



Perancangan Desain Logo Prima Mushroom dalam Rangka Membangun Identitas dan Strategi *Branding* Usaha

Astika Ulfah Izzati^{1,*}, Rini², Silvana Oktanisa³, Frianka Anindea⁴, Welan Mauli Angguna⁵, Septini Kumalaputri⁶, Claudya Nurcahaya⁷, Fernando Africano⁸

Politeknik Negeri Sriwijaya, Jalan Srijaya Negara, Palembang 30128, Indonesia

¹astika.ulfah.izzati@polsri.ac.id *; ²rini@polsri.ac.id; ³silvana.oktanisa@polsri.ac.id; ⁴frianka.anindea@polsri.ac.id;

⁵welan.mauli.angguna@polsri.ac.id; ⁶septini.kumalaputri@polsri.ac.id; ⁷claudya.nurcahaya@polsri.ac.id;

⁸fernando.africano@polsri.ac.id

Artikel History:

Received: 2023-01-01 / Received in revised form: 2023-01-26/ Accepted: 2023-02-01

ABSTRACT

One of ways that can be done by Small and Medium Enterprise (SME) to improve their branding is by creating a logo. Logos can identify what products or services are produced by the enterprise, logos also differentiate one company from another, as well as one product from another. The business partner in this community service is Prima Mushroom which is owned by Mrs. Teti Endrawati, located in Palembang City, South Sumatra Province. Initially the business partners had not built a good business identity where the partners already had a business name, but there was no logo that became the identity of this business. In addition, at the partner's business location there is no banner informing the name of the business. So this product is difficult to recognize by consumers. Therefore, the purpose of this community service activity is to design Prima Mushroom logo design and apply this logo to the business name information banner as a business branding strategy. The method used is to first socialize and discuss with partners regarding the problems faced, then solve the problems by providing alternative logo designs for business branding strategies.

Keywords : *branding strategy, branding identity, marketing*

ABSTRAK

Salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan *branding* usahanya adalah dengan membuat logo. Logo dapat mengidentifikasi produk atau jasa apa yang dihasilkan dari pelaku usaha, logo juga dapat membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, serta produk yang satu dengan produk yang lainnya. Mitra usaha pada pengabdian masyarakat ini adalah Prima Mushroom yang dimiliki oleh Ibu Teti Endrawati yang berlokasi di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Awalnya mitra usaha belum membangun identitas usaha dengan baik dimana mitra telah memiliki nama usaha, namun belum ada logo yang menjadi identitas dari usaha ini. Di samping itu, di lokasi usaha mitra belum terdapat *banner* yang menginformasikan nama usaha yang dijalankan. Sehingga hal ini menyebabkan produk yang dihasilkan sulit dikenal oleh konsumen. Maka dari itu, tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk merancang *design* logo Prima Mushroom dan mengaplikasikan logo ini pada *banner* informasi nama usaha sebagai strategi *branding* usaha. Metode yang dilakukan adalah dengan melakukan sosialisasi dan diskusi terlebih dahulu pada mitra

*Astika Ulfah Izzati

Tel.: +62812-148-257-07

Email:astika.ulfah.izzati@polsri.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



mengenai permasalahan yang dihadapi, lalu menyelesaikan permasalahan dengan memberikan alternatif desain logo untuk strategi *branding* usaha.

Kata kunci : strategi *branding*, identitas merek, pemasaran

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya jenis kegiatan usaha menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin meningkat (Ma'arif, et al., 2020). (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, 1999) mendefinisikan “Pelaku usaha sebagai setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Dalam penelitian Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) bekerjasama dengan Bank Indonesia mengenai profil bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), salah satu pelaku usaha yang ada di Indonesia berdasarkan skala usahanya adalah UMKM.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 64 juta di tahun 2022 (Andrea, 2022). Terhitung sejak tahun 2015 pertumbuhan UMKM ini mengalami peningkatan (BPS, Statistik E-Commerce 2021, 2022). Hal ini menyebabkan persaingan antar UMKM pun meningkat. Maka dari itu UMKM dituntut untuk dapat kreatif dalam menciptakan strategi pemasaran produk karena produk yang berkualitas saja tidak cukup (Diana, Amini, Ahsan, Revandra, & T, 2022).

Salah satu hal penting yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk dapat terus bertahan dalam persaingan adalah membangun identitas dan meningkatkan branding dari usaha yang dimilikinya (Suhartini & Pratama, 2022). Salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk meningkatkan branding usahanya dengan membuat identitas komunikasi dan visual dalam bentuk logo (Oscario, 2013). Logo dapat menjadi identitas produk atau usaha yang dapat mempengaruhi kemajuan usaha tersebut (Alfian, et al., 2022). Dari logo dapat diidentifikasi produk atau jasa apa yang dihasilkan dari pelaku usaha, logo juga dapat membedakan perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, serta produk yang satu dengan produk yang lainnya (Murphy & Rowe, 1998). Di samping itu, logo usaha menjadi pembeda identitas satu UMKM dengan UMKM lainnya sehingga menjadi hal fundamental dalam suatu usaha (Suhartini & Pratama, 2022).

UMKM yang menjadi mitra dalam proposal pengabdian ini adalah Prima Mushroom yang dimiliki oleh Ibu Teti Endrawati yang beralamat di Jalan Sirna Raga Lr Langgar RT 25 RW 07, Kelurahan Pipa Reja, Kecamatan Kemuning, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Usaha yang didirikan oleh Ibu Teti Endrawati ini bergerak di bidang Pertanian Jamur dan telah bergerak selama lebih dari 10 tahun. Produk yang dihasilkan berupa jamur tiram. Setiap harinya usaha ini dapat menghasilkan lebih kurang 30-40 kg jamur tiram yang dipasok ke beberapa *supermarket* yang ada di Kota Palembang, dan beberapa pedagang pasar tradisional untuk nantinya dijual kembali. Berdasarkan keterangan pemilik, usaha pertanian jamur ini sebagian besar mengusung konsep usaha *business to business*, dimana jamur dipasok ke pihak lain yang nantinya akan menjual lagi jamur tiram tersebut ke konsumen akhir. Saat ini hanya sedikit pembeli *retail* yang membeli jamur tiram tersebut. Kebutuhan akan jamur tiram mengalami peningkatan permintaan pasar nasional maupun internasional setiap tahunnya, namun saat *supply* jamur tiram belum dapat memenuhi permintaan tersebut, oleh sebab itu upaya peningkatan produksi jamur tiram perlu dilakukan (Sitompul, Zuhry, & Armaini, 2017). Kualitas jamur tiram yang baik, harga yang bersaing, pasokan yang tidak terputus, kemasan menarik, jaringan pasar yang luas dan transportasi lancar menjadi syarat utama untuk dapat bertahan dan memenuhi permintaan pasar (Pinem, Eliza, & Khaswarina, 2018). Disamping itu, petani dapat mengoptimalkan keuntungan dengan meningkatkan pengetahuan setelah melakukan panen jamur (Panda, Dirgantara, & Haryono, 2021).

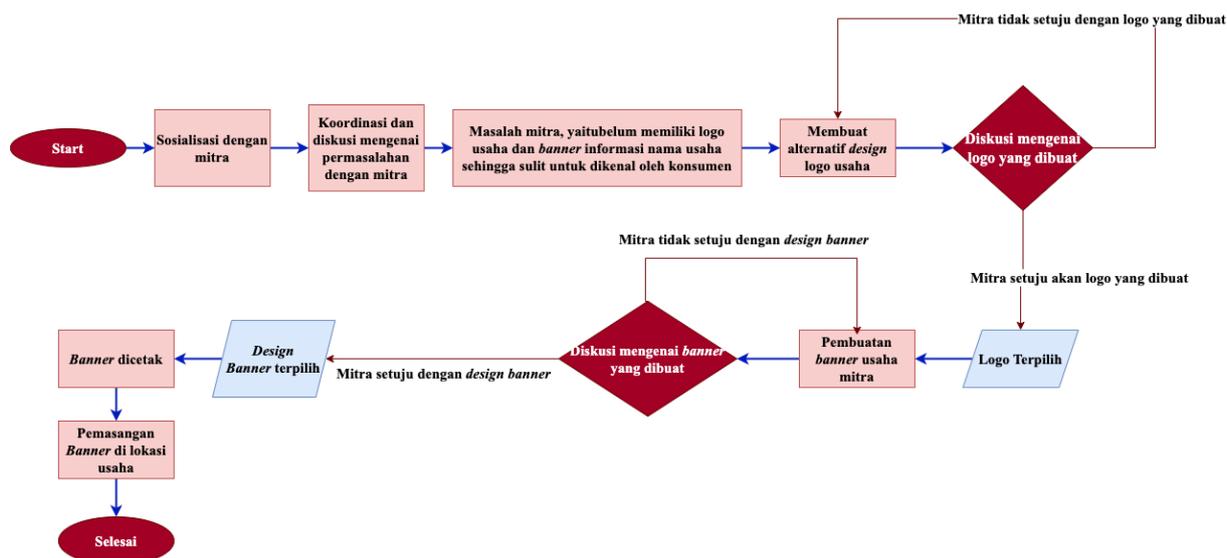
Setelah beberapa kali berkunjung ke tempat usaha mitra, penulis mengidentifikasi bahwa mitra belum membangun identitas usaha dengan baik. Mitra telah memiliki nama usaha, namun belum ada logo yang menjadi identitas dari usaha ini. Pada pengemasan jamur pada pembeli *retail* pun belum terdapat logo usaha. Di samping itu, di lokasi usaha mitra belum terdapat *banner* yang menginformasikan nama usaha yang dijalankan. Sehingga hal ini menyebabkan produk yang dihasilkan sulit dikenal oleh konsumen. Tanpa adanya logo sulit untuk mitra dalam melakukan *branding* usahanya.

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat serupa yang dilakukan oleh (Mar'ah, Putri, Sari, & Ilhami, 2022; Mar'ah, Putri, Sari, & Ilhami, 2022), *design* logo yang menarik dapat dijadikan salah satu strategi pemasaran oleh *brand* untuk meningkatkan *competitive advantage* agar *brand image* dan nilai jual meningkat, serta mampu bersaing dengan bisnis serupa. Di samping itu, adanya logo sebagai identitas suatu bisnis dapat menjadikan bisnis tersebut dikenal oleh masyarakat, dan diharapkan dapat memberikan keuntungan yang optimal (Fauzi, Kadi, Ningrum, Marisa, & Anggraida, 2022). Salah satu pengaplikasian logo sebagai identitas dari suatu usaha adalah pada media spanduk atau *banner* yang dipasang pada lokasi usaha. Media ini dapat dijadikan salah satu strategi pemasaran agar pelanggan tahu adanya usaha yang dijalankan (Muslim, Widiastuty, & Lestari, 2017).

Oleh sebab itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk merancang *design* Logo Prima Mushroom dan mengaplikasikan logo ini pada *banner* informasi nama usaha sebagai strategi *branding* usaha.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Dari latar belakang yang diuraikan pada sub bab sebelumnya, permasalahan mitra adalah belum memiliki logo usaha dan *banner* informasi nama usaha sehingga sulit untuk dikenal oleh konsumen. Belum adanya logo dapat menjadi sulitnya membedakan produk jamur tiram yang dihasilkan oleh Prima Mushroom dengan produsen jamur lainnya. Oleh sebab itu untuk menyelesaikan permasalahan mitra dibuatkan *flowchart* pelaksanaan kegiatan pada Gambar 1.



Gambar 1. *Flowchart* Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah melakukan sosialisasi dengan mitra terkait kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan. Disamping itu pada tahapan ini juga dilakukan pendekatan dengan mitra agar tercipta hubungan kerjasama yang baik. Selanjutnya dilakukan koordinasi dan diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra, Dari permasalahan yang didapatkan diusulkan metode penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu dengan dengan membuat beberapa alternatif *design* logo yang dapat digunakan oleh Prima Mushroom agar mitra memiliki logo usaha. Kemudian dilakukan diskusi dengan mitra mengenai logo mana yang akan digunakan. Setelah

disepakati logo mana yang akan digunakan, dilakukan pembuatan *banner* sebagai identitas usaha mitra yang dipasang dilokasi usaha. Setelah disepakati *design banner*, dilakukan cetak *banner* dan pemasangan *banner* sebagai identitas nama usaha di lokasi usaha Prima Mushroom.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dimulai dengan melakukan sosialisasi kepada mitra terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, disamping itu juga dilakukan pendekatan pada mitra agar tercipta hubungan kerjasama yang baik. Lalu dilanjutkan dengan diskusi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra dengan memberikan beberapa *design* alternatif untuk logo mitra yang diaplikasikan pada *banner* informasi nama usaha sebagai strategi *branding* usaha. Gambar saat melakukan sosialisasi dengan mitra ada pada Gambar 2.



Gambar 2. Sosialisasi di lokasi usaha Mitra

Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, penulis membuat empat alternatif *design* logo untuk Prima Mushroom yang ditampilkan pada Gambar 3. Dari keempat *design* logo yang diajukan, penulis melakukan diskusi dengan mitra untuk memilih logo mana yang akan dipakai sebagai identitas usaha Prima Mushroom, dan dibuatkan pada *banner* usaha.



Alternatif 1



Alternatif 2



Alternatif 3



Alternatif 4

Gambar 3. Empat alternatif *design* logo Prima Mushroom

Dari keempat logo yang diajukan dipilih satu logo yang akan dipakai oleh mitra. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra *design* logo alternatif 3 dipilih untuk nantinya dipakai pada *banner* identitas usaha mitra. Desain logo mitra terpilih ditampilkan pada Gambar 4. Pada logo yang dibuat terdapat identitas nama usaha mitra yaitu “Prima Mushroom”, slogan usaha mitra “Kualitas Terbaik”, dan identitas produk utama yang dijual oleh mitra yaitu produksi jamur tiram. Dari logo tersebut mitra ingin menyampaikan pesan kepada pelanggan bahwa mitra dengan nama brand Prima Mushroom memiliki produk utama jamur tiram, dan berkomitmen untuk memberikan jamur dengan kualitas terbaik kepada

pelanggan. Warna yang dipakai pada logo juga memiliki arti tersendiri, dimana warna kuning sebagai simbol keceriaan dan kebahagiaan untuk terus berkomitmen dalam memproduksi jamur tiram dengan kualitas terbaik, dan juga simbol optimisme pengembangan dan keberlangsungan usaha. Sedangkan sentuhan warna ungu melambangkan kreativitas dalam kemajuan usaha, dimana mitra memiliki visi ke depan untuk terus mengembangkan usahanya dengan diversifikasi produk.



Gambar 4. Desain logo Prima Mushroom

Permasalahan kedua yang dihadapi oleh mitra adalah belum ada *banner* informasi nama di lokasi usaha mitra sehingga sulit untuk dikenal oleh konsumen. Oleh sebab itu, dari logo yang dipilih dibuatkan *banner* sebagai identitas usaha yang dapat digunakan oleh mitra di lokasi usahanya. Gambar 5 menampilkan *design banner* untuk digunakan di lokasi usaha mitra.



Gambar 5. Desain *banner* Prima Mushroom

Design banner dipasang pada lokasi usaha mitra. Foto dengan mitra bersama dengan *banner* yang dipasang pada lokasi usaha strategi *branding* usaha ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Foto banner yang dipasang

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah bahwa pelaksanaan sosialisasi dan diskusi pembekalan tentang pentingnya pembuatan logo untuk strategi *branding* telah berjalan dengan baik. Pembuatan desain logo dan *banner* juga sudah dilakukan dengan baik berdasarkan hasil diskusi dengan mitra.

SARAN

Saran dari hasil pengabdian masyarakat ini adalah diharapkan desain logo nantinya tidak hanya digunakan untuk *banner* sebagai identitas yang ada pada lokasi usaha, namau logo dapat digunakan untuk keperluan *branding* usaha lainnya, seperti untuk *sticker* pada produk yang dipasarkan, dan juga digunakan untuk *branding* melalui media *online* seperti sosial media, dan *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Abdimas Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*.
- Andrea, E. (2022). Retrieved from Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia: <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/100-pelaku-usaha-kecil-ikuti-umkm-go-online-virtual-expo-2022/>.
- BPS. (2022). *Statistik E-Commerce 2021*.
- Diana, L., Amini, N. P., Ahsan, A. D., Revandra, M., & T, A. H. (2022). Upaya Branding Umkm Kelurahan Dukuh Sutorejodengan Pembuatan Desain Logo Dan Kartu Nama. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM) Volume 01*.
- Fauzi, R. U., Kadi, D. C., Ningrum, I. I., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga, Vol. 3, No. 1*.
- Ma'arif, V., Widayanto, A., Wijianto, R., K, Y. M., Kalengkongan, H., Hasibuan, M. R., . . . Mukti, T. A. (2020). *Pelatihan Pembuatan Desain Komunikasi Visual Menggunakan Coreldraw*. Jakarta: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika Dan Komputer Nusa Mandiri.
- Mar'ah, S., Putri, N. B., Sari, D. A., & Ilhami, S. D. (2022). Pendampingan Strategi Pemasaran "Pawon Anita" dalam Rangka Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi IPTEKS SOLIDITAS Volume 5 Nomor 1*, 100-106.
- Murphy, J., & Rowe, M. (1998). *How to Design Trademarks and Logos*. USA: North Light Book.

- Muslim, A. I., Widiastuty, T., & Lestari, F. (2017). Pencatatan Keuangan Sederhana dan Strategi Pemasaran pada Bisnis Konveksi. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas Vol. 01 No. 02*.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora Vol.4 No.1*.
- Panda, A., Dirgantara2, M., & Haryono, A. (2021). Pelatihan Pengolahan Jamur Tiram untuk Meningkatkan Keterampilan dan Pendapatan Petani Jamur di Desa Tanjung Sangalang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 7-12.
- Pinem, A. J., Eliza, & Khaswarina, S. (2018). Analisis Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) di Kota Pekanbaru. *Pekbis Jurnal, Vol.10, No.1*, 53 - 61.
- Sitompul, F. T., Zuhry, E., & Armaini. (2017). Pengaruh Media Tumbuh dan Penambahan Gula (Sukrosa) Terhadap Pertumbuhan Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*). *Jom Faperta Vol. 4 No. 2*.
- Suhartini, & Pratama, H. G. (2022). Pengabdian Masyarakat Mitra Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Serang Membuat Logo Dalam Rangka Membangun Identitas Usaha Dan Strategi Branding Usaha. *Jurnal Pengabdian Vokasi (JAPESI) Vol. 1, No. 1*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. (1999).