

PENINGKATKAN PEMASARAN DAN IDENTITAS PRODUK KERUPUK DESA JUMPUTREJO MELALUI PEMBUATAN LOGO DAN KEMASAN

Ahmad Gilang Permata¹⁾, Poppy Febriana¹⁾, Ainur Rochmaniah¹⁾

¹⁾Fakultas Bisnis, hukum dan Ilmu Sosial, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author :Poppy febriana
E-mail : poppyfebriana@umsida.ac.id

Diterima 25 Juli 2023, Direvisi 03 Agustus 2023, Disetujui 04 Agustus 2023

ABSTRAK

Logo memiliki peran penting dalam pemasaran maupun identitas pada suatu produk yang berguna untuk membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Selain logo sebagai identitas produk, kemasan juga difungsikan sebagai daya tarik agar konsumen membeli produk yang dipasarkan, akan tetapi disisi lain banyak pelaku usaha yang mengabaikan pentingnya kedua hal tersebut untuk meningkatkan daya jual produk dagangnya. Oleh karena itu, dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan di Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo ini menysasar para pelaku Usaha Dagang (UD) yang bergerak dibidang produk makanan, yaitu kerupuk. Pelaksanaa PKM ini dilakukan dengan metode pelatihan serta dengan teknik pengamatan melalui studi pustaka dan observasi lapangan. Selanjutnya observasi dengan melakukan pengamatan pada produk. Hasilnya setelah logo dan kemasan dibuat dan dipasarkan terdapat peningkatan penjualan kerupuk dibuktikan dengan kesimpulan naiknya grafik. Manfaat dari kegiatan (PKM) ini supaya para pemilik Usaha Dagang di Desa Jumputrejo dapat mengembangkan lagi produknya agar tidak kalah bersaing dengan produk luar lainnya sehingga dapat meningkatkan nilai perekonomian untuk semua orang yang terlibat didalamnya.

Kata kunci: logo; kemasan; usaha dagang; kerupuk.

ABSTRACT

Logos have an important role in marketing as well as identity on a product that is useful for differentiating one product from another. In addition to the logo as a product identity, packaging also functions as an attraction so that consumers buy the products being marketed, but on the other hand many business actors ignore the importance of these two things to increase the selling power of their trade products. Therefore, in this Community Service (PKM) activity which was carried out in Jumputrejo Village, Sukodono District, Sidoarjo Regency, the target was Trading Business actors (UD) engaged in food products, namely crackers. The implementation of PKM is carried out using training methods and observation techniques through literature studies and field observations. Further observations by observing the product. As a result, after the logo and packaging were made and marketed, there was an increase in sales of crackers, as evidenced by the conclusion of an increase in the graph. The benefit of this activity (PKM) is that the owners of Trading Businesses in Jumputrejo Village can further develop their products so that they are not unable to compete with other foreign products so as to increase economic value for everyone involved in it.

Keywords: logo; packaging ; trading business; crackers.

PENDAHULUAN

Logo merupakan sebuah simbol yang memberi suatu identitas, informasi, persuasi yang pada akhirnya digunakan sebagai alat pemasaran (Rustan, 2013). Logo bukan hanya digunakan agar produk terlihat menarik akan tetapi misi penting dalam sebuah logo adalah untuk mewakili identitas dari sebuah organisasi atau merk (Heilbrunn, 2001). Kemasan merupakan alat yang digunakan untuk membungkus atau mengemas makanan yang

berfungsi sebagai pelindung produk didalamnya dari pencemaran serta bahaya fisik (Benturan dan goresan). Selain fungsi utamanya, kemasan juga memudahkan pendistribusian dan penataan produk (Sukirno, 2008). Dengan pembuatan logo yang baik maka akan memberi dampak positif bagi penjualan dan pemasaran. Di sisi lain kemasan juga sebagai daya tarik terhadap penjualan produk yang berimbas kepada naiknya angka penjualan.

Desa Jumputrejo merupakan desa yang terletak di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo. Desa Jumputrejo masuk wilayah Kabupaten Sidoarjo yang dikelilingi banyak pabrik – pabrik industri yang bergerak disektor pangan maupun non pangan. Sehingga mayoritas mata pencaharian masyarakat Sidoarjo adalah pekerja pabrik (Purwasih & Soesatyo, 2017). Selain sebagai pekerja pabrik mata pencaharian lain adalah perdagangan dengan mendirikan usaha dagang. Salah satunya adalah usaha dagang di Desa Jumputrejo yang bergerak disektor pangan yaitu kerupuk. Namun saat ini usaha dagang di Jumputrejo ini tidak memiliki logo serta kemasan sebagai salah satu identitas dalam penjualan produk kerupuk. Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan pemilik usaha dagang akan pentingnya logo dan kemasan dalam peningkatan penjualan.

Oleh karena itu kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupaya untuk fokus membantu meningkatkan penjualan serta menumbuhkan identitas terhadap produk kerupuk Desa Jumputrejo dengan pendampingan pembuatan logo serta pemilihan kemasan yang sesuai. Pembuatan desain logo yang baik akan berpengaruh kepada berhasil atau tidaknya dalam menarik konsumen untuk membeli produk (Said, 2017)

METODE

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memberikan penjelasan akan proses pembuatan desain dan hasil dari logo yang dibuat berdasarkan hasil pengamatan dan keinginan pemilik usaha dagang. Teknik pendukung dalam kegiatan ini yakni studi pustaka dan observasi lapangan (Adlini et al., 2022). Bahwa dengan melalui studi pustaka dapat menambah referensi, baik dalam bentuk konsep kemasan yang baik maupun teori praktis yang dapat membantu kegiatan pelatihan ini. Kegiatan observasi lapangan dilakukan dengan cara mengamati produk serta pengamatan tentang ciri khas terkait kriteria yang sesuai saat pembuatan logo. Pemecahan masalah dari mitra adalah dengan pendampingan pembuatan desain logo menggunakan aplikasi Coreldraw (Hidayatulloh et al., 2021).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada usaha dagang kerupuk di Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo memiliki beberapa program tahapan dalam pelaksanaannya, meliputi :

Tahapan Awal

- a) Tahap ini dilakukan dengan mengumpulkan hasil pengamatan dari usaha dagang kerupuk Desa Jumputrejo. Hal ini dilakukan agar upaya pendampingan berlangsung baik dan tepat, serta juga dengan melibatkan pemilik usaha dagang dalam pengamatan.
- b) Menyiapkan program yang akan dilakukan saat kegiatan di usaha dagang kerupuk Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo dengan pembuatan logo dan kemasan.
- c) Menyiapkan alat pendukung dalam kegiatan untuk menunjang kesuksesan dan keberhasilan kegiatan dan strategi utama yang dilakukan tahap demi tahap berdasarkan tujuan utama dalam kegiatan pembuatan logo dan kemasan pada usaha dagang kerupuk di Desa jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo.

Tahapan Pelaksanaan

- a) Pemaparan ide serta gagasan yang telah disusun kepada pemilik usaha dagang kerupuk Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo. Diharapkan akan terwujudnya dampak positif bagi kenaikan penjualan produk.
- b) Tahapan pelaksanaan ini meliputi komunikasi dengan pemilik usaha dagang terkait ketertarikan dan ketepatan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo.
- c) Pada jalannya proses pengabdian kepada masyarakat dengan sasaran usaha dagang Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo akan diukur progres selama kegiatan berlangsung dengan data kuantitatif.
- d) Data kuantitatif dimaksudkan untuk melihat progres yang berlangsung sehingga mendapat data yang lengkap (produksi dan penjualan). Data kualitatif meliputi jenis produk, kualitas produk dan respon konsumen (Diansyah et al., 2022)

Tahap Evaluasi

- a) Proses evaluasi dilakukan pada setiap minggu pelaksanaan program berlangsung selama 1 bulan masa

pengabdian kepada masyarakat di usaha dagang Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo.

- b) Kegiatan evaluasi dilakukan dengan cara observasi secara langsung dilapangan. Dengan menyelidiki secara mendalam menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimaksudkan untuk mengetahui fenomena – fenomena yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra usaha dagang kerupuk yaitu UD. Sari Agung dan UD. Dua Putera di Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo. Dapat di jelaskan hasil dan dampak perubahan dari program yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan identitas produk kerupuk dengan pendampingan pembuatan logo dan kemasan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam penjualan produk. Dampak dari kegiatan pengabdian masyarakat kepada produk kerupuk dari usaha dagang Desa Jumputrejo adalah memiliki identitas tersendiri yang membedakan dengan produk lain.

Program yang dilakukan meliputi observasi serta pengamatan produk yang dilanjutkan dengan pembuatan logo serta kemasan untuk produk kerupuk usaha dagang Desa Jumputrejo. Hal ini bisa dilihat dari tahapan kegiatan pengabdian masyarakat yang meliputi :

Tahap awal

Pada tahapan ini dilakukan dengan bertemu serta berkomunikasi kepada pemilik Usaha Dagang untuk pembuatan logo dan keasan produk kerupuk. Hasil observasi serta wawancara ditemukan permasalahan pada kedua usaha dagang kerupuk tersebut, sebagai berikut: Usaha dagang kerupuk tidak memiliki logo serta kemasan yang menarik untuk peningkatan penjualan karena kurangnya pemahaman pemilik dalam pembuatan logo melalui aplikasi desain logo. Dengan permasalahan yang telah ditemukan perlu adanya solusi yang dapat menyelesaikan masalah agar usaha dagang kerupuk Desa jumputrejo bisa berkembang menjadi lebih berkembang (Hamid & Susilo, 2011).

Pengembangan usaha dagang ini juga berdampak pada semua mitra yang ada didalamnya sehingga hal ini merupakan upaya yang sangat penting agar membantu para pelaku usaha dagang kerupuk Desa

Jumputrejo. Dengan permasalahan yang dihadapi maka ditawarkan solusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pembuatan desain logo dan pemilihan kemasan yang sesuai dengan produk.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan dilakukan dengan bertahap sesuai dengan proses yang sudah disusun, adapun kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi :

- a) Tahap Desain Logo



Gambar 1. Desain Logo Dengan Aplikasi Coreldraw

Pada gambar 1 logo dibuat dengan menggunakan aplikasi editing gambar yaitu Coreldraw yang didesain berdasarkan hasil obesrvasi serta difungsikan sebagai identitas dari Usaha dagang yang bernama “UD. SARI AGUNG”.

Oleh karena itu penulis membuat desain dengan huruf S dan A sebagai singkatan dari Sari Agung yang merupakan nama dari usaha dagang kerupuk tersebut. Logo yang dibuat memiliki makna didalamnya sehingga akan menambah image produk yang baik bagi konsumen (Munawaroh & Rochmaniah, 2017). Gambar logo diatas memiliki makna yang meliputi :

- Bentuk dasar lingkaran memiliki makna pergerakan yang dinamis.
- Warna gradasi biru memiliki arti langit yang berarti memiliki mimpi tinggi.
- Huruf S memiliki arti keseimbangan.
- Huruf A memiliki arti satu tujuan dengan puncak huruf berbentuk sudut lancip.



Gambar 2. Desain Logo Dengan Aplikasi Coreldraw

Gambar nomor 2 logo dibuat juga dengan menggunakan aplikasi editing gambar yaitu Coreldraw yang di desain berdasarkan hasil obesrvasi serta difungsikan sebagai identitas dari Usaha dagang yang bernama “UD. DUA PUTERA” dengan menonjolkan desain angka 2 dan P sebagai singkatan dari Putera. Logo dibuat dengan memiliki makna serta arti didalmnya meliputi :

- Warna dominasi hitam memiliki makna kelelasan serta ketenangan.
- Angka 2 menjadi simbol keharmonisan.
- Huruf P memiliki arti perjuangan bersama.
- Garis horizontal bermakna daratan atau tanah.
- Dua garis vertikal bermakna penopang yang kuat.



Gambar 3. Desain Logo Kemasan Menggunakan Aplikasi Canva

Di dalam gambar nomor 3 diperlihatkan gambaran desain logo yang digunakan untuk kemasan produk kerupuk dengan menonjolkan sisi utama logo produk serta penambahan informasi lain yang meliputi jenis kerupuk dimana dalam gambar ditulis “Kerupuk Bawang” dengan ditambah ornamen

gambar bawang. Serta ditulis juga komposisi kerupuk dan informasi tentang produk lainnya yang meliputi Nomor induk Berusaha (NIB) dan kode produksi.

b) Tahap Percetaan

Pada tahap ini semua logo di cetak berdasarkan kebutuhan. Seperti pada gambar nomor 4 berikut ini



Gambar 4. Hasil Cetak Logo Kemasan

Gambar diatas memperlihatkan hasil cetak dari logo kemasan berupa stiker, sehingga dapat memudahkan dalam pemasangan pada kemasan produk nantinya.

c) Tahap Pengemasan

Pada tahap ini dilakukan dengan berfokus dari hasil observasi produk kerupuk terkait kemasan yang cocok untuk digunakan. Tidak hanya digunakan sebagai daya tarik pembeli tapi juga harus bisa melindungi serta menjaga kualitas produk.



Gambar 5. Standing Pouch Transparan (SPT)

Maka dipilihlah kemasan seperti yang dilihat pada gambar 5 yang dinamakan *standing pouch* atau biasa disebut plastik klip karena memiliki klip diatas kemasan yang mengunci rapat agar produk didalamnya tetap terjaga

kualitasnya. Seperti produk kerupuk yang akan dikemas memiliki sifat yang mudah melempem ketika kemasan tidak tertutup rapat. Dengan kemasan ini kemungkinan melempem pada kerupuk menjadi lebih sedikit karena klip tertutup dengan sangat rapat.



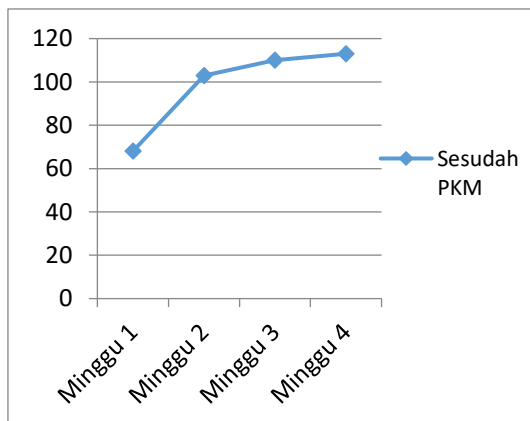
Gambar 6. Kerupuk Kemasan

Pada gambar 6 diperlihatkan kerupuk yang telah kemas serta dipasang logo usaha dagang sebagai upaya branding produk dalam peningkatan penjualan.

d) Tahap penjualan

Pada tahap ini penjualan dilakukan secara *offline* atau langsung mendatangi pembeli dengan memberdayakan mitra dagang dalam hal memasarkan produk kerupuk. Selain dengan mendatangi langsung konsumen kerupuk juga dipasarkan dengan penjualan di toko – toko mitra yang telah bekerja sama sebelumnya.

e) Laporan hasil penjualan



Tabel 1. Grafik Penjualan

Dari hasil grafik pada tabel diatas didapati data kenaikan penjualan dari minggu pertama hingga empat. Pada minggu pertama setelah adanya PKM terjadi penjualan sebanyak 68 bungkus kerupuk, pada minggu ke dua mengalami kenaikan menjadi 103 bungkus, begtu juga dengan minggu ke tiga hingga empat sebanyak 110 dan 113 bungkus.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat “Meningkatkan Pemasaran dan Identitas Produk Kerupuk Usaha Dagang Melalui Pembuatan Logo dan Kemasan” di Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo dapat meningkatkan nilai penjualan serta membuat produk memiliki identitasnya sendiri, sehingga konsumen akan lebih mudah dalam pembelian produk kembali. Dengan adanya kenaikan penjualan, maka telah dibuktikan bahwa dengan adanya logo dan kemasan yang menarik dapat menambah nilai jual yang berimbas kepada naiknya juga perekonomian mitra dagang yang terlibat.

Saran yang disampaikan penulis adalah dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan setiap pemilik atau mitra dari usaha dagang kerupuk Desa Jumputrejo lebih meningkatkan kreatifitas dalam usaha penjualan kerupuk sehingga akan semakin banyak juga penjualan yang didapat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kepada Tuhan yang maha esa atas selesainya penyusunan artikel kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pada kesempatan kali ini mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Seluruh pemilik serta mitra dagang kerupuk dari usaha dagang UD. Sari Agung dan UD. Dua Putera dari Desa Jumputrejo Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo
2. Poppy Febriana, S.Sos.M.Med.Kom selaku dosen pembimbing dalam penyusunan artikel ini.
3. Ainur Rochmania, S.Sos.,M.Si selaku dosen pendamping kegiatan pengabdian masyarakat.
4. Redaksi jurnal Selaparang yang telah memberikan masukan serta saran untuk penyempurnaan artikel ini.

Demikian laporan ini dibuat agar menjadikan kajian artikel ini sebagai masukan dan saran bagi penulis sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980.
- Diansyah, H., Farmadani, G. A., Juandri, Y., Aditia, T., & Andika, M. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Desain Logo Terhadap Produk Baru Berupa Cake Singkong Caramel Di Desa Alai Selatan Kecamatan Lembak. *SELAPARANG*:

- Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1564.
<https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10507>
- Hamid, E. S., & Susilo, Y. (2011). *Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Heilbrunn, B. (2001). *Lej logo*.
- Hidayatulloh, M. K. Y., Hamid, M., Arianti, S., & Kholid, A. (2021). Pendampingan belajar desain grafis bagi Generasi Z melalui aplikasi Corel Draw di Desa Bandarkedungmulyo. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 7–10.
- Munawaroh, L., & Rochmaniah, A. (2017). Resepsi Konsumen terhadap Brand Image Produk Fashion Sophie Martin Paris. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 21–30.
- Purwasih, & Soesatyo. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Sektor Industri Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 1–6.
- Rustan, S. (2013). *Mendesain logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Said, A. A. (2017). *Mendesain logo*. Fakultas Seni Dan Desain UNM Makassar.
- Sukirno, S. (2008). *Teori Pengantar Makroekonomi edisi 3*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.