dari konsumen. Logo yang kuat dan ikonik dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama dan menjadi aset yang berharga bagi merek.

Namun, perlu diingat bahwa hasil dan dampak logo branding dapat bervariasi. Jika logo tidak dirancang dengan baik atau tidak sesuai dengan merek, dapat memiliki dampak negatif, seperti kesalahan komunikasi, ketidaktertarikan konsumen, atau kesan merek yang buruk. Oleh karena itu,

penting untuk melakukan riset, mengkonsultasikan dengan profesional desain, dan menguji konsumensebelum mengadopsi logo branding baru.

Gambar aktivitas mahasiswa KKN UMG prodi Teknik Industri di tempat UMKM.



Gambar 1. Berkomunikasi dengan pelaku UMKM



Gambar 2. Hasil Produk pelaku UMKM



Gambar 3. Hasil Pembuatan Logo Branding

Dari 3 gambar kegiatan ini merupakan hasil dari program kerja mahasiswa KKN dengan membantu membuat logo brand. Dampak dari program ini adalah: 1) Menciptakan kesadaran masyarakat akan pentingnya ilmu pengetahuan mengenai logo branding dan pemasaran bagi bisnis UMKM; 2) Memperkuat iklan dalam pengenalan produk kepada masyarakat; 3) Meningkatkan identitas bisnis, meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dll. Masyarakat Kelurahan Lumpur belum mengetahui pentingnya logo brand pada bisnis mereka yang menjadikan bisnis mereka tidak dapat maju. Oleh karena itu, mahasiswa KKN Universitas Muhammadiyah Gresik Prodi Teknik Industri membantu membuat, mengajari, dan memberi tahu berapa pentingnya logo brand bagi keberlangsungan bisnis mereka.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah tertera di atas, dapat disimpulkan bahwa program KKN UMG dalam memberdayakan masyarakat Kelurahan Lumpur terhadap pengetahuan mengenai logo branding telah berjalan dengan baik. Dan diharapkan para pebisnis UMKM di Kelurahan Lumpur paham betul mengenai manfaat dan fungsi dari logo branding untuk bisnis mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). *PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674 – 681.
- Angela Oscario. 2013. *Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand*. Jakarta Barat: media.neliti.
- Rustan, S. (2009). *Mendesain logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiawati, S. D. (2019). *Strategi membangun branding bagi pelaku usaha mikro kecil menengah*.
- Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2 (1), 125 – 136.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Yoga Ferdiansyah. 2023. *KKN-Untag Branding UMKM Desa Kepel Melalui Pembuatan Logo Stiker*. Surabaya: Kompasiana.