ACTANOVA DIGITAL ARCHIVE

OPEN ACCESS SCHOLARLY PRESERVATION & PERMANENT REPOSITORY

Penguatan Produk Umkm Kareh - Kareh Melalui Strategi Branding di Desa Sungai Majo Pusako

Authors: Mhd. Andry Kurniawan, Elisabeth Sibagariang, Ledy Pretty Nainggolan, Dimas Perwandi, Adinda Azahra, Rizky Aditya Reno, Nurul Ummi...

Journal: Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital - Vol. 2 No. 1 (2024)

Publisher: Indonesian Journal Publisher

Persistent DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i1.3194

Archived & Retrieved via ActaNova Gateway on: 21 October 2026, 19:50 UTC

DIGITAL PRESERVATION & ARCHIVAL INTEGRITY STATEMENT

This PDF is an authentic, preserved digital version of a peer-reviewed scholarly manuscript deposited into the ActaNova Archival Network. ActaNova guarantees long-term bitstream preservation, cryptographic checksum integrity, and uninterrupted global discovery under Open Archives Initiative Protocol (OAI-PMH) and Google Scholar metadata harvesting.

HOW TO CITE THIS RECORD:

Mhd. Andry Kurniawan, Elisabeth Sibagariang, Ledy Pretty Nainggolan, Dimas Perwandi, Adinda Azahra, Rizky Aditya Reno, Nurul Ummi Khairo, Dimas Wahyudi, Sabrina Inaya Salsabila, Fakhrul Razif, Cinta Setiawati. "Penguatan Produk Umkm Kareh - Kareh Melalui Strategi Branding di Desa Sungai Majo Pusako"...

ActaNova Journal Metadata Preservation & Discovery Service

Media Digital Publikasi Indonesia

National Open Science & Long-Term Digital Repository Infrastructure

Bitstream Storage Verified | OAI-PMH Compliant | Crossref & DOAJ Compatible

Permanent Archival Node: https://actanova.mediadigitalpublikasi.com/journals



Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital: Volume 2, Number 1 , 2024, *Page*: 1-8

Penguatan Produk Umkm Kareh – Kareh Melalui Strategi Branding di Desa Sungai Majo Pusako

Mhd. Andry Kurniawan[1]*, Elisabeth Merba Ria Sibagariang[2]*, Ledy Pretty Nainggolan[3]*, Dimas Perwandi[4], Adinda Azahra[5], Rizky Aditya Reno[6], Nurul Ummi Khairo[7], Dimas Wahyudi[8], Sabrina Inaya Salsabila[9], Fakhrul Razif[10], Cinta Setiawati[11]

[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11] Universitas Riau

Abstrak: Program Pengabdian Masyarakat adalah inisiatif yang melibatkan mahasiswa Universitas Riau untuk menerapkan pengetahuan mereka dan mendapatkan pengalaman berharga dalam membangun komunitas. Program ini bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM di Desa Sungai Majo Pusako, Kabupaten Rokan Hilir, yang saat ini memiliki jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah yang terbatas. Salah satu upaya yang dilakukan adalah branding logo untuk UMKM Dapur Bu Iddar, seorang pengusaha lokal yang memproduksi kue kareh. Proses branding dimulai dengan survei dan wawancara untuk memahami kebutuhan Bu Iddar, diikuti dengan pembuatan logo menggunakan Canva. Logo ini dirancang untuk memberikan identitas visual yang jelas dan memperluas upaya pemasaran, dengan tujuan meningkatkan daya tarik produk dan jangkauan pasar. Hasil menunjukkan bahwa logo tersebut memiliki dampak positif, membantu dalam pemasaran dan meningkatkan kualitas bisnis. Dengan diperkenalkannya logo ini, diharapkan Dapur Bu Iddar akan berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata Kunci: Pencitraan UMKM, Desain Logo UMKM, Identitas Visual Produk

DOI: https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i1.3194
*Correspondence: Full Name
Email: kkndesasungaimajopusako@gmail.com

Received: 18-09-2024
Accepted: 01-10-2024
Published: 01-11-2024

Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *The Community Service Program is an initiative involving students from Universitas Riau to apply their knowledge and gain valuable experience in community-building. This program aims to support the development of SMEs in Desa Sungai Majo Pusako, Kabupaten Rokan Hilir, which currently has a limited number of micro, small, and medium enterprises. One of the efforts undertaken is branding the logo for UMKM Dapur Bu Iddar, a local entrepreneur producing kareh - kareh cakes. The branding process began with surveys and interviews to understand Bu Iddar's needs, followed by the creation of the logo using Canva. This logo is designed to provide a clear visual identity and expand marketing efforts, with the goal of enhancing product appeal and market reach. The results indicate that the logo has had a positive impact, aiding in marketing and improving the quality of the business. With the introduction of this logo, it is hoped that Dapur Bu Iddar will grow and reach a wider market.*

Key Words: UMKM *Branding*, UMKM *Logo Design*, *Product Visual Identity*

Pendahuluan

Desa berperan krusial dalam membangun perekonomian negara, terutama di negara berkembang seperti Indonesia (Negara dan Sholihah, 2023). Sebagai komponen dasar perekonomian, desa memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui pengolahan sumber daya alam dan kegiatan ekonomi lokal (Kokotiasa, 2021). Namun, banyak desa di

Indonesia termasuk Desa Sungai Majo Pusako, masih kekurangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat menjadi penggerak ekonomi lokal. Padahal desa di Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dan sangat disayangkan bila sumber daya alam tersebut tidak diolah dan tidak dijual dengan harga yang lebih tinggi (Hidayat *at al*., 2022). Oleh karena itu, kegiatan Kukerta di desa ini berpotensi untuk mengisi kekosongan tersebut dan mendorong pertumbuhan perekonomian desa melalui pengembangan UMKM.

Desa Sungai Majo Pusako, yang terletak di Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau, merupakan desa yang kaya akan budaya dan tradisi. Sebagian besar penduduknya bergantung pada sektor perkebunan dan pertanian sebagai sumber utama penghidupan. Selain itu, kebanyakan masyarakat setempat memanfaatkan lahan pekarangan rumah sebagai tempat menanam pisang dan rempah – rempah memasak hanya untuk kebutuhan pribadi saja. Namun, dalam beberapa tahun terakhir telah dilakukan upaya memperluas sumber pendapatan ekonomi desa dengan pengembangan UMKM, yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat basis ekonomi lokal. Melalui program Kukerta, diharapkan mahasiswa dapat berkontribusi dengan membantu merancang dan mengimplementasikan strategi pengembangan UMKM yang efektif.

Salah satu produk yang muncul dari desa ini adalah kue kareh - kareh. Kue kareh - kareh merupakan kue khas dari daerah Tanah Datar, Sumatera Barat. Kue ini berbentuk segitiga dengan pola seperti sarang laba-laba, bertekstur renyah serta bercita rasa manis dan gurih (Trinanda *et al*., 2023). Bu Iddar merupakan seorang masyarakat lokal yang memulai usaha ini untuk meningkatkan pendapatan keluarganya. Proses pembuatan kue ini dilakukan oleh Bu Iddar sendiri tanpa pegawai yang membantu, sehingga produksi kue kareh – kareh menjadi terbatas. Selain itu, kue kareh – kareh yang diproduksi oleh Ibu Iddar masih menggunakan takaran centong dan belum memiliki nama merek. Walaupun kue kareh – kareh bukan makanan khas Desa Sungai Majo Pusako, namun Bu Iddar melihat potensi besar dalam mengembangkan produk ini untuk memasuki pasar yang lebih luas.

Branding merupakan strategi komunikasi yang terencana untuk membangun dan mengembangkan suatu merek dan berfungsi sebagai indikator penting dalam menerapkan strategi pemasaran dan membedakan produk dari komoditas lain (Mustari *et al*., 2021). Sebagai bagian dari strategi pemasaran, branding bertujuan meningkatkan popularitas dan daya saing suatu nama, objek, jasa, atau produk dalam kelompoknya (Daryani *et al*., 2024). Branding berperan krusial, terutama bagi konsumen. Keller mengidentifikasi tujuh manfaat utama branding bagi konsumen, mulai dari identifikasi produk hingga alat untuk memproyeksikan citra diri (Sahirah, 2022). Dengan kata lain, branding berfungsi untuk meningkatkan citra entitas yang dipromosikan. Untuk mempertahankan efektivitas

branding dalam menjalankan suatu proyek atau mempromosikan tempat atau jasa, diperlukan upaya berkelanjutan dan konsisten (Artianasari *et al*., 2024).

Melalui program Kukerta, diharapkan mahasiswa dapat membantu Bu Iddar dan pengusaha lokal lainnya dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kualitas dan pemasaran produk mereka. Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengadakan branding produk dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan kepercayaan diri masyarakat terhadap potensi besar yang dapat diperoleh dari branding tersebut. Tujuannya adalah agar usaha yang dirintis oleh masyarakat dapat berkembang sesuai harapan. Penulis mengambil judul "Penguatan Produk UMKM Kareh – Kareh Melalui Strategi Branding di Desa Sungai Majo Pusako".

Metode

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Branding logo ini dilaksanakan pada tanggal 20 Agustus 2024 di Posko Kukerta, yang beralamat di Jalan Abu Bakar, Desa Sungai Majo Pusako, Kecamatan Kubu Babussalam, Kabupaten Rokan Hilir. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan identitas Kue Kareh - Kareh Bu Iddar yang berada di Dusun Sejahtera.

Tahapan Kegiatan

Tujuan utama dari kegiatan branding ini adalah untuk memberikan identitas yang jelas pada produk sehingga dapat membedakannya dari kompetitor (Arianto, 2019). Tahapan yang dilakukan oleh kelompok Kukerta adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

   Pada tahap ini, mahasiswa Kukerta melakukan survei dan wawancara dengan Bu Iddar untuk memahami kebutuhan dan harapan dari pemilik usaha.
2. Tahap Pelaksanaan

   Berdasarkan hasil survei, kami mengetahui bahwa Bu Iddar memerlukan logo untuk produk kue kareh-kareh miliknya. Bu Iddar meminta agar logo tersebut mencantumkan nama “Dapur Bu Iddar” serta informasi kontak untuk mempermudah pemasaran secara online.
3. Tahap Akhir

   Pada tahap ini, kami menyerahkan logo yang telah dirancang dalam bentuk stiker untuk digunakan sebagai label kemasan. Kami juga menjelaskan makna dari desain logo tersebut. Stiker logo ini akan ditempel pada kemasan produk kareh-kareh, berfungsi sebagai identitas untuk UMKM Bu Iddar.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan oleh mahasiswa Kukerta adalah pembuatan branding logo untuk UMKM Dapur Bu Iddar. Logo adalah representasi grafis berupa tanda, simbol, atau lambang (Putri *et al*., 2023). Logo berfungsi sebagai identitas visual sebuah produk, sehingga memiliki logo sangat krusial untuk sebuah usaha (Farizi *et al*., 2023).

Dapur Bu Iddar adalah sebuah usaha yang berlokasi di Dusun Sejahtera, yang memproduksi kue kareh-kareh dari tepung beras. Meskipun usaha ini sudah berdiri cukup lama dan dikelola langsung oleh Bu Iddar sebagai pemiliknya, hingga kini usaha tersebut belum memiliki logo sebagai identitas produk. Kekurangan dari produk tersebut adalah ketidakhadiran logo, yang seharusnya mempermudah konsumen dalam mengenali produk dan membantu pemilik usaha dalam memasarkan produknya dengan lebih efektif.

Konsumen cenderung lebih mudah mengingat gambar atau bentuk logo ketika mengenali produk baru (Zahra *et al*., 2023). Logo berfungsi sebagai alat promosi yang mewakili merek produk, sehingga produk dengan logo dapat dibedakan dari produk lainnya dan sejenis (Fadilah dan Susanto, 2024). Berdasarkan pertimbangan ini, kami merancang logo dalam berbagai bentuk, termasuk stiker untuk kemasan dan file digital untuk promosi online.

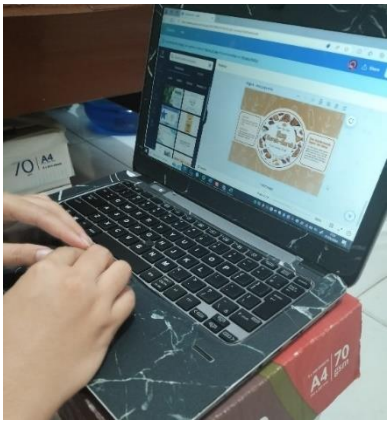


Gambar 1. Kue Kareh - Kareh sebelum proses pengemasan dan pelabelan.

Kegiatan branding logo ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual usaha dengan menambah daya tarik dalam pemasaran (Mubarok *et al*., 2023). Melalui kegiatan ini, UMKM di Dusun Sejahtera yang baru memulai operasinya akan terbantu dalam mempromosikan produknya berkat pembuatan logo. Logo untuk UMKM Dapur Bu Iddar dirancang menggunakan platform desain Canva.

Selama proses pembuatan logo untuk Usaha Dapur Bu Iddar, mahasiswa Kukerta mengunjungi rumah pemilik untuk berdiskusi mengenai desain logo. Bu Iddar meminta agar logo mencantumkan tulisan "Dapur Bu Iddar" dan menyerahkan keputusan desain sepenuhnya kepada mahasiswa Kukerta. Tahapan pembuatan logo yang kami lakukan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pertama: Merancang desain logo dengan mempertimbangkan karakteristik usaha yang sudah ada.
2. Tahap Kedua: Merancang logo dengan menggunakan platform desain Canva dan mengartikan makna dari desain yang telah dibuat.
3. Tahap Ketiga: Menyerahkan logo yang telah selesai dalam format stiker dan file digital kepada Bu Iddar sebagai pemilik usaha.
4. Tahap Keempat: Mencoba menempelkan stiker logo pada kemasan produk Kue Kareh-Kareh.



Gambar 2. Pembuatan logo UMKM Dapur Bu Iddar dengan Canva



Gambar 3. Logo UMKM Dapur Bu Iddar

Tulisan "Dapur Bu Iddar" dibuat menggunakan font Canva Student Font, Sedangkan Tulisan "Kue Kareh - Kareh" dibuat menggunakan font Tropika. Berikut adalah makna dari setiap elemen dalam logo stiker:

1. Topi Koki: Melambangkan usaha yang bergerak di bidang makanan.
2. Lingkaran: Melambangkan kontinuitas atau keberlanjutan usaha.
3. Contact Person: Ditambahkan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian secara online.

4. Background Logo: Menunjukkan bahwa brand bergerak di bidang makanan.
5. Font Logo: Penggunaan font Canva Student Font pada tulisan "Dapur Bu Iddar" dipilih karena bentuknya yang unik dan cocok untuk logo bergaya modern, membuatnya lebih mudah diingat oleh konsumen. Font Tropika pada tulisan "Kue Kareh - Kareh" digunakan untuk memberikan kesan modern.



Gambar 4. Branding logo pada kemasan standing pouch untuk produk Kue Kareh - Kareh Bu Iddar

Tanggapan dari UMKM Dapur Bu Iddar sangat positif, beliau merasa sangat terbantu dengan adanya logo pada kemasan. Kami berharap logo ini dapat mendukung UMKM Dapur Bu Iddar dalam mengembangkan kualitas produk dan terus maju dalam usahanya. Kami juga berharap bahwa kehadiran logo ini akan meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasarnya.

Kesimpulan

Pembuatan identitas visual brand sangat krusial bagi UMKM. Melalui branding logo untuk UMKM Dapur Bu Iddar, diharapkan produk ini memperoleh identitas yang jelas dan dapat memperluas cakupan pemasarannya, tidak hanya terbatas di desa tetapi juga ke pasar yang lebih luas. Logo yang dirancang untuk UMKM Dapur Bu Iddar mempertimbangkan konsep desain yang efektif, termasuk pemilihan warna kuning sebagai latar belakang dan font yang sesuai dengan tren desain saat ini untuk menciptakan kesan modern. Kami berharap logo ini akan meningkatkan daya tarik dan efektivitas pemasaran UMKM Dapur Bu Iddar.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan branding kue kareh - kareh di Desa Sungai Majo Pusako. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Ibu Iddar yang telah menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif dalam setiap tahap kegiatan. Semoga semua

pengetahuan dan keterampilan yang telah dibagikan dapat bermanfaat dan terus berkembang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Terima kasih atas kerja sama dan dukungannya.

Referensi

Arianto, B. 2019. Buzzer media sosial dan branding produk UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal UMKM Dewantara*. *2*(1): 27-46.

Artianasari, N., Nurhakki, dan Musmuliadi. 2024. Strategi komunikasi branding pariwisata halal berbasis smart tourism di Tana Toraja. *Media Komunikasi dan Dakwah*. 14(1): 98-123.

Daryani, Y., A. R. Agustian, dan V. Hutaoqikoh. 2024. Branding pariwisata dalam pengembangan objek wisata di Desa Rawabogo melalui metode partisipatif. In Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung. (Vol. 4, pp. 256-268).

Fadilah, A. M., dan E. Susanto. 2024. Branding produk label sebagai upaya pengembangan daya tarik pemasaran pada UMKM Pengepul Mangga di Desa Bolang Kecamatan Tirtajaya. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*. 3(1): 1409-1414.

Farizi, F. A. A., A. S. C. R. E. Chidtian, dan P. A. Sulistyono. 2023. Eksplorasi desain logo NJP Bakery yang efektif sebagai upaya untuk mencapai konsistensi branding. *Journal of Creative Student Research*. 1(6): 345-355.

Hidayat, A., S. Lesmana, dan Z. Latifah. 2022. Peran UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*. *3*(6): 6707-6714.

Kokotiasa, W. 2021. Korelasi otonomi desa dalam proses globalisasi. *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*. 2(1): 11-23.

Mubarok, S., A. D. Cahyati, dan P. Putra. 2024. Perancangan logo dan branding untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual UMKM di Desa Sirnajaya. *An-Nizam*. 3(1): 249-256.

Mustari, N., N. Hartaman, V. A. Sahrir, N. R. Aulia, dan S. Atirah. 2021. Branding pariwisata dalam pengembangan objek wisata di Kabupaten Majene. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*. 6(2): 282-293.

Negara, M. H. P., dan D. D. Sholihah. 2023. Pemanfaatan digital branding UMKM Barongan Wisanggeni guna mendukung tercapainya SDGs desa kewirausahaan. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2(2): 71-77.

Putri, M. T., K. N. Jamiati, dan D. Handok. 2023. Analisis semiotika perbandingan antara logo halal MUI dengan logo halal baru. *Journal on Education*. 6(1): 7825-7835.

Sahirah, N. 2022. Strategi Branding Asia Heritage Sebagai situs pariwisata di Riau. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Riau.

Trinanda, O., E. Sepdianus, dan Y. Wardi. 2023. Pengembangan mountain tourism di Nagari Koto Laweh Kabupaten Tanah Datar Sumatera Barat. *Jurnal manajemen pendidikan dan pelatihan*. *7*(1): 102-109.

Wijaya, D. T., M. Napitupulu, E. N. Y. Irianti, E. A. L. Gaol,V. N. Gunawan, K. Gunawan, T. M. Engelbertha, A. N. Thomas, A. R. Frananda, dan V. Y. Dharomesz. 2023. Potensi branding keripik pisang di Desa Sambirejo Kapanewon Ngawen Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Atma Jaya*. 3(6): 535-540.

Zahra, A. M., Wulandari, dan Rasmitadila. 2023. Sosialisasi dan pelatihan branding produk serta inovasi produk pada UMKM Tape di Dusun Cijulang Desa Sukakarya Kecamatan Megamendung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. *3*(3): 260-268.