

Pendampingan dan Sosialisasi Logo, Label Produk UMKM Dapur Berkah, Kue Donat Budidaya Jangkrik di Desa Cijangkar, Kecamatan Nyalindung, Kabupaten Sukabumi

Nia Sonani^{1*}, Rizky Maulida Putri Pratama², Luthfia Nur Afifah³, Dewi Fitrianti⁴, Fadia Nurisa⁵, Andry Ramadhani⁶, Endang Rusdiana⁷

Lecturer Faculty of Economics and Business, Universitas Nusa Bangsa, Kota Bogor^{1,4}
Faculty of Economics and Business, Universitas Nusa Bangsa, Kota Bogor^{2,3,5,6,7}

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan dan penguatan UMKM di wilayah Desa Cijangkar. Dengan pendampingan dalam merancang dan menerapkan logo serta label produk, kami berharap UMKM di desa ini dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan daya saing produk, dan membuka peluang lebih luas di pasar regional maupun nasional. Selain itu, melalui pendampingan ini, kami berusaha untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku UMKM agar mereka dapat lebih mandiri dalam mengelola bisnis mereka. Dengan adanya logo dan label produk yang profesional, diharapkan UMKM di Desa Cijangkar dapat lebih mudah dikenali dan dipercaya oleh konsumen, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata Kunci: Pendampingan, Identitas Merek, Daya Saing Produk, Produk Umkm, Ekonomi Lokal

Corresponding Author:

Nia sonani
niasonani774@gmail.com

Received: February 20, 2024

Revised: March 08, 2024

Accepted: March 21, 2024

Published: April 10, 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

1. PENDAHULUAN

Menurut Kemenkop UKM Jawa Barat, di wilayah Kabupaten Sukabumi terdapat sekitar 363.175 unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada tahun 2021. Jumlah ini mencakup berbagai sektor industri, termasuk perdagangan, jasa, makanan dan minuman, serta manufaktur. Namun, sektor yang dominan adalah sektor kuliner dengan sekitar 36% dari total UMKM di wilayah ini.

Setelah pandemi COVID-19, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berada di tengah-tengah tantangan pemulihan ekonomi yang kompleks. Meskipun beberapa negara telah mengalami pemulihan ekonomi yang bertahap, banyak UMKM masih menghadapi dampak jangka panjang dari pandemi. Setelah pandemi, UMKM juga harus menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar. Beberapa UMKM mungkin mengalami peningkatan pesaing baru yang muncul selama pandemi, atau UMKM lain yang sudah ada dapat menghadirkan strategi inovatif untuk bersaing dengan lebih baik. UMKM harus memperkuat strategi *branding* dan pemasaran mereka untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen di tengah-tengah pasar yang semakin kompetitif. Begitu juga dengan UMKM di Desa Cijangkar Kec. Nyalindung Kab. Sukabumi, daya saing dan pemasaran yang semakin modern mengakibatkan banyak UMKM yang merasa pendapatan semakin menurun dan harus memikirkan strategi yang tepat untuk hasil yang efisien.

Dengan banyaknya persaingan di pasar luring maupun daring, logo yang menarik dan mudah diingat akan membantu produk UMKM membedakan diri dan menarik perhatian konsumen. Ada 3 UMKM yang kita tinjau, diantaranya “Dapur Berkah”, “Kue Donat”, dan

“Budidaya Jangkrik”. Salah satu masalah yang cukup dominan muncul dalam pengembangan UMKM di Desa Cijangkar adalah terkait dengan pemahaman mengenai logo dan label produk. Beberapa UMKM di Desa Cijangkar ini masih belum memiliki logo dan label yang dibuat. Hal ini menimbulkan masalah pada pemasaran dan perkembangan produk.

Oleh karena itu, UMKM Desa Cijangkar Kec. Nyalindung Kab. Sukabumi perlu memperhatikan desain logo mereka untuk menghadirkan identitas merek yang kuat dan konsisten di semua platform pemasaran, termasuk media sosial, situs web, dan kemasan produk. Logo yang dirancang dengan baik dapat mencerminkan nilai-nilai merek, kualitas produk, serta memberikan kesan profesional pada bisnis.

Selain peran estetika, logo dan label produk UMKM juga memiliki nilai strategis dalam memasarkan produk secara online. Dengan pertumbuhan e-commerce yang pesat selama pandemi, logo dan label produk UMKM menjadi aset visual penting dalam menghadirkan produk dengan cara yang menarik bagi konsumen daring. Penggunaan foto produk yang menarik dan presentasi yang estetik di media sosial dan situs web juga dapat membantu meningkatkan daya tarik produk UMKM dan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, UMKM perlu mengoptimalkan logo dan label produk mereka sebagai bagian dari strategi *branding* dan pemasaran secara keseluruhan untuk meraih keberhasilan dalam pasar digital yang semakin kompetitif.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat difokuskan kepada pelatihan pendampingan terkait logo dan label sebagai salah satu media pemasaran produk UMKM. Berkaitan dengan hal tersebut, maka kegiatan UMKM di Desa Cijangkar Kecamatan Nyalindung Kabupaten Sukabumi dapat membantu menghasilkan omset dan target yang diinginkan kedepannya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat pada UMKM Desa Cijangkar, maka diperoleh beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu :

- 1) Kekurangan Identitas Merek yang Kuat : Sebagian besar UMKM di Desa Cijangkar masih menghadapi tantangan dalam merancang dan mengimplementasikan logo yang mencerminkan identitas merek mereka. Beberapa logo produk UMKM cenderung sederhana dan kurang menonjolkan karakteristik unik dari produk mereka.
- 2) Label Produk yang Kurang Informatif : Sebagian UMKM di desa ini juga menghadapi tantangan dalam merancang label produk yang informatif dan sesuai dengan standar yang berlaku. Beberapa label produk kurang memberikan informasi yang cukup mengenai komposisi produk, tanggal kedaluwarsa, dan informasi lain yang penting bagi konsumen. Dalam era informasi ini, konsumen semakin memperhatikan informasi produk sebelum melakukan pembelian.
- 3) Kurangnya Kesadaran Akan Pentingnya *Branding*: Banyak UMKM mungkin kurang memahami pentingnya *branding*, termasuk logo dan label produk, untuk membedakan produk mereka di pasar. Sebagai hasilnya, logo dan label produk mereka mungkin kurang menarik dan kurang efektif dalam menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang ada, maka yang menjadi fokus utama mendapat perhatian untuk diselesaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah menekankan pada pelatihan dan pendampingan terhadap logo dan label produk UMKM Desa Cijangkar. sehingga produk yang dipasarkan dapat lebih mudah dikenal banyak orang dan memperoleh keuntungan yang meningkat.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat terkait pendampingan logo dan label produk UMKM adalah untuk meningkatkan citra merek dan kualitas produk dari UMKM di wilayah tersebut. Dengan memberikan pendampingan dan bimbingan dalam perancangan dan pengembangan logo serta label produk, diharapkan UMKM dapat

memiliki identitas merek yang lebih kuat, menarik perhatian konsumen, dan membedakan diri dari pesaing. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM meningkatkan daya saingnya di pasar, memperluas pangsa pasar, dan mengoptimalkan pemasaran produk secara keseluruhan.

2. METODE

Kegiatan ini merupakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Nusa Bangsa Kota Bogor yang di dalam pelaksanaannya terdiri dari dosen pembimbing lapangan bersama mahasiswanya yang melakukan program pengabdian masyarakat yang dilakukan pada bulan Juli 2022. Pelaksanaan kegiatan ini ditujukan untuk para pelaku usaha UMKM itu sendiri. Guna adanya kegiatan program ini dapat membantu masyarakat atau warga sekitar yang mengalami kendala dalam memproduksi produk.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode penjelasan, diskusi dan praktik. Dalam metode penjelasan ini supaya pemilik UMKM memahami materi yang telah disampaikan mengenai pentingnya logo dan label produk sebelum pemilik UMKM mempraktekannya. Dalam metode diskusi ini merupakan interaksi antara dua orang atau lebih yang membahas mengenai ilmu pengetahuan dasar dengan tujuan untuk memfasilitasi pelaku UMKM yang ingin menanyakan materi yang belum dipahami sehingga dengan hal ini dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Metode praktik merupakan kegiatan pengembangan kemampuan dengan menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dimiliki. Dengan hal ini dapat menentukan rencana kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan.

Sebelum pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat dilakukan, pentingnya melakukan survei terlebih dahulu guna memperdalam suatu permasalahan yang terjadi di Desa Cijangkar. Dalam melakukan survei di tempat lokasi pengabdian masyarakat ini merupakan menganalisa dan pengenalan terhadap lokasi tempat kegiatan pengabdian masyarakat. Setelah survei dilakukan menentukan mitra dan mengidentifikasi permasalahan mitra dengan melakukan wawancara untuk mengetahui pokok permasalahan yang dihadapi mitra sehingga dapat dirumuskan solusi yang tepat. Langkah berikutnya dapat merancang program kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan, dalam menyusun program pengabdian masyarakat ini mahasiswa berdiskusi dan koordinasi dengan dosen pembimbing lapangan dan juga koordinasi dengan pihak mitra yang telah dipilih. Setelah mendapatkan persetujuan dilanjutkan dengan menyusun rencana kegiatan.

Adapun susunan kegiatan dalam melakukan pengabdian kepada masyarakat Desa Cijangkar, sebagai berikut:

- 1) Melakukan analisis permasalahan yang terdapat pada ke tiga UMKM Desa Cijangkar dengan cara survei dan mewawancarai pemilik terkait produk dan cara penjualan yang digunakan.
- 2) Melakukan pendampingan dan pelatihan kepada pemilik usaha UMKM “Dapur Berkah, Kue Donat, dan Budidaya Jangkrik” terkait dalam pembuatan logo, *re-branding* kemasan produk. Hal ini dilakukan karena dari permasalahan UMKM masih tergolong usaha baru yang belum mempunyai identitas atau profile UMKM tersebut. Kemasan produk yang dipakai saat itu masih tergolong sederhana maka dengan itu penulis membantu *re-branding* kemasan produk agar menarik konsumen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Fungsi kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Nusa Bangsa ini yaitu meningkatkan peran serta perguruan tinggi dalam pengabdian masyarakat

sekaligus memberikan ruang bagi mahasiswa untuk belajar di masyarakat. Adapun beberapa fungsi lain dari pengabdian kepada masyarakat di Desa Cijangkar ini antara lain:

- 1) Meningkatkan Citra dan Identitas Merek UMKM: Hasil penelitian dan pengabdian masyarakat terkait pendampingan logo dan label produk UMKM di Desa Cijangkar akan memberikan fungsi utama dalam meningkatkan citra dan identitas merek UMKM. Dengan logo dan label produk yang dirancang secara profesional dan sesuai dengan karakteristik unik dari UMKM, merek tersebut akan memiliki kesan yang lebih menarik dan meyakinkan bagi calon konsumen. Fungsi ini akan membantu UMKM di Desa Cijangkar membedakan diri dari pesaing, menciptakan identitas merek yang kuat, dan meningkatkan kesadaran merek di pasar.
- 2) Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Ekonomi Lokal: Fungsi hasil penelitian dan pengabdian ini akan menciptakan manfaat yang lebih luas dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Cijangkar. Dengan logo dan label produk yang menarik dan berkualitas, UMKM akan menjadi lebih kompetitif di pasar, meningkatkan pangsa pasar, dan memperkuat ekosistem bisnis lokal. Pertumbuhan usaha UMKM akan menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian wilayah tersebut. Selain itu, UMKM yang berhasil berkembang juga akan membuka peluang bagi kolaborasi bisnis dengan pihak lain, memperkuat ekonomi berbasis komunitas, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.
- 3) Meningkatkan Kesadaran tentang Pentingnya Logo dan Label Produk: Fungsi lainnya adalah meningkatkan kesadaran tentang pentingnya logo dan label produk di kalangan UMKM dan masyarakat Desa Cijangkar. Melalui pendampingan dan edukasi, UMKM akan lebih memahami peran penting logo dan label dalam pemasaran produk dan membangun merek yang kuat. Kesadaran ini akan mendorong UMKM untuk terus memperbarui dan meningkatkan logo serta label produk mereka, sehingga dapat mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di masa depan.

DISKUSI

Selain fungsi pengabdian pada masyarakat UMKM Desa Cijangkar, kegiatan ini juga menghasilkan beberapa manfaat bagi Perguruan Tinggi, Dosen, Mahasiswa maupun Pemilik UMKM Desa Cijangkar :

- 1) Bagi Perguruan Tinggi: Melalui pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi dapat menegaskan peran sosialnya sebagai agen perubahan yang berkontribusi secara aktif dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Dengan menghadirkan solusi nyata untuk masalah sosial dan lingkungan, perguruan tinggi menjalankan tanggung jawab sosialnya dan memberikan dampak positif pada masyarakat.
- 2) Bagi Dosen: Dosen akan menjadi bagian dari solusi untuk masalah sosial dan lingkungan yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan terlibat dalam pengabdian, dosen juga dapat menjadi pendorong perubahan positif dan memperkuat koneksi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam pembangunan masyarakat.
- 3) Bagi Mahasiswa: Melalui pengabdian masyarakat, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari di kampus dalam situasi dunia nyata. Mahasiswa dapat menghadapi tantangan dan masalah yang sebenarnya di masyarakat dan mencari solusi yang relevan dan efektif. Pengalaman ini membantu mahasiswa dalam memperkuat pemahaman mereka tentang disiplin ilmu dan meningkatkan kompetensi praktis mereka.

- 4) Bagi Masyarakat UMKM : Dengan logo dan label produk yang menarik dan berkualitas, UMKM akan menjadi lebih kompetitif di pasar, meningkatkan pangsa pasar, dan memperkuat ekosistem bisnis lokal. Pertumbuhan usaha UMKM akan menciptakan lapangan kerja dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian wilayah tersebut.

Hasil kegiatan PKM ini juga menghasilkan dampak positif yang dapat diamati, seperti yang bisa disimpulkan dari analisis yang dilakukan :

A. Dampak Ekonomi dan Sosial

Dampak ekonomi bagi UMKM Desa Cijangkar Kec. Nyalindung Kab. Sukabumi ini semoga dapat meningkatnya penjualan produk UMKM, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi dari usaha kecil dan menengah tersebut. Secara sosial dapat Meningkatkan Kesadaran Masyarakat tentang Produk Lokal, dengan adanya Logo dan label produk UMKM yang menarik dan profesional dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk lokal yang ada di wilayah mereka. Sehingga masyarakat menjadi lebih mengenal dan menghargai produk-produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM.

B. Kontribusi Terhadap Sektor Lain

1) Sektor Ekonomi UMKM

Kegiatan pendampingan logo dan label produk membantu meningkatkan daya saing dan pemasaran produk UMKM. Dengan logo dan label produk yang menarik dan profesional, UMKM dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Kontribusi ini akan membantu UMKM tumbuh dan berkembang secara ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memberdayakan sektor ekonomi mikro.

2) Sektor Pengembangan Bisnis UMKM

Pendampingan logo dan label produk UMKM juga berkontribusi pada sektor pengembangan bisnis UMKM. Dengan membantu UMKM mengidentifikasi nilai-nilai merek, target pasar, dan *positioning* yang tepat melalui logo dan label, kegiatan ini membantu UMKM dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan pengembangan produk mereka.

3) Sektor Pariwisata Dan Promosi Lokal

Logo dan label produk yang menarik dan mencerminkan kearifan lokal dapat berkontribusi pada sektor pariwisata dan promosi lokal. Produk UMKM yang memiliki *branding* yang kuat akan menjadi pilihan menarik bagi wisatawan dan konsumen lokal, sehingga memberikan dampak positif pada pariwisata dan promosi produk lokal.

C. Kendala/Hambatan

Kendala atau hambatan yang dihadapi pada saat pengabdian kepada masyarakat terkait logo dan label produk diantaranya adalah :

- 1) Minimnya Pengetahuan tentang Pentingnya Logo dan Label: Salah satu kendala utama adalah minimnya pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya logo dan label produk di kalangan UMKM dan masyarakat Desa Cijangkar. Beberapa UMKM mungkin tidak menyadari bahwa logo dan label yang baik dapat mempengaruhi citra merek dan pemasaran produk mereka. Dalam mengatasi

kendala ini, tim pengabdian perlu melakukan edukasi dan sosialisasi yang intensif tentang manfaat dan peran logo serta label dalam memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya saing produk.

- 2) Tantangan Komunikasi dan Keterlibatan UMKM: Tantangan komunikasi dapat timbul ketika tim pengabdian mencoba untuk berinteraksi dengan UMKM yang sibuk dengan operasional bisnis mereka. Mungkin sulit untuk mencapai kesepakatan dan koordinasi yang baik mengenai perancangan logo dan label. Dalam mengatasi kendala ini, tim pengabdian perlu memiliki pendekatan yang inklusif dan berkolaborasi dengan UMKM, mendengarkan kebutuhan dan harapan mereka, serta mengenali keterbatasan yang ada.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat terkait pendampingan logo dan label produk UMKM di Desa Cijangkar, Kecamatan Nyalindung, Kabupaten Sukabumi, telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM dan masyarakat setempat. Selama proses pendampingan, berbagai kendala dan tantangan telah dihadapi dan diatasi dengan kerjasama tim pengabdian dan partisipasi aktif UMKM. Berikut adalah beberapa kesimpulan dari laporan kegiatan pengabdian ini:

- 1) Meningkatnya Identitas Merek dan Citra Produk UMKM: Melalui pendampingan logo dan label produk, UMKM di Desa Cijangkar berhasil meningkatkan identitas merek dan citra produk mereka. Desain logo yang menarik dan profesional serta label yang informatif telah membantu UMKM membedakan diri dari pesaing, memberikan identitas merek yang kuat, dan meningkatkan daya tarik produk di pasar.
- 2) Peningkatan Kesadaran Masyarakat tentang Produk Lokal: Kegiatan pengabdian telah memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk lokal yang dihasilkan oleh UMKM di Desa Cijangkar, Kec. Nyalindung, Kab. Sukabumi. Logo dan label produk yang mencerminkan kearifan lokal dan keunikan produk telah mendapatkan respon positif dari masyarakat, yang berarti untuk mendukung perekonomian lokal dan mempromosikan produk-produk lokal.
- 3) Dukungan bagi Pengembangan Ekonomi Lokal: Kegiatan pengabdian ini telah memberikan dukungan nyata bagi pengembangan ekonomi lokal di Desa Cijangkar. Dengan meningkatnya penjualan dan daya saing produk UMKM, kontribusi ini berdampak pada pertumbuhan sektor UMKM dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.

Sebagai kesimpulan, pendampingan logo dan label produk UMKM di Desa Cijangkar telah membawa manfaat nyata bagi pengembangan usaha kecil dan menengah, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal, serta memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, I., & Sholihin, M. R. (2020). Determinant Of Consumer Repurchase Interest At Kober Mie Setan Jember. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 4(2), 70-78.
- Aristio, A., Wijaya, A., Laudry, D., Tjiputra, G. A., Kristopher, I., Widjanarko, K., ... & Marchalina, L (2019). Pendampingan Usaha Kecil dan Menengah Donat Kentang dalam Peningkatan Efisiensi, Produktivitas, dan Pendapatan.. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*. 1(2)

- Karyaningsih, D., Fachriah, E, S, E., Felycia (2022) Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Slow Food Menggunakan Sosial Media Facebook. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*. 4 (1)
- Miliana, N., Sholihin, M. R. S., & Nurhuda, J. (2018). Pemanfaatan Website Dan Marketplace Terpadu Untuk Meningkatkan Potensi Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten Lumajang. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1).
- Rachmawati, D., Ramadhani, N., & Komarullah, T. A. (2021). Sosialisasi Peranan Digital Marketing Bagi UMKM Di Desa Ujung Genteng. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(29), 89-104.
- Sari, C. D. M., & Setiyana, R. (2020). Sosialisasi digital marketing pada usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Darma Bakti Teuku Umar*, 2(1), 63-73.
- Sholihin, M. R., Rizki, V. L., & Al Maidah, F. (2022). Increasing Quality of Crackers Productivity as a Food Commodity in Jember Regency. *Empowerment Society*, 5(1), 1-9.
- Sholihin, M. R. (2019). Pendampingan Pengembangan UMKM dan Sosialisasi Nabung Saham Di Desa Pandansari Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. *Empowerment Society*, 2(1), 43-48.
- Sholihin, M. R. (2019). Strategi Pemasaran Oleh Pengusaha Perempuan di Kabupaten Jember. *ASSET: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan dan Pajak*, 3(1), 13-23.
- Suherdi, D., Hamdani, R., Rezky, S. F., Sari, K., & Syahputri, A. (2022). Peningkatan Branding Pada UKM Donat Kentang Bunda Dilla. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 1(02), 111-116.