

## Peningkatan Daya Tarik Citra Produk Dengan Mengembangkan Brand Identity Pada UMKM Kelanting Delima

Ary Meizary (1, a), Nisar(2, b)

(1)Manajemen, (2)Teknik Informatika, Institut Informatika dan Bisnis  
Darmajaya, Bandar Lampung, 35142, Indonesia  
Email : (a)arymeizary@darmajaya.ac.id, (b)nisar@darmajaya.ac.id

### ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun banyak dari mereka menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing di pasar. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah pengembangan brand identity untuk memperkuat citra produk dan menarik perhatian konsumen. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Kelanting Delima dalam meningkatkan daya tarik citra produknya melalui pengembangan brand identity yang efektif dan sesuai dengan karakteristik produk serta target pasarnya. Melalui serangkaian kegiatan seperti analisis pasar, perancangan elemen visual (logo, warna, dan kemasan), serta penyusunan strategi komunikasi, diharapkan UMKM Kelanting Delima dapat membangun identitas merek yang kuat dan membedakan produknya dari pesaing. Program ini juga melibatkan pelatihan bagi pelaku UMKM dalam memahami pentingnya brand identity dan cara mengelolanya secara berkelanjutan. Hasil dari pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran merek, menarik minat konsumen baru, dan meningkatkan penjualan produk Kelanting Delima di pasar lokal maupun online.

**Kata kunci:** brand identity, UMKM, pasar lokal

### ABSTRACT

*MSMEs have an important role in the Indonesian economy, but many of them face challenges in increasing their competitiveness in the market. One solution that can be implemented is developing a brand identity to strengthen the product image and attract consumer attention. This community service activity aims to help Kelanting Delima MSMEs increase the attractiveness of their product image through developing an effective brand identity that is in accordance with the product characteristics and target market. Through a series of activities such as market analysis, designing visual elements (logo, colors and packaging), as well as preparing a communication strategy, it is hoped that Kelanting Delima MSMEs can build a strong brand identity and differentiate their products from competitors. This program also involves training for MSME players in understanding the importance of brand identity and how to manage it sustainably. The results of this service are expected to be able to increase brand awareness, attract the interest of new consumers, and increase sales of Kelanting Delima products in local and online markets.*

**Keywords:** brand identity, MSMEs, local market

Submit:  
14.10.2024

Revised:  
21.10.2024

Accepted:  
22.10.2024

Available online:  
24.10.2024

## PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Amnah dkk, 2021). Di tengah persaingan yang semakin ketat, UMKM harus mampu meningkatkan daya saing produk mereka agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui pengembangan brand identity. Brand identity mencakup semua elemen yang membentuk citra suatu produk di mata konsumen, termasuk nama, logo, desain kemasan, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh produk tersebut. Pengembangan brand identity yang kuat dan konsisten dapat membantu UMKM untuk menarik perhatian konsumen, membangun loyalitas, dan menciptakan persepsi positif terhadap produk yang ditawarkan (Halimah dkk, 2023).

Kelanting Delima merupakan UMKM yang berada di kelurahan Mulyojati kota metro, kec. Metro barat lampung, bergerak pada bidang pengolahan makanan ringan kelanting singkong. UMKM ini di pimpin oleh Ibu ruslinda, menyediakan olahan kelanting singkong matang dengan variasi rasa yang original. UMKM Kelanting Delima merupakan salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang makanan ringan, namun masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan pengenalan produk di pasar, belum mempunyai brand identity atau logo sebagai identitas visual produk UMKM Kelanting delima. Dengan adanya identitas visual tersebut produk yang di jual memiliki citra dan daya tarik untuk di kenal oleh masyarakat luas (Halimah dkk, 2023). Meskipun memiliki produk yang berkualitas, citra dan daya tarik produk Kelanting Delima masih belum optimal. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan daya tarik citra produk melalui pengembangan brand identity yang efektif. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pengelola UMKM Kelanting Delima dalam mengembangkan brand identity yang dapat meningkatkan daya tarik produk mereka. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha mampu memahami pentingnya branding, mengidentifikasi elemen-elemen yang membentuk brand identity, serta menerapkannya dalam strategi pemasaran. Dengan demikian, diharapkan UMKM Kelanting Delima dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat pada UMKM Kelanting Delima akan dilaksanakan melalui serangkaian tahapan sistematis sebagai berikut:

### 1. Tahap Persiapan

- a. Melakukan survei awal untuk memahami kondisi saat ini dari UMKM Kelanting Delima, termasuk produk yang ditawarkan, target pasar, dan tantangan dalam branding. Hasil survei ini akan menjadi dasar untuk merancang materi pelatihan yang sesuai.
- b. Merancang modul pelatihan yang mencakup konsep dasar brand identity, elemen-elemen yang membentuk brand, dan strategi pemasaran yang efektif. Rencana pelatihan juga akan mencakup waktu dan tempat pelaksanaan, serta peserta yang diundang.

### 2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Mengadakan sesi sosialisasi untuk memperkenalkan konsep brand identity kepada peserta. Dalam sesi ini, peserta akan diberikan pemahaman tentang pentingnya brand identity dalam meningkatkan daya tarik produk.
- b. Mengadakan workshop yang bersifat interaktif, di mana peserta akan dilatih untuk mengidentifikasi dan merancang elemen-elemen brand identity untuk produk Kelanting Delima. Kegiatan ini mencakup Pembuatan logo dan desain kemasan yang menarik, Penentuan nilai dan pesan yang ingin disampaikan oleh produk.
- c. Peserta akan diajak untuk langsung menerapkan hasil workshop dalam membuat prototipe logo, kemasan, dan materi pemasaran. Pendampingan dari tim pengabdian akan diberikan selama proses ini untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan konsep yang telah dipelajari.

### 3. Tahap Evaluasi dan Monitoring

- a. Mengadakan sesi evaluasi untuk menilai pemahaman peserta mengenai brand identity dan seberapa jauh mereka mampu mengembangkan citra produk mereka. Evaluasi dapat dilakukan melalui kuisioner atau diskusi kelompok.

- b. Setelah pelatihan, tim pengabdian akan melakukan monitoring secara berkala untuk menilai perkembangan penerapan brand identity di UMKM Kelanting Delima. Monitoring ini dapat dilakukan melalui kunjungan langsung atau komunikasi jarak jauh.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul Peningkatan Daya Tarik Citra Produk dengan Mengembangkan Brand Identity pada UMKM Kelanting Delima telah berhasil dilaksanakan dengan beberapa hasil signifikan yang menunjukkan perubahan positif. Berikut adalah hasil yang diperoleh dan pembahasan terkait: Setelah pelatihan, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai konsep brand identity. Selama workshop, peserta dilatih untuk merancang elemen-elemen brand seperti logo, kemasan, dan slogan. Hasilnya, peserta berhasil menciptakan beberapa desain prototipe yang menarik dan sesuai dengan karakter produk Kelanting Delima. Desain kemasan yang baru mencerminkan kualitas produk dan menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

Setelah pelatihan peserta melaporkan bahwa mereka mulai menggunakan elemen brand baru dalam promosi produk, baik di media sosial maupun dalam penjualan langsung. Hal ini menunjukkan perubahan nyata dalam cara peserta memasarkan produk mereka. Meskipun pengukuran dampak jangka panjang pada penjualan memerlukan waktu lebih lama, beberapa peserta melaporkan peningkatan minat konsumen terhadap produk mereka setelah menerapkan brand identity yang baru. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan brand identity yang efektif dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan brand identity merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik citra produk pada UMKM Kelanting Delima. Peningkatan pemahaman peserta tentang brand identity menjadi langkah awal yang penting untuk membangun citra yang kuat di mata konsumen (Setiawati, S, dkk 2019). Beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Kelanting Delima di Kelurahan Mulyojati, Kec. Metro Barat sebagai berikut:

1. Survey dan kunjungan ke UMKM Kelanting Delima sekaligus melihat proses pembuatan Kelanting singkong.



**Gambar 1 Proses Pembuatan Kelanting**

2. Membantu merancang pembuatan desain logo untuk UMKM Kelanting Delima, yang hasilnya digunakan sebagai identitas, pembeda dengan kompetitor, dan mewakili dari citra UMKM Kelanting Delima. Agar mudah dikenali oleh konsumen dan dapat menimbulkan royalitas konsumen terhadap produk.



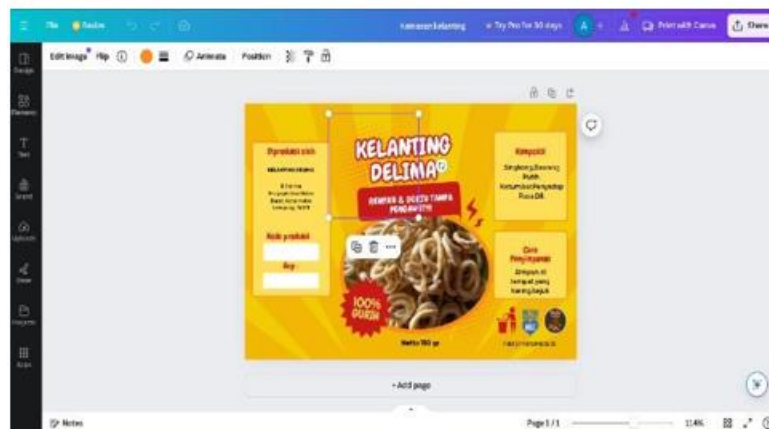
### Gambar 2 Proses Pembuatan Logo

- Finalisasi perancangan identitas usaha logo Dan pengaplikasian logo untuk UMKM Kelanting Delima kepada pemilik Usaha.



### Gambar 3 Finalisasi Logo Terpilih

- Membantu merancang pembuatan desain label kemasan agar produk terlihat lebih menarik dan dapat bersaing dengan kompetitor, di dalam label berisikan informasi mengenai produk seperti, foto produk, dan tanggal kadaluarsa.



### Gambar 4 Proses Desain Label

- Finalisasi perancangan label kemasan untuk UMKM Kelanting Delima kepada pemilik usaha



### Gambar 5 Finalisasi Label

6. Pengaplikasian desain label pada kemasan produk Kelanting Delima



### Gambar 6 Pengaplikasian Label pada Kemasan

7. Membantu merancang pembuatan desain banner yang nantinya dipasang pada bagian depan rumah produksi, sebagai media promosi offline dari produk Kelanting Delima.



### Gambar 7 Banner UMKM Kelanting Delima

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Kelanting Delima telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui pelatihan ini, peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya brand identity dalam pemasaran produk. Peningkatan kesadaran ini terbukti dengan meningkatnya persentase peserta yang menyadari konsep brand identity dari 40% menjadi 90% setelah pelatihan. Pengembangan elemen-elemen brand, seperti logo, kemasan, dan slogan, berhasil dilakukan oleh peserta, menghasilkan desain yang menarik dan relevan dengan produk Kelanting Delima. Peserta mulai menerapkan brand identity yang baru dalam strategi pemasaran mereka, baik di media sosial maupun dalam penjualan langsung. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan brand identity yang efektif dapat meningkatkan daya tarik citra produk UMKM diharapkan dapat menambah value, meningkatkan penjualan untuk produk kelanting delima, mempermudah produk dikenal oleh khalayak umum dan mempermudah untuk melakukan pemasaran. Diharapkan, dukungan berkelanjutan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat akan membantu UMKM Kelanting Delima dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka di masa depan.

## Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada segenap masyarakat Kelurahan Mulyojati, Kec. Metro Barat khususnya UMKM Kelanting Delima yang telah memberikan dukungan dan bantuannya dalam pengabdian ini. Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada tim yang telah terlibat dalam kegiatan dan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada tim pengabdian ini.

## REFERENSI

- Amnah, A., Nursiyanto, N., & Wasilah, W. (2021). Pelatihan Pembuatan Gantungan Pot Bunga Bagi Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Didesa Karanganyar Lampung Selatan. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1).
- Amnah, A., & Meizary, A. (2023). Pengembangan Website Desa dalam Peningkatan Informasi dan Data Penduduk Di Era Digital Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 91-96.
- Ayutiani, D. N., Primadani, B., & Putri, S. (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, No. 3(1): 39–59.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *sJurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, No. 9(1): 140–157.
- Jaya, I., & Nisar, N. (2023). Inovasi Pemasaran Umkm Tahu Di Desa Kalirejo Lampung Tengah Menggunakan E-Commerce. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(8), 5943-5948.
- Khaidarmansyah, K., & Firdayanti, A. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Penjualan Umkm Chio Snack Keripik Lumer Di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 128-133.
- Khaidarmansyah, K., Nisar, N., Wasilah, W., & Halimah, H. (2023). Peningkatan Kualitas Usaha Di Desa Cilimus Melalui Sosialisasi Dan Pendampingan Dalam Pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) Melalui Online Single Submission (Oss). *J-Abdi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 69-76.
- Meizary, A., & Magdalena, B. (2023). Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Umkm Dapoer Ibu Hayra. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 85-92.
- Setiawati, S. D., Fitriawati, D., Retnasary, M., & Yelifa, I. R. (2019). Pesan Pemasaran Senjata untuk Membangun Digital Branding. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, No. 4(7): 131–151.
- Tabroni, & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Branding keputusan Konsumen. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, No. 4(1): 49–57. <https://doi.org/10.30587/Jre.V4i1.2217>

- Yunus, H., Saleh, S., & Swissia, P. (2019). Pengembangan Dan Pelatihan E-Commerce Hasil Kerajinan Napi Perempuan Lapas Way Hui Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35-42.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Branding Pada UMKM Tempe Mbah Mul Di Desa Purwotani. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(8), 5949-5956.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Desa Cilimus Kecamatan Teluk Pandan Melalui Pengembangan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(1), 73-80.
- Putra, D., Swissia, P., Irawati, A., & Pulungan, M. S. (2023, August). Pemanfaatan Pisang Sebagai Olahan Donat Di Pekon Karta Kecamatan Kota Agung Timur Kabupaten Tanggamus. In *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya (Vol. 1, Pp. 32-36)*.
- Swissia, P., & Halimah, H. (2023). Pengaruh Aplikasi Stroberi Kasir Terhadap Efisiensi Keuangan Pada Umkm Kripik Pisang Lumer Chio Snack Di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 122-127.