

Upaya Peningkatan Omset Hasil Produk PKK Kelurahan Kauman Melalui Pembuatan Logo

Attempt To Increase Turnover Results Of PKK Products In Kauman Village Through Logo Making

Ari Widian Agustina¹, Arief Bachtiar², Kiki Asmara³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : 20011010033@student.upnjatim.ac.id¹, ariefbachtiar@upnjatim.ac.id², kikiasmara.ep@upnjatim.ac.id³

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 15 Juni 2023

Accepted: 13 Juli 2023

Keywords: *Urban village, PKK, Turnover, Branding, Logo*

Abstract: Family Welfare Empowerment (PKK) is an organization that is oriented towards community empowerment, especially the welfare of housewives. PKK members in the Kauman Village consist of 19 people led by Mrs. Ratna. PKK has several activities including catering and trade. During its activities, the PKK sparked a new idea to make a product as a result of empowering the potential of its members, namely Es Cendol Suji with a weekly turnover of Rp 350.000,-. However, the product does not have a strong identity to be able to compete in the market. From this problem, the author took the initiative to help PKK by providing assistance regarding branding through making a logo as a business identity. The purpose of this activity is to give a new identity to the Es Cendol Suji product which is expected to increase PKK income turnover so as to create prosperity for all PKK members.

Abstrak

Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan organisasi yang berorientasi kepada pemberdayaan masyarakat terlebih pada kesejahteraan para ibu rumah tangga. Anggota PKK di Kelurahan Kauman terdiri dari 19 orang yang diketuai oleh Bu Ratna. PKK memiliki beberapa kegiatan diantaranya tata boga dan perdagangan. Disela kegiatannya PKK mencetuskan gagasan baru membuat produk hasil pemberdayaan potensi anggotanya, yaitu Es Cendol Suji dengan omset perminggunya sebanyak Rp 350.000,-. Namun hasil produk tidak memiliki identitas yang kuat untuk dapat bersaing dipasaran. Dari permasalahan inilah penulis berinisiatif membantu PKK dengan melakukan pendampingan mengenai *branding* melalui pembuatan logo sebagai identitas usaha. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan identitas baru pada produk Es Cendol Suji yang diharapkan dapat meningkatkan omset pendapatan PKK sehingga tercipta kesejahteraan bagi seluruh anggota PKK.

Kata kunci ; Kelurahan, PKK, Omset, *Branding*, Logo

PENDAHULUAN

Kelurahan Kauman adalah salah satu kelurahan yang berada di Kota Blitar. Kelurahan Kauman berada di pusat Kota Blitar yang berbatasan dengan Kelurahan Kepanjenlor, Kepanjenkidul, dan Kelurahan Bendo. Di Kelurahan Kauman terdapat beberapa organisasi masyarakat dimana salah satunya Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan organisasi gerakan pembangunan masyarakat yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan dan sebagai salah satu wadah guna peningkatan peran perempuan dalam pembangunan kesejahteraan keluarga¹. PKK pada Kelurahan Kauman beranggotakan 19 orang dengan Bu Ratna sebagai Ketua. PKK memiliki beberapa kegiatan seperti pelatihan tata boga, tata busana, perdagangan, perawatan anak, pertanian dan peternakan. Namun disela – sela kegiatan tersebut masih ada waktu luang yang akhirnya memunculkan gagasan baru dimana mereka membuat kegiatan yang bertujuan untuk pengembangan sumber daya manusia PKK itu sendiri. Gagasan ini muncul dari Bu Ratna sebagai Ketua PKK yang kemudian didiskusikan bersama anggota yang selanjutnya direalisasikan. Kegiatan tersebut yaitu membuat produk tradisional yang dikemas dengan kemasan modern yang kemudian diperjual belikan ke kalayak ramai. Produk ini adalah Es Cendol Suji dengan keunggulan dimana menggunakan bahan dasar alami yaitu daun suji sebagai bahan dasar pewarna dan perasa pada produk serta menggunakan bubuk *creamer* sebagai pengganti dari santan.

Permasalahan yang dihadapi ibu – ibu PKK dalam pemasaran adalah kurangnya pemahaman mengenai apa itu *branding* produk, seperti dalam penjualan produk tidak disertai dengan logo. Mereka menggap bahwa branding kurang begitu penting namun pada dasarnya *branding* merupakan hal umum yang dilakukan saat pemasarasan, *branding* berguna sebagai pembeda salah satu produk dengan produk lainnya². Peran utama *branding* pada suatu produk adalah dalam pembuatan logo sehingga dapat memberikan identitas pada produk dan meningkatkan omset penjualan.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis berupaya untuk membantu dalam pemasaran Produk Es Cendol Suji dari ibu PKK tersebut dengan membuat identitas atau tanda pengenal berupa logo. Dimana penulis membantu dalam bagaimana pembuatan desain logo menggunakan aplikasi Adobe Photoshop dan Canva. Dengan upaya ini diharapkan dapat

¹ Audra Jovani, "Belajar Dari Desa: Pkk Sebagai Organisasi Gerakan Perempuan," *Aristo* 4, no. 1 (2016): 146, <https://doi.org/10.24269/aristo.iv/1.2016.10>.

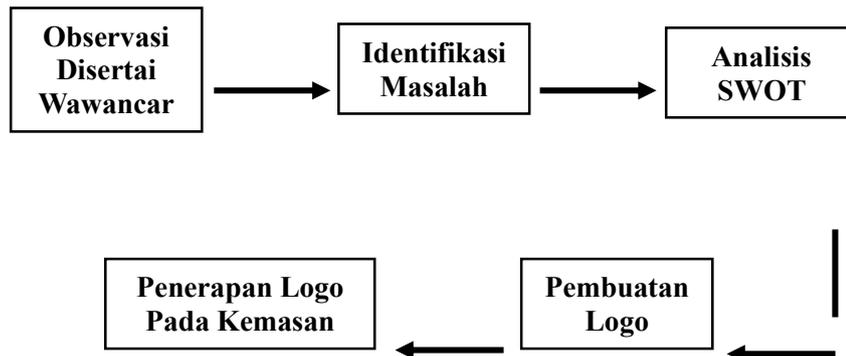
² Ascharisa Mettasatya Afrilia, "Personal Branding Remaja Di Era Digital," *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 20–30, <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>.

mengembangkan daya tarik tersendiri di mata konsumen sehingga dapat meningkatkan omset pada penjualan.

METODE

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui program kuliah kerja nyata yaitu sebagai berikut :

Diagram 1. Metode Penelitian



1. Observasi disertai Wawancara

Observasi adalah metode penelitian yang dilakukan secara langsung dengan turun ke lapangan objek observasi dimana metode ini digunakan untuk mengetahui kendala yang dihadapi. Sedangkan wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan informasi atau data.

2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah langkah awal suatu penelitian oleh peneliti. Identifikasi masalah dilakukan guna mengetahui permasalahan yang terjadi dan bagaimana pengambilan keputusan untuk mengatasi masalah yang ada.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisi perencanaan strategi dan arah yang digunakan sebagai dasar perencanaan konsep.

4. Pembuatan Logo

Logo adalah gambar yang berfungsi sebagai pengenalan atau identitas suatu produk yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk tersebut dan pembuatan logo harus dipersiapkan secara matang.

5. Penerapan Logo Pada Produk

Packing atau pengemasan adalah alat atau material yang berfungsi membungkus atau melindungi suatu produk untuk disimpan, dijual, dan digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Observasi disertai Wawancara

Disini penulis melakukan observasi serta wawancara kepada Bu Ratna selaku ketua dari PKK Kelurahan Kauman untuk mengetahui kondisi dan permasalahan apa yang dihadapi. Berdasarkan hasil observasi serta wawancara Produk Es Cendol Suji ini terbentuk pada tahun 2020 dilatar belakangi oleh kurangnya pengembangan potensi diri pada ibu – ibu PKK dan banyaknya waktu luang. Selanjutnya terbentuknya Produk Es Cendol Suji ini yang kemudian dipasarkan lewat aplikasi *whatsapp* dan *Instagram* saja. Dengan omset rata – rata perminggunya sebanyak 350.000. Dari sini ibu – ibu PKK berpikir bahwa ini merupakan peluang bagi mereka untuk melakukan mengembangkan usaha mereka.

2. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan observasi serta wawancara penulis melakukan identifikasi masalah berikut permasalahan yang diutarakan Bu Ratna selaku ketua PKK, diantaranya adalah ingin dibuatkannya “Logo” sebagai identitas atau tanda pengenal produk tersebut guna memperkuat persaingan pasar dengan cara ikut serta mengenalkan produk ini ke festival – festival makanan dan masuk ke pusat toko oleh – oleh.

3. Analisis SWOT

a. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan dari produk ini menggunakan bahan dasar alami yaitu daun suji sebagai pewarna dan perasa alami serta menggunakan bubuk creamer sebagai pengganti santan. Pada produk Es Cendol sudah menggunakan kemasan yang cukup modern dengan botol plastik transpara yang tutupnya tersegel.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan dari produk ini yaitu kemasan kurang menarik karena tidak ada logo sebagai identitas dari produk ini serta dalam segi penyimpanan sebaiknya berada ditempat yang dingin agar tidak merusak tekstur *creamy* dari produk ini.

c. *Opportunities* (peluang)

Peluang produk ini dalam segi pemasaran cukup luas dimana produk ini dapat dikonsumsi oleh anak – anak, remaja maupun dewasa.

d. Threats (ancaman)

Ancaman yang dialami adalah banyaknya produk yang serupa diperjual belikan dan produk ini masi kalah eksistensinya dengan produk – produk modern yang beredar karena Es Cendol Suji ini masi dianggap sebagai produk tradisional.

4. Pembuatan Logo

Logo adalah elemen yang berbentuk simbol yang digunakan sebagai identitas atau tanda pengenal suatu produk. Oleh karena itu dalam pembuatan logo harus direncanakan secara matang dengan tujuan identitas yang ditampilkan mampu mempresentasikan produk tersebut³. Kosnep pembuatan desain logo berdasar dari identifikasi masalah dan analisis SWOT. Elemen yang digunakan pada desain berkaitan dengan ciri khas dari produk, berikut logo desainnya :



Gambar 1.

Desain Logo Baru Produk UMKM Es Cendol

Adapun makna dari logo diatas ada beberapa arti :

1. Lambang daun suji, menggambarkan bahwa bahan dasar pembuatan cendol yang alami karena terbuat dari daun suji.
2. Warna hijau, menggambarkan kesejukan dan menunjukkan warna dari cendol.
3. Tulisan ‘CENDOL SUJI SUEGER’, menggambarkan jenis produk dan bahan yang digunakan produk sebagai pembeda dari produk pesaing lainnya.

³ Angela Oscario, “Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand,” *Humaniora* 4, no. 1 (2013): 191, <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>.

4. Tulisan “SUEGER”, istilah (*tagline*) dari pemilik produk es cendol itu sendiri yang menggambarkan kesegaran yang akan didapatkan ketika seseorang telah meminum produk es cendol ini.

Dan beberapa elemen tambahan yang memang seharusnya ada pada logo suatu produk seperti komposisi produk, logo halal, tempat produksi produk, media sosial produk dan bagaimana cara menggunakan produk.

5. Penerapan Logo Pada Kemasan

Perbandingan foto produk sebelum dan sesudah pendampingan.



Gambar 2.



Gambar 3.

Foto Produk Sebelum Pendampingan Foto Produk Setelah Pendampingan

Detail logo ketika sudah diterapkan pada kemasan produk



Gambar 4.

Tampak Depan



Gambar 5.

Tampak Samping



Gambar 6.

Tampak Samping

Berdasarkan perbandingan diatas terlihat bahwa setelah dilakukannya pendampingan mengenai pembuatan logo pada produk dapat dilihat bahwa Produk Es Cendol terlihat lebih menarik dan meyakinkan untuk dibeli. Dengan ini diharapkan menarik daya tarik konsumen sehingga dapat meningkatkan omset pada pemilik usaha itu sendiri dan dapat bersaing dengan produk lainnya.

Kendala Dan Solusi

a. Kendala

Kendala yang penulis hadapi selama melakukan pendampingan ini adalah mitra atau pelaku UMKM yang penulis dampingi masih awam perihal *branding* dari suatu produk dan masi belum paham bagaimana menciptakan *branding* dari produk mereka sendiri.

b. Solusi

Solusi yang penulis ambil adalah melakukan pendampingan secara konsisten dan intens pada pelaku UMKM Es Cendol mengenai apa itu *branding* produk serta melakukan pendampingan dalam pembuatan logo produk dari proses editing hingga cetak logo produk serta pelaku mendapat wawasan baru bagi pelaku usaha UMKM.

KESIMPULAN

Dalam membangun branding atau citra suatu produk yang dimiliki oleh pelaku usaha terdapat elemen penting dan wajib dimiliki oleh para pelaku usaha, elemen tersebut ialah Logo. Mem-*branding* produk dengan memberikan logo sebagai identitas produk dapat memberikan citra khusus bagi suatu produk. Sehingga dalam perancangan suatu logo harus dilakukan secara matang karena logo sangat berpengaruh pada citra suatu produk. Sedangkan pada produk Es Cendol Suji ini masih krisis identitas karena tidak memiliki logo atau tanda pengenal bahwa produk ini berbeda dengan produk pesaing lainnya. Dari permasalahan ini penulis berupaya membantu dalam pemecahan masalahnya dengan cara membantu dalam pembuatan logo pada Produk Es Cendol Suji dengan tujuan untuk peningkatan omset serta perluasan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, Ascharisa Mettasatya. "Personal Branding Remaja Di Era Digital." *Mediator: Jurnal Komunikasi* 11, no. 1 (2018): 20–30. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3626>.
- Jovani, Audra. "Belajar Dari Desa: Pkk Sebagai Organisasi Gerakan Perempuan." *Aristo* 4, no. 1 (2016): 146. <https://doi.org/10.24269/aristo.iv/1.2016.10>.
- Oscario, Angela. "Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand." *Humaniora* 4, no. 1 (2013): 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>.