

PEMBUATAN LOGO UNTUK UMKM IBU VIVI DI DESA WERU LOR

Haikal Avicenna¹, Dinda Rizka Yunita²,
Aris Riyanto³, Muhammad Furqon⁴

Manajemen Informatika, Politeknik LP31^{1,2,3},
Administrasi Bisnis, Politeknik LP31⁴

Article history

Received : 7 Agustus 2024

Revised : 10 Agustus 2024

Accepted : 10 Agustus 2024

*Corresponding author

Email : haikal.avicenna.559@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendesain dan mengembangkan logo bagi UMKM "Warung Ibu Vivi" yang berlokasi di Weru Lor, sebagai bagian dari upaya peningkatan identitas visual dan daya saing usaha. Dalam era globalisasi saat ini, memiliki identitas visual yang kuat dan menarik menjadi kebutuhan mendasar bagi setiap usaha, termasuk UMKM, untuk memikat perhatian konsumen dan membedakan diri dari kompetitor. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi tahap analisis kebutuhan, pembuatan logo, finalisasi, dan penerapan. Proses desain melibatkan partisipasi aktif dari pemilik usaha guna memastikan logo yang dihasilkan sesuai dengan visi dan nilai-nilai dari "Warung Ibu Vivi". Hasil akhir dari kegiatan ini adalah sebuah logo yang merepresentasikan identitas UMKM secara efektif serta spanduk/banner yang telah dilengkapi dengan logo baru. Logo dan spanduk/banner ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan daya tarik "Warung Ibu Vivi" bagi pelanggan potensial, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis.

Kata Kunci: logo, UMKM, identitas visual, desain grafis, warung ibu vivi

ABSTRACT

This study aims to design and develop a logo for the SME "Warung Ibu Vivi" located in Weru Lor as part of an effort to enhance its visual identity and competitiveness. In today's globalized era, having a strong and appealing visual identity is essential for any business, including SMEs, to attract consumer attention and distinguish itself from competitors. The methods used in this service project include needs analysis, logo creation, finalization, and implementation. The design process involves active participation from the business owner to ensure that the logo aligns with the vision and values of "Warung Ibu Vivi". The final output of this project is a logo that effectively represents the SME's identity and a banner that incorporates the new logo. The new logo and banner are expected to improve brand awareness and increase the appeal of "Warung Ibu Vivi" to potential customers, thereby contributing to increased sales and business growth.

Keywords: logo, SME, visual identity, graphic design, warung ibu vivi

© 2022 Some rights reserved

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. (Vinatra, 2023) (Agung, 2022) Dengan jumlah yang sangat besar, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional dan menyediakan lapangan kerja bagi jutaan orang. (Siti Komala, 2024) Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh banyak UMKM adalah kurangnya identitas visual yang kuat, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Upaya pendampingan sangat diperlukan untuk mendapatkan peningkatan keterampilan dan kemampuannya (Riyanto & Furqon,

2023). Dalam konteks ini, Warung Ibu Vivi yang berlokasi di Weru Lor merupakan salah satu UMKM yang berpotensi besar untuk berkembang lebih lanjut dengan peningkatan identitas visual.

Identitas visual yang baik, seperti logo, (Oscario, 2013) memiliki peran krusial dalam membentuk citra dan kesan pertama yang diterima konsumen. Logo bukan hanya sekadar gambar, melainkan simbol yang mewakili nilai, visi, dan misi dari sebuah usaha. Sebuah logo yang dirancang dengan baik dapat membantu sebuah usaha membangun kepercayaan dan pengenalan merek di kalangan konsumennya. Semakin tinggi citra merek maka akan menyebabkan loyalitas merek meningkat yang akan mempunyai pengaruh yang positif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen maka akan menyebabkan loyalitas merek meningkat (Rukhviyanti, Dioputra, Barlian, & Furqon, 2021). Penelitian tentang label produk berkelanjutan dan keputusan pembelian konsumen terbagi ke dalam beberapa klaster utama, termasuk pemasaran hijau, produk berkelanjutan, perilaku pembelian hijau, dan citra merek, yang menunjukkan fokus penelitian yang terstruktur (Judijanto, Furqon, & Arini, 2024). Dalam hal ini, "Warung Ibu Vivi" memerlukan sebuah logo yang unik dan mudah diingat untuk membantu meningkatkan brand awareness dan daya tarik di kalangan pelanggan lokal maupun calon pelanggan baru.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi desain yang tepat bagi **Warung Ibu Vivi** melalui proses pembuatan logo dan spanduk/banner yang mencerminkan identitas usaha secara keseluruhan. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini meliputi analisis kebutuhan, pembuatan desain logo, finalisasi, dan penerapan. Analisis kebutuhan dilakukan untuk menggali karakteristik usaha, preferensi pemilik, serta target pasar yang diincar. Tahap pembuatan logo melibatkan penggunaan prinsip-prinsip desain grafis yang sesuai, sementara finalisasi dan penerapan bertujuan untuk memastikan bahwa hasil desain dapat diaplikasikan secara optimal pada media promosi yang dibutuhkan. (Dewojati, 2009)

Dengan adanya logo dan spanduk/banner yang baru, diharapkan **Warung Ibu Vivi** dapat meningkatkan citra profesional dan menarik lebih banyak pelanggan, sehingga berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Pengembangan identitas visual ini tidak hanya berdampak pada aspek estetika, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi posisi **Warung Ibu Vivi** di tengah persaingan bisnis yang ada di Weru Lor dan sekitarnya.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam pembuatan logo dan spanduk/banner untuk UMKM "Warung Ibu Vivi" di Weru Lor dilakukan melalui empat tahap utama: analisis kebutuhan, pembuatan logo, finalisasi, dan penerapan. Tahap pertama, analisis kebutuhan, melibatkan wawancara dengan pemilik usaha, observasi lapangan, dan studi literatur untuk memahami visi, misi, karakteristik usaha, serta preferensi desain yang diinginkan. Tahap kedua, pembuatan logo, dimulai dengan pengembangan konsep desain yang menggunakan perangkat lunak grafis. Konsep desain yang dihasilkan kemudian dipresentasikan kepada pemilik usaha untuk mendapatkan masukan dan persetujuan, dengan penyesuaian dilakukan berdasarkan feedback yang diberikan. Tahap ketiga, finalisasi, berfokus pada penyempurnaan desain dengan pemilihan warna, font, dan proporsi yang tepat, serta pembuatan panduan penggunaan logo untuk menjaga konsistensi visual. Terakhir, tahap penerapan melibatkan pembuatan spanduk/banner yang mengintegrasikan logo baru, aplikasi desain pada media promosi, dan pelatihan singkat untuk pemilik usaha mengenai penggunaan logo secara efektif. Dengan pendekatan ini, diharapkan "Warung Ibu Vivi" dapat meningkatkan identitas visual dan daya tarik bagi konsumen.

PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian ini, pembuatan logo dan spanduk/banner untuk UMKM "**Warung Ibu Vivi**" bertujuan untuk meningkatkan identitas visual dan daya tarik usaha tersebut. Pembahasan ini menguraikan hasil yang dicapai pada setiap tahap pelaksanaan dan dampaknya terhadap usaha.



Gambar 1. Alur pelaksanaan

Analisis Kebutuhan

Tahap analisis kebutuhan memberikan wawasan mendalam mengenai karakteristik dan nilai-nilai **Warung Ibu Vivi**. Wawancara dan observasi lapangan membantu mengidentifikasi elemen visual yang relevan dengan visi dan misi usaha. Pemahaman tentang target pasar dan preferensi pemilik usaha memberikan dasar yang kuat dalam merancang logo yang sesuai. Temuan utama dari analisis ini menunjukkan bahwa konsumen lokal lebih tertarik pada desain yang sederhana namun mencerminkan keunikan dan kekhasan usaha. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa lingkungan sekitar dan persaingan dengan usaha sejenis menjadi pertimbangan penting dalam menentukan konsep desain.

Pembuatan Logo

Pada tahap pembuatan logo, pengembangan konsep dilakukan dengan mempertimbangkan hasil analisis kebutuhan. Desain logo difokuskan pada elemen-elemen yang merepresentasikan nilai dan identitas **Warung Ibu Vivi**, seperti pemilihan warna yang hangat dan font yang mudah dibaca. Proses ini mengintegrasikan teknik desain modern dengan elemen kekinian yang sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan menghilangkan langkah pembuatan sketsa dan langsung menggunakan perangkat lunak grafis, waktu pembuatan dapat dihemat tanpa mengurangi kualitas hasil akhir. Setelah konsep awal disusun, logo dipresentasikan kepada Ibu Vivi untuk mendapatkan masukan. Feedback yang diberikan digunakan untuk melakukan penyesuaian pada elemen tertentu, seperti warna dan tata letak, agar lebih sesuai dengan keinginan pemilik.

Finalisasi



Gambar 2. logo hasil perancangan

Pada tahap finalisasi, desain logo yang telah disetujui disempurnakan lebih lanjut untuk memastikan kesesuaian pada berbagai media aplikasi. Penyempurnaan meliputi penyesuaian proporsi dan resolusi, serta

pemilihan warna yang konsisten. Panduan penggunaan logo disusun untuk memastikan konsistensi visual ketika logo diaplikasikan pada media promosi yang berbeda, seperti kartu nama, kemasan produk, dan materi cetak lainnya. Hal ini penting untuk memastikan bahwa logo tetap terlihat profesional dan menarik di semua platform.

Dalam logo ini terdapat gambar karakter wanita yang menggambarkan sosok ibu Vivi selaku pemilik usaha, dengan gambar latar berupa makanan ringan dan minuman yang merepresentasikan produk yang dijual pada lokasi usaha. Font dengan warna utama hitam kecoklatan, sehingga memudahkan visualisasi agar mudah dibaca dan mudah untuk diaplikasikan ke berbagai media, baik digital maupun cetak.

Penerapan

Tahap penerapan melibatkan produksi spanduk/banner dengan desain baru yang mengintegrasikan logo. Spanduk ini dirancang untuk menampilkan informasi penting seperti nama warung, tagline, dan kontak, dengan penekanan pada logo baru sebagai elemen pusat.



Gambar 3. implementasi logo

Implementasi logo dan spanduk pada media promosi lainnya diharapkan dapat meningkatkan visibilitas **Warung Ibu Vivi** di kalangan konsumen lokal. Hasil dari penerapan ini diharapkan dapat membuat konsumen menjadi lebih mudah mengenali warung, dan daya tarik visual warung meningkat signifikan.

SIMPULAN

Pembuatan logo dan spanduk/banner untuk UMKM "Warung Ibu Vivi" dapat memperkuat identitas visual usaha. Analisis kebutuhan yang mendalam memastikan desain logo mencerminkan karakteristik dan keinginan pemilik dengan efektif. Logo yang dirancang, bersama dengan spanduk/banner baru, meningkatkan daya tarik visual dan brand awareness usaha. Dengan identitas visual yang lebih konsisten, diharapkan "Warung Ibu Vivi" dapat memperbaiki citra dan mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M. W. (2022). Pembuatan aplikasi pendampingan dan mentoring bisnis umkm (studi kasus: Plut kumkm kabupaten subang). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(6), 6891–6897.
- Dewojati, R. K. (2009). Desain grafis sebagai media ungkap periklanan 7.2. *Imaji*.
- Judijanto, L., Furqon, M., & Arini, E. R. (2024). Pemetaan Literatur tentang Label Produk Berkelanjutan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Multidisiplin West Science*.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya peran logo dalam membangun brand. *Humaniora*, 191-202.
- Riyanto, A., & Furqon, M. (2023). Pendampingan Pelatihan Peranti Lunak Pengolah Kata Untuk Siswa Kelas 5 SD Negeri 1 Kecomberan. *Kepra: Kreatifitas Pada Abdimas*.
- Rukhviyanti, N., Dioputra, S., Barlian, C. U., & Furqon, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Mie. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi)*.
- Siti Komala, L. S. (2024). Penguatan Bidang UMKM dan Pendidikan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Wanasaba Lor Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 15-23.
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 01-08.