



PENGUNAAN LOGO DAN BANNER SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN KESADARAN MEREK PADA UMKM MOM'S DESY KITCHEN

Deasy Fitria Kusmawati*, Rizky Dermawan

Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Jl. Ring Road Utara No.104, Ngropoh, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta 55283 Indonesia

*22012010064@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Tujuan kegiatan adalah mengembangkan identitas visual melalui desain logo dan banner guna meningkatkan daya tarik dan kesadaran merek. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan tahapan observasi, wawancara, dan proses pembuatan desain visual. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembuatan logo dan banner yang disesuaikan dengan karakteristik usaha dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membangun citra merek, meningkatkan visibilitas produk, dan mendukung strategi pemasaran UMKM. Desain visual yang dikembangkan memperhatikan elemen warna, font, dan representasi produk untuk menciptakan identitas yang unik dan menarik. Kesimpulan studi ini menegaskan bahwa strategi promosi visual merupakan instrumen penting dalam pengembangan UMKM, mampu menciptakan diferensiasi, meningkatkan kesadaran merek, dan berpotensi mendorong pertumbuhan bisnis. Kegiatan ini memberikan kontribusi praktis dalam mendukung pengembangan UMKM melalui pendekatan desain komunikasi visual yang strategis.

Kata kunci: banner; kesadaran merek; logo; promosi; UMKM

USE OF LOGO AND BANNER AS A STRATEGY TO INCREASE BRAND AWARENESS IN MSME MOM'S DESY KITCHEN

ABSTRACT

This study discusses the importance of promotion and use of logos and banners in increasing brand awareness in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), with a focus on mentoring MSME Mom's Desy Kitchen in Benowo Village, Pakal District, Surabaya City. The purpose of the activity is to develop a visual identity through logo and banner design to increase brand appeal and awareness. The method used is a qualitative approach with stages of observation, interviews, and the visual design process. The results of the activity show that creating logos and banners that are adjusted to business characteristics can make a significant contribution to building brand image, increasing product visibility, and supporting MSME marketing strategies. The visual design developed pays attention to elements of color, font, and product representation to create a unique and attractive identity. The conclusion of this study confirms that visual promotion strategies are an important instrument in MSME development, capable of creating differentiation, increasing brand awareness, and potentially driving business growth. This activity provides a practical contribution in supporting MSME development through a strategic visual communication design approach

Keywords: banner; brand awareness; logo; MSME; promotion

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis sebagai penggerak utama perekonomian Indonesia. Sektor UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang membantu

mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2021) menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (Kemenkop UKM, 2021). Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang pesat, UMKM menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan keberlanjutan dan daya saing mereka. Tantangan yang dihadapi UMKM masih cukup kompleks, termasuk keterbatasan dalam sumber daya, akses pasar, dan minimnya strategi dalam membangun kesadaran merek.

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah bagaimana cara meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Kesadaran merek dapat diartikan sebagai kemampuan pelanggan dalam mengidentifikasi atau mengingat suatu merek dan mengaitkannya dengan berbagai jenisnya produk atau jasa tertentu. Dengan cara ini, pelanggan dapat mengingat secara otomatis tanpa mendapatkan bantuan. Kesadaran merek tentunya mempengaruhi minat beli konsumen. Pemahaman lain menjelaskan bahwa metode branding dapat mempengaruhi pilihan ketika mempertimbangkan kualitas merek produk (Prayogo et.al., 2023). Kesadaran merek merupakan aspek krusial yang mempengaruhi citra perusahaan dan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan meningkatnya kesadaran merek, UMKM dapat memperkuat posisi mereka di pasar, menarik lebih banyak pelanggan, dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh UMKM untuk meningkatkan kesadaran merek adalah melalui penggunaan logo dan banner sebagai elemen visual utama dalam komunikasi pemasaran, karena media visual ini dapat menyampaikan pesan yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen.

Di Kelurahan Benowo, Kecamatan Pakal memiliki potensi UMKM yang besar dan perlu dioptimalkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang terus berkelanjutan. Salah satu cara untuk mengoptimalkan pertumbuhan ekonomi di Kelurahan Benowo adalah dengan memberikan pendampingan pada UMKM di Kelurahan Benowo. Terdapat banyak sekali pelaku UMKM di Kelurahan Benowo. Salah satunya adalah “Mom’s Desy Kitchen” yang merupakan sebuah usaha rumahan yang menjual berbagai macam olahan rice bowl ayam dan juga cireng isi. Pendampingan yang dapat dilakukan di UMKM “Mom’s Desy Kitchen” berupa memberikan sosialisasi tentang pentingnya kesadaran merek. Salah satu yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek adalah penggunaan logo dan banner sebagai elemen visual dalam komunikasi pemasaran. Studi menunjukkan bahwa desain logo yang mudah dikenali dan konsisten dapat membangun identitas merek yang kuat serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa (Munteanu & Cismaru, 2020). Selain itu, banner yang informatif dan dirancang dengan baik dapat memfasilitasi komunikasi visual yang langsung dengan konsumen, yang penting bagi UMKM dalam membangun persepsi positif terhadap produk (Huang et al., 2019).

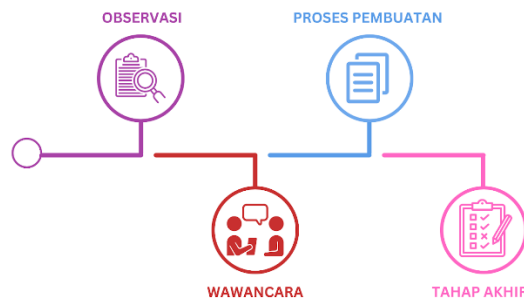
Pendampingan yang diberikan diharapkan dapat membawa dampak positif bagi pelaku UMKM, tidak hanya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola dan mengembangkan usaha secara optimal. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan usaha, memanfaatkan peluang pasar dengan lebih efektif, dan mengoptimalkan potensi bisnis mereka. Tujuan Penelitian Pendampingan ini diharapkan membantu UMKM untuk tumbuh secara berkelanjutan dan Meningkatkan daya saingnya di pasar yang lebih luas.

Di era digital saat ini tentunya persaingan di dunia bisnis sangatlah ketat, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM yang ada di Kelurahan Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya termasuk Mom's Desy Kitchen perlu membangun identitas merek yang kuat agar dapat menarik perhatian konsumen. Banyak pelaku UMKM yang tidak memiliki keterampilan desain grafis dan kesulitan menggunakan perangkat lunak desain yang diperlukan untuk membuat logo dan banner yang efektif. Tanpa pengetahuan tentang alat seperti Adobe Photoshop, Illustrator, Canva, dan aplikasi desain lainnya, pelaku UMKM cenderung menghasilkan desain yang tidak profesional, tidak menarik, atau tidak sesuai dengan identitas merek mereka. Hal ini berdampak negatif pada pengenalan merek dan kesan yang diberikan kepada pelanggan.

Pelaku UMKM yang kurang terpapar teknologi dan strategi branding sering kali belum memahami pentingnya konsistensi dalam penggunaan logo dan banner. Mereka mungkin mengubah atau menggunakan logo dan banner dengan format yang tidak konsisten, yang dapat membingungkan pelanggan dan mengurangi efektivitas branding. Kurangnya pendampingan membuat mereka tidak mendapat panduan tentang pentingnya konsistensi ini. Keseluruhan masalah ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang gptek sangat membutuhkan dukungan dan pendampingan dalam pembuatan serta penerapan desain logo dan banner. Dengan adanya pendampingan tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM Mom's Desy Kitchen sehingga usaha tersebut dapat dikembangkan lebih luas.

METODE

Kegiatan Bina Desa ini dilakukan di Kelurahan Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. Beberapa metode yang digunakan dalam pelaksanaan pendampingan UMKM dengan menggunakan logo dan banner sebagai strategi peningkatan kesadaran merek pada UMKM Mom's Desy Kitchen yaitu:



Gambar 1. Tahapan-tahapan

1. Tahap Observasi
Tahap pertama adalah observasi yang dilakukan dengan mengamati lingkungan sekitar UMKM Mom's Desy Kitchen, seperti lokasi, aksesibilitas, dan persaingan bisnis di sekitar UMKM. Di tahap ini dapat diperoleh informasi yang berguna untuk membantu UMKM dalam membuat keputusan yang lebih baik dan dapat meningkatkan kualitas.
2. Tahap Wawancara
Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui kendala apa yang dialami dan apa yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Dalam tahap ini diketahui bahwa pelaku UMKM Mom's Desy Kitchen memiliki kendala dalam desain logo dan banner usaha.
3. Proses Pembuatan
Tahap selanjutnya adalah tahap pembuatan logo dan banner. Dalam tahap ini dilakukan tanya jawab terkait preferensi warna, jenis produk yang dijual, dan desain logo dan banner yang

diinginkan oleh pelaku UMKM Mom's Desy Kitchen. Setelah itu pembuatan logo dan banner dapat dilakukan melalui aplikasi desain seperti Canva.

4. Tahap Akhir

Tahap akhir yang perlu dilakukan adalah melakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil pengerjaan untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan dan harapan UMKM Mom's Desy Kitchen. Proses ini mencakup pengecekan kualitas, fungsi, dan efektivitas hasil kerja, serta memastikan bahwa seluruh aspek yang diinginkan telah terpenuhi. Dengan demikian, produk yang dihasilkan benar-benar dapat mendukung perkembangan usaha dan mencapai target yang telah ditetapkan oleh pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Laksana (2019:129) “promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen melalui berbagai aktivitas, seperti menginformasikan produk atau jasa baru, membujuk konsumen untuk memilih produk tertentu, mengingatkan keberadaan merek, dan mengubah persepsi konsumen. Promosi juga bertujuan meningkatkan penjualan, memperkuat posisi merek di pasar, dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Setiap UMKM tentunya membutuhkan promosi yang berbeda-beda. Dalam hal ini pentingnya kesadaran merek bagi para pelaku UMKM sehingga dapat terciptanya kualitas merek dan memperkuat loyalitas merek yang lebih baik lagi. Logo dan banner merupakan elemen visual yang sangat krusial dalam membangun identitas dan meningkatkan kesadaran merek sebuah UMKM. Logo sebagai identitas visual menjadi pendukung dalam media promosi, agar berkesinambungan antara media satu dengan yang lainnya. Logo yang konsisten adalah hal yang penting dalam mempromosikan brand dalam berbagai media khususnya media digital (Hananto, 2019). Logo yang unik berfungsi sebagai simbol yang mudah diingat dan membedakan merek dari kompetitor. Semetara itu, banner berperan sebagai media visual yang lebih luas untuk menyampaikan pesan dan informasi tentang produk yang dijual. Keduanya saling melengkapi, dimana logo memberikan identitas yang kuat, sedangkan banner memberikan konteks yang luas. Ketika logo dan banner digunakan secara konsisten dan efektif, keduanya dapat menciptakan kesan yang mendalam di benak konsumen, meningkatkan visibilitas merek, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan.

Dalam era pemasaran yang selalu berkembang, penggunaan logo dan banner memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran merek UMKM. Salah satu alasan dibalik penggunaan logo dan banner sebagai media visualisasi merek dan identitas bisnis adalah kemampuan keduanya untuk menyampaikan pesan produk dengan cara yang lebih menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Keduanya bekerja sama untuk menciptakan kesan yang kuat, membedakan merek dari pesaing, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Oleh karena itu, investasi dalam desain logo dan banner yang berkualitas merupakan langkah yang sangat penting bagi setiap UMKM. Kemunculan aplikasi desain gratis seperti Canva memberikan solusi baru bagi UMKM yang tidak memiliki kemampuan desain profesional. Dengan antarmuka yang ramah pengguna dan banyaknya template siap pakai, Canva memungkinkan pelaku UMKM membuat logo dan katalog produk yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran mereka tanpa biaya besar atau keterampilan teknis yang mendalam (Wibowo & Sutrisno, 2021). Selain itu, kemudahan akses terhadap fitur-fitur desain yang disediakan Canva memungkinkan UMKM untuk lebih fleksibel dalam mengelola materi pemasaran mereka secara mandiri. UMKM kini dapat dengan cepat menyesuaikan konten promosi sesuai dengan tren pasar

atau kebutuhan khusus, seperti kampanye musiman dan penawaran diskon. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi waktu, tetapi juga memberi kesempatan bagi usaha kecil untuk bersaing secara lebih efektif dengan brand yang lebih besar. Dengan demikian, Canva membantu memperluas jangkauan pemasaran UMKM dan memperkuat kehadiran mereka di pasar digital tanpa memerlukan investasi besar dalam sumber daya desain.

Dalam kegiatan Bina Desa ini dilakukan pendampingan terhadap para pelaku UMKM di Kelurahan Benowo, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya, disana dilakukan pendampingan dengan mendatangi lokasi UMKM yang salah satunya adalah UMKM Mom's Desy Kitchen. UMKM Mom's Desy Kitchen menjual cireng isi ayam suwir dan *rice bowl* olahan ayam seperti: *rice bowl* ayam sambal matah, *rice bowl* ayam asam manis, *rice bowl* ayam steak, dan *rice bowl* ayam madu. Berikut adalah tahapan alur pendampingan UMKM Mom's Desy Kitchen, yaitu:

Tahap Observasi

Tahap pertama yang dilakukan adalah observasi yaitu dengan mendatangi lokasi UMKM Mom's Desy Kitchen yang terletak di Jl. Kauman Asri V No. 42 Kelurahan Benowo dan melihat apakah terdapat UMKM lain yang menjual produk yang sama.

Tahap Pendampingan

Tahap ini dilakukan dengan diskusi dengan Ibu Desy Setyowati sebagai pemilik UMKM Mom's Desy Kitchen. Dalam diskusi tersebut diketahui bahwa UMKM Mom's Desy Kitchen belum memiliki logo dan banner. Di dalam diskusi tersebut juga dilakukan sosialisasi tentang pentingnya logo dan banner untuk sebuah UMKM.



Gambar 2. Diskusi dengan Ibu Desy Selaku Pemilik UMKM Mom's Desy Kitchen

Foto Produk

Dalam tahap ini dilakukan foto produk yang nantinya akan dimasukkan ke dalam desain banner usaha. Foto produk diperlukan untuk memberikan deskripsi produk dengan lebih jelas secara visual kepada konsumen.



Gambar 3. Foto Produk UMKM Mom's Desy Kitchen

Proses Pembuatan Logo dan Banner

Tahap ini adalah tahap pembuatan desain logo dan banner UMKM Mom's Desy Kitchen yang menggunakan aplikasi desain Canva. Di dalam logo terdapat elemen cireng isi dan *rice bowl* yang merupakan produk makanan yang dijual di UMKM Mom's Desy Kitchen. Untuk warna logo dipilih warna merah berdasarkan *request* dari Ibu Desy. Warna merah sendiri memiliki arti keberanian dan kekuatan yang diharapkan dapat mencerminkan tekad dan keinginan untuk tumbuh dan berkembang meski dihadapkan dengan tantangan. Sedangkan warna pink dapat memberikan kesan yang cerah, positif, dan optimis. Warna ini sering digunakan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan menyambut pelanggan dengan kehangatan.



Gambar 4. Pembuatan Logo UMKM Mom's Desy Kitchen

Pembuatan banner usaha ini didesain menggunakan aplikasi Canva, yang mana dalam aplikasi tersebut terdapat banyak pilihan *font* dan elemen yang menarik. Di dalam banner ini juga dimasukkan foto produk yang telah dilakukan sebelumnya. Untuk pilihan warna sendiri dipilih warna oranye karena memiliki daya tarik yang cerah dan menyenangkan. Warna ini menciptakan suasana yang positif dan optimis yang dapat memberikan kesan bahwa bisnis tersebut menyenangkan, mudah diakses, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Sedangkan *font* yang dipilih tujuannya adalah untuk menciptakan kesan yang konsisten, mudah dibaca, dan mencerminkan identitas merek. Selain itu, font tersebut dipilih karena menciptakan keseimbangan antara estetika dan fungsionalitas.



Gambar 5. Pembuatan Banner UMKM Mom's Desy Kitchen

Penyerahan Hasil

Setelah melakukan desain logo dan banner kemudian dicetak, dilakukan penyerahan logo dan banner tersebut kepada pelaku UMKM Mom's Desy Kitchen. Dengan harapan agar dapat bermanfaat untuk menunjang kebutuhan usaha. Penyerahan hasil capaian dilakukan sebagai upaya dalam memberikan solusi mengenai kurangnya kesadaran merek UMKM Mom's Desy Kitchen. Untuk menciptakan citra merek, pelaku UMKM perlu memahami kebutuhan pelanggan, menciptakan kesan yang baik, dan membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Hal ini diharapkan dapat membantu dan memberi kemudahan pada pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya sehingga potensi yang dimiliki oleh UMKM Mom's Desy Kitchen dapat berjalan secara optimal.



Gambar 6. Penyerahan Logo UMKM Mom's Desy Kitchen

SIMPULAN

Promosi merupakan elemen kunci dalam pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Dalam konteks UMKM, pentingnya promosi yang efektif, termasuk penggunaan logo dan banner, sangat signifikan untuk membangun identitas merek dan meningkatkan kesadaran konsumen. Logo berfungsi sebagai simbol yang membedakan merek dari pesaing, sementara banner menyampaikan informasi produk secara visual. Melalui kegiatan pendampingan kepada UMKM Mom's Desy Kitchen, terlihat bahwa pembuatan logo dan banner yang menarik dan sesuai dengan karakter bisnis dapat membantu meningkatkan citra merek dan daya tarik produk. Proses ini melibatkan observasi, diskusi, dan desain yang mempertimbangkan elemen visual yang tepat, seperti warna dan font, untuk menciptakan kesan positif di mata konsumen. Dengan demikian, investasi dalam desain visual yang berkualitas diharapkan dapat memperkuat loyalitas

merek dan mendorong peningkatan penjualan, serta membantu UMKM dalam mencapai potensi optimalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dieva, D. P., & Dermawan, R. (2023). Pengembangan umkm melalui optimalisasi branding pada "Bila catering" Desa tegalrejo, probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03), 120-129. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i03.643>
- Hananto, B. A. (2019). Identitas Visual Digital Brand Dalam Sosial Media. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur*, 57
- Herlambang, S., Maelana, H. W., Wibowo, P. E., & Prafika, J. (2022). Peningkatan Kesadaran merek Dan Citra merek Untuk Produk Rumahan Dalam rangka peningkatan Daya Saing di Umkm Wilayah Kota Yogyakarta. *HIKMAYO: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT AMAYO*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.56606/hikmayo.v1i2.63>
- Huang, Y., Wang, S., & Li, L. (2019). The power of banner ads in enhancing brand recall for small enterprises. *International Journal of Advertising*, 38(7), 927-946.
- Jayadaru, I. P. B., Prayoga, I. W. P. A., Julianto, I. N. L., Swandi, I. W., & Wasista, I. P. U. (2022). Banner Dan Maskot Sebagai Strategi Edukasi Pencegahan Stunting di Desa Kukuh Kerambitan. *Abdi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 35-44. <https://doi.org/10.59997/awjpm.v1i1.1460>
- Kemenkop UKM. (2021). Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar
- Munteanu, C., & Cismaru, L. (2020). Visual identity and brand loyalty: The effect of logo design on customer perceptions. *Marketing and Management of Innovations*, 2020(1), 66-77.
- Prayogo, D., Setyawan, T. A., & Nugroho, R. (2023). Pengaruh Branding terhadap Kesadaran Merek dan Minat Beli Konsumen pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 15(2), 113-127.
- Timothy, Y. B. V., & Dermawan, R (2023). Penggunaan Banner untuk Peningkatan Kesadaran Merek Pada UMKM Bakoel Kue Medokan Ayu Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5 (2), 1893-1897. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2601>
- Wibowo, A., & Sutrisno, D. (2021). Pengaruh teknologi desain terhadap pengembangan UMKM di era digital. Jakarta: Pustaka Inovasi.