

**DESAIN BRANDING LOGO, MENU, SPANDUK, BANNER
UMKM DI KANTIN UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA**

Muhamad Lutfi Ramadhan¹, Panji Wijonarko, S.Kom., M.Kom.² Shelly Marchella³,
Zahra Nasywa Zain⁴, Nabila Reva Zaliani⁵, Lia Aprilia⁶, Jonatan Devin⁷

Prodi Informatika Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta

Email: panji.wijonarko@uta45jakarta.ac.id

Artkel Info - : Received :

; Revised :

; Accepted:

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk merancang logo branding, menu, banner, dan spanduk untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Desain ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Desain logo menggunakan warna-warna cerah dan kontras untuk menarik perhatian dan menciptakan kesan modern dan profesional. Desain menu sederhana dan mudah dibaca, dengan layout dan tipografi yang jelas. Desain banner dan spanduk menarik dan informatif, menyoroti poin-poin penjualan unik produk UMKM. Proses desain menggunakan Canva dan Coreldraw sebagai alat desain, yang memungkinkan pembuatan materi desain dengan mudah dan cepat. Desain dievaluasi berdasarkan efektivitasnya dalam meningkatkan kesadaran merek, penjualan, dan kepuasan pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa desain efektif dalam mencapai tujuannya, dengan peningkatan kesadaran dan pengenalan merek, serta peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, kita juga menemukan bahwa desain yang baik dapat membantu meningkatkan citra UMKM di mata masyarakat. Oleh karena itu, desain yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kesuksesan UMKM. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu UMKM di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta untuk meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek, serta meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Desain Branding, UMKM, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Canva, Coreldraw.

Abstract

This study aims to design a logo, menu, banner, and billboard for Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) at the University of 17 August 1945 Jakarta. The design is expected to increase brand awareness and recognition among students and the general public. The logo design uses bright and contrasting colors to attract attention and create a modern and professional impression. The menu design is simple and easy to read, with a clear layout and typography. The banner and billboard designs are attractive and informative, highlighting the unique selling points of UMKM products. The design process uses Canva and CorelDraw as design tools, which enable the creation of design materials quickly and easily. The design is evaluated based on its effectiveness in increasing brand awareness, sales, and customer satisfaction. The results show that the design is effective in achieving its goals, with an increase in brand awareness and recognition, as well as an increase in sales and customer satisfaction. In this study, we also found that good design can help improve the image of UMKM in the eyes of the public. Therefore, effective design is crucial for the success of UMKM. Thus, this study can help UMKM at the University of 17 August 1945 Jakarta to increase brand awareness and recognition, as well as increase sales and customer satisfaction.

Keywords: Branding Design, UMKM, University of 17 August 1945 Jakarta, Canva, CorelDraw.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor perekonomian yang mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara (Vinatra, 2023 dkk). Salah satu misinya adalah memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk berkualitas, mengembangkan lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah (Irawan & Affan, 2020). Persaingan dalam dunia usaha semakin ketat dan beragam produk yang beredar di pasaran terutama bagi para pengusaha besar dan berpendapatan tinggi. Tentu saja hal ini bukan perkara mudah bagi para pemilik usaha kecil dan UMKM. Dalam dunia pemasaran, kesuksesan bisnis bukan hanya soal kualitas produk saja, tapi juga membangun hubungan berkelanjutan antara produsen dan konsumen (Rosyada, 2020 dkk). Poin penting yang perlu diwaspadai oleh para pelaku UMKM. Branding dan kemasan dapat mendorong konsumen untuk membeli (Masyarakat et al., 2023).

Dalam strategi pemasaran, branding memegang peranan penting sebagai alat untuk menciptakan citra positif di benak konsumen. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus menyadari bahwa mengembangkan branding produk merupakan salah satu kunci sukses agar produk UMKM bertahan lama di benak

masyarakat (Shofi et al., 2024). Untuk membuat daya tarik dalam media promosi, maka tim kami menyarankan kepada pemilik warung Gendy's Steak untuk menggunakan branding produk berupa logo, banner, dan daftar menu. Banner dan logo dibuat sesuai dengan ciri khas diharapkan mampu bersaing, bertahan lama, dan dikenal luas oleh masyarakat.

Warung Gendy's Steak adalah UMKM penjual masakan rumahan dan cemilan yang dijual di kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Produk yang dijual yaitu steak ayam, bakso malang, nasi ayam, seblak dan masakan lainnya. UMKM warung Gendy's Steak berdiri pada tahun 2022 yang masih pada tahap pengembangan usaha. Usaha ini milik perorangan yaitu milik Ibu Gendy sendiri yang terletak di kantin belakang Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Jl. Sunter Permai Raya, RT.11/RW.6, Sunter Agung, Kec. Tanjung Priok, DKI Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Jakarta Utara.

Adanya kegiatan project multimedia ini dengan logo, banner dan design menu, Maka dari itu, tim kami yaitu kelompok 5 ingin membuat Design pada Warung Gendy's Steak UMKM kantin universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.

2. METODE

2.1 Tempat dan waktu

Kegiatan Desain Branding UMKM, yang dilakukan dengan Memperkenalkan Hasil desain yang telah dibuat Seperti Logo, Banner, Spanduk dan Menunjukkan Desain Ini Kepada Mahasiswa, Karyawan Dosen, serta seluruh Unit Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta atau dikenal dengan (Showcase), Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2024 di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Showcase ini berlangsung dari pukul 11.30 WIB hingga 16.00 WIB.

2.2 Khalayak Sasaran

Sasaran utama Mengeneai Branding Desain UMKM ini bertujuan untuk mengembangkan desain branding bagi Warung Gendy's Steak, sebuah UMKM yang beroperasi di kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Fokus utama adalah pembuatan logo, banner, dan daftar menu yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik warung di kalangan mahasiswa, staf universitas, dan masyarakat luas. diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan keberhasilan UMKM ini di masa mendatang.

2.3 Metode Pemasaran

Warung Gendy's Steak menerapkan strategi pemasaran visual yang kuat. Dengan desain yang telah dirancang secara khusus, warung ini berusaha menyampaikan pesan promosi secara efektif. Elemen-elemen visual seperti logo, gambar produk, daftar menu lengkap dengan harga, dan informasi kontak

disajikan dengan menarik untuk memberikan gambaran yang jelas kepada calon pelanggan tentang apa yang ditawarkan oleh Warung Gendy's Steak.

2.4 Indikator Keberhasilan

Partisipasi anggota tim dalam kegiatan Desain Branding UMKM dapat diukur untuk mengetahui sejauh mana usaha ini meningkatkan kualitas penjualan. Proses dimulai dengan kesepakatan kerja sama dengan UMKM pada 26 April 2024, diikuti dengan diskusi tentang produk yang dijual dan tujuan branding. Selanjutnya, tim membuat logo UMKM yang kemudian dikonfirmasi kepada pemilik UMKM. Jika diperlukan, logo tersebut direvisi dan dikonfirmasi ulang setelah revisi. Pembuatan logo kedua juga dilakukan dan dikonfirmasi kepada pemilik UMKM. Setelah itu, tim membuat materi promosi seperti menu, banner, dan tanda pengenal, yang kemudian dikonfirmasi kepada pemilik UMKM sebelum proses pencetakan. Setelah materi promosi dicetak, dilakukan pemasangan materi tersebut. Terakhir, penilaian dari pemilik UMKM dan konsumen dilakukan untuk mengevaluasi hasil keseluruhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengembangan desain yang telah dilakukan, berikut adalah hasil desain branding logo, menu, spanduk, dan banner untuk UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta:



Gambar 1. Desain logo umkm

Logo UMKM Logo UMKM dirancang menggunakan software Corel Draw dengan menggunakan pen tool. Terdapat dua logo yang dirancang, yaitu logo untuk snack-snack atau makanan ringan dan logo untuk UMKM itu sendiri. Kedua logo sama-sama mengandung nama UMKM sebagai representasi identitas UMKM dan juga gambar dari salah satu menu utama di UMKM ini dengan tujuan sebagai representasi produk dan menggambarkan kepada pelanggan.



Gambar 2. Desain logo snack



Gambar 3. Desain Banner

Desain Identitas Visual Penggunaan warna dalam desain ini adalah warna biru tua, merah, oranye, dan putih. Filosofi penggunaan warna dari logo ini adalah Biru tua sebagai lambang memberi kesan jelas dan tegas Merah sebagai lambang kekuatan, dan gairah Oranye sebagai lambang energi Sedangkan penggunaan tipografi menggunakan beberapa jenis, mulai dari serif, san serif, dan juga script.



Gambar 4. Desain spanduk banner

Desain Materi Promosi Materi pemasaran yang digunakan pada UMKM ini adalah brosur, tanda pengenal, menu, dan qr code menu. Pembuatan materi promosi ini menggunakan Canva. Dalam materi promosi ini terdapat logo, produk yang dijualkan, harga produk, informasi kontak, dan lainnya.



Gambar 5. Desain Menu

Desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek UMKM di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Dengan menggunakan warna-warna yang cerah dan kontras, desain ini diharapkan dapat menarik perhatian dan meningkatkan minat pelanggan.

Penggunaan logo yang sama-sama mengandung nama UMKM dan gambar dari salah satu menu utama di UMKM ini diharapkan dapat memudahkan pelanggan untuk mengenali dan mengingat merek UMKM. Selain itu, penggunaan tipografi yang beragam juga diharapkan dapat menambahkan kesan yang lebih profesional dan modern (Pramono, 2018 dkk).

Materi promosi yang dirancang, seperti brosur, tanda pengenal, menu, dan qr code menu, diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan dan kesadaran merek UMKM. Dengan menggunakan Canva sebagai alat desain, materi promosi

ini dapat dibuat dengan mudah dan cepat, serta dapat diubah dan diperbarui dengan mudah jika diperlukan.

Dalam keseluruhan, desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek UMKM, serta meningkatkan penjualan dan keuntungan UMKM.

3.1 Kegiatan

Berikut dokumentasi kegiatan:



Gambar 1. Showcase dengan staf kampus



Gambar 2. Pengenalan desain branding dengan dosen



Gambar 3. Pengenalan desain dengan Kepala BAAK



Gambar 4. Showcase dengan Mahasiswa

3.2 Keberhasilan

Indikator keberhasilan dilihat berdasarkan hasil kegiatan desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dapat diukur dari beberapa aspek, yaitu:

1. Desain branding yang dirancang dapat meningkatkan kesadaran merek UMKM di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum.
2. Peningkatan Penjualan UMKM dengan promosi yang dilakukan dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM dengan mempromosikan produk-produk yang dijual.
3. Dengan meningkatnya penjualan, UMKM dapat meningkatkan keuntungan dan meningkatkan kemampuan untuk bersaing dengan bisnis lainnya.
4. Desain branding yang dirancang dapat membantu meningkatkan pengenalan merek UMKM dan membedakannya dari bisnis lainnya.
5. Desain branding yang dirancang dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mempromosikan produk-produk yang dijual dan memberikan informasi yang jelas tentang UMKM.

Dengan menggunakan indikator-indikator tersebut, dapat diukur keberhasilan desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dan dapat dilakukan dengan baik dan meningkatkan kesadaran dan pengenalan Desain dalam usaha dikantin khususnya untuk UMKM.

4. KESIMPULAN

Desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta telah dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek UMKM di kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Dengan menggunakan warna-warna yang cerah dan kontras, desain ini diharapkan dapat menarik perhatian dan meningkatkan minat pelanggan. Penggunaan logo yang sama-sama mengandung nama UMKM dan gambar dari salah satu menu utama di UMKM ini diharapkan dapat memudahkan pelanggan untuk mengenali dan mengingat merek UMKM. Selain itu, penggunaan tipografi yang beragam juga diharapkan dapat menambahkan kesan yang lebih profesional dan modern. Materi promosi yang dirancang, seperti brosur, tanda pengenal, menu, dan qr code menu, diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan dan kesadaran merek UMKM. Dengan menggunakan Canva sebagai alat desain, materi promosi ini dapat dibuat dengan mudah dan cepat, serta dapat diubah dan diperbarui dengan mudah jika diperlukan. Keberhasilan desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta dapat diukur dari beberapa aspek, yaitu meningkatnya kesadaran merek, peningkatan penjualan, peningkatan keuntungan, meningkatnya pengenalan merek, dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, desain branding logo, menu, spanduk, dan banner UMKM di Kantin Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran dan pengenalan merek UMKM, serta meningkatkan penjualan dan keuntungan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1), 32–36. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Masyarakat, J. P., Alfiansyah, R., Pamungkas, R. A., Rosmaningsih, D. E., Swadaya, U., & Jati, G. (2023). Musyawarah: Edukasi Pemasaran Produk Umkm Melalui Strategi Product Branding. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(0), 7. <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/musyawarah/>
- Shofi, N. L., Swasti, I. K., & Manajemen, J. (2024). *MARKETING STRATEGY FOR MSMEs IN SIRAH KENCONG THROUGH BANNER*. 3(1), 81–86.
- PRAMONO, ANTONIUS RADITYA. *KAJIAN BENTUK DAN MAKNA LABEL MAKANAN RINGAN DI KOTA SOLO*. Diss. FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN, 2018.
- Rosyada, Mohammad, and Anah Wigiawati. "Strategi survival UMKM Batik Tulis Pekalongan di tengah pandemi COVID-19 (studi kasus pada "Batik Pesisir" Pekalongan)." *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 4.2 (2020).
- Vinatra, Satriaji. "Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat." *Jurnal Akuntan Publik* 1.3 (2023): 01-08.