

Optimalisasi Identitas Visual Umkm Kerupuk Tahu Bagus Hasby Melalui Desain Logo Dan Kemasan Produk

Betty Magdalena^(1,a), Riyadini Riyan Utama^{(1,b)*}, Viola De Yusa^(1,c)

^(1a)Manajemen, ^(1b)Sistem Informasi, ^(1c)Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, 35142, Indonesia

Email :^(a)bettymagdalenadarmajaya.ac.id, ^(b)riyadini@darmajaya.ac.id,
^(c)violadeyusadarmajaya.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan identitas visual UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby melalui perancangan logo dan desain kemasan yang lebih menarik, fungsional, serta sesuai standar pemasaran modern. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah belum adanya identitas visual yang konsisten sehingga produk sulit dibedakan dari kompetitor dan kurang memiliki daya tarik di pasar. Metode pelaksanaan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pemilik UMKM, analisis kebutuhan desain, serta proses perancangan logo dan kemasan menggunakan prinsip desain grafis yang tepat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa desain logo baru memberikan citra yang lebih profesional dan mudah dikenali, sementara kemasan yang dirancang mampu meningkatkan nilai estetika, informasi produk, dan daya jual. Implementasi identitas visual ini juga membantu mitra dalam memperkuat branding serta memperluas pemasaran produk. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berkontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas visual dan daya saing UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.

Kata kunci: Identitas visual, UMKM, desain logo, desain kemasan, branding

ABSTRACT

This community service program aims to optimize the visual identity of the Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) Kerupuk Tahu Bagus Hasby through the development of a more attractive and functional logo and product packaging design. The main issue faced by the partner is the absence of a consistent visual identity, which makes the product difficult to distinguish from competitors and reduces its market appeal. The implementation methods include field observation, interviews with the business owner, design needs analysis, and the creation of logo and packaging concepts based on appropriate graphic design principles. The results show that the new logo provides a more professional and recognizable brand image, while the redesigned packaging enhances aesthetic value, product information clarity, and overall marketability. The application of this visual identity also helps the partner strengthen branding efforts and expand product promotion. Thus, this community service activity contributes significantly to improving the visual quality and competitiveness of Kerupuk Tahu Bagus Hasby.

Keywords: Visual identity, MSME, logo design, packaging design, branding

Submit: 30.11.2025	Revised: 01.12.2025	Accepted: 09.12.2025	Available online: 09.12.2025
-----------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

PENDAHULUAN

Desa Buah Berak merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Secara administratif, desa ini terbentuk sekitar tahun 1952. Asal-usul nama “Buah Berak” memiliki cerita yang unik dan khas secara lokal. Pada awalnya, nama desa ini adalah “Buah Bekhak”. Namun, karena kata “Bekhak” tidak tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ejaannya kemudian diubah menjadi “Berak”.

UMKM merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia karena berperan besar dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan ekonomi lokal. Namun, banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing produk, terutama terkait aspek branding dan identitas visual. Salah satu permasalahan umum yang ditemukan adalah kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam merancang logo serta kemasan produk yang menarik dan komunikatif. Identitas visual yang lemah menyebabkan produk sulit dikenal, kurang menonjol di pasar, serta tidak mampu membangun citra yang profesional di mata konsumen.

Salah satu UMKM lokal yang cukup berkembang di Desa Buah Berak adalah Kerupuk Tahu Bagus Hasby. Meskipun memiliki cita rasa yang khas dan sudah dikenal di kalangan masyarakat sekitar, namun dari segi identitas visual seperti logo dan kemasan produk belum memiliki tampilan yang menarik dan profesional. Logo yang digunakan sebelumnya tidak mampu mencerminkan karakter produk, sedangkan kemasan produk masih sederhana dan belum memenuhi standar pemasaran modern. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya tarik produk serta terbatasnya jangkauan pemasaran. Padahal, menurut Kotler & Keller (2016), kemasan adalah “silent salesman” yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Desain kemasan dan logo yang baik dapat memperkuat citra merek, membangun kepercayaan, dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Dwi Kartini (2018) yang menyatakan bahwa “visual branding merupakan elemen penting dalam menciptakan diferensiasi dan positioning produk di tengah persaingan yang ketat”.

UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby yang di ketuai oleh Bapak Tubagus Habibi berada di Dusun 3 Desa Buah Berak, usahanya baru saja dijalankan kurang lebih selama 5 tahun, UMKM ini merupakan UMKM Rumahan dan UMKM ini hanya mensuplai toko dan pedagang eceran. Oleh karena itu, kami membantu pendampingan UMKM dalam bentuk pembaharuan logo dan kemasan, pembuatan akun sosial media berupa instagram serta pembuatan marketplace facebook., pendampingan ini diharapkan dapat membantu mengoptimalkan penjualan produk. Upaya ini tidak hanya bertujuan memperbaiki tampilan produk, tetapi juga meningkatkan brand awareness, kepercayaan konsumen, serta nilai jual produk di pasaran. Dengan identitas visual yang kuat, UMKM diharapkan mampu bersaing lebih baik dan memperluas akses pemasarannya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan untuk menghasilkan identitas visual UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby yang optimal. Metode yang digunakan meliputi:

1. Observasi Lapangan

Tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke lokasi UMKM untuk mengetahui kondisi usaha, alur produksi, karakteristik produk, serta permasalahan visual yang dihadapi. Observasi ini menjadi dasar dalam memahami kebutuhan desain yang relevan. Observasi lapangan dilakukan selama 1 minggu.

2. Wawancara dan Diskusi dengan Pemilik UMKM

Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai visi usaha, target pasar, keunikan produk, preferensi visual, serta harapan pemilik terkait identitas merek, wawancara tersebut dilakukan kurang lebih 2 minggu. Diskusi ini membantu memastikan desain yang dikembangkan sesuai kebutuhan dan karakter UMKM.

3. Analisis Kebutuhan Desain

Data hasil observasi dan wawancara dianalisis untuk menentukan elemen identitas visual yang perlu diperbaiki, seperti gaya desain, warna, tipografi, dan struktur informasi pada kemasan. Analisis juga mencakup evaluasi logo dan kemasan sebelumnya (jika ada) dilakukan kurang lebih 2 minggu.

4. Perancangan Logo

Tim merancang beberapa alternatif logo berdasarkan prinsip desain grafis, yaitu kesederhanaan, relevansi, fleksibilitas, dan keterbacaan. Setiap konsep dievaluasi melalui diskusi bersama mitra hingga diperoleh desain final yang paling sesuai.

5. Perancangan Kemasan Produk

Desain kemasan dikembangkan dengan mempertimbangkan identitas visual baru, kebutuhan informasi produk, fungsi kemasan, serta preferensi konsumen. Proses ini mencakup penyusunan layout, pemilihan warna, ilustrasi, tipografi, serta simulasi tampilan kemasan.

6. Review dan Revisi Desain Bersama Mitra

Desain logo dan kemasan yang telah dibuat dipresentasikan kepada pemilik UMKM untuk memperoleh umpan balik. Revisi dilakukan sesuai masukan mitra agar hasil akhir benar-benar memenuhi kebutuhan.

7. Finalisasi dan Penyerahan Desain

Desain logo dan kemasan yang telah disetujui kemudian difinalkan dalam berbagai format digital agar siap digunakan pada media promosi dan produksi kemasan. Paket file desain diserahkan kepada mitra bersama panduan penggunaan identitas visual.

8. Pendampingan Implementasi

Tim memberikan pendampingan teknis terkait penerapan logo dan komponen identitas visual pada kemasan, media promosi, serta kebutuhan branding lainnya agar mitra dapat menggunakan desain secara konsisten dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses perancangan logo dimulai dengan menggali preferensi pemilik usaha dan menganalisis karakter produk yang ingin ditonjolkan. Beberapa alternatif desain kemudian dibuat dengan mempertimbangkan prinsip dasar desain grafis seperti kesederhanaan, keterbacaan, dan relevansi visual. Hasil diskusi dengan mitra menghasilkan satu desain logo final yang dinilai paling sesuai, yaitu logo yang menampilkan elemen visual kerupuk tahu dengan tipografi modern. Logo baru tersebut memberikan kesan lebih profesional, mudah diingat, dan fleksibel untuk diaplikasikan pada berbagai kebutuhan branding, baik pada kemasan maupun media promosi lainnya.

Desain kemasan kemudian disusun berdasarkan identitas visual baru yang telah disepakati. Kemasan dirancang lebih menarik dengan komposisi warna yang serasi, tata letak informasi yang rapi, serta penambahan elemen-informasi penting seperti komposisi bahan, izin produksi, manfaat produk, dan kontak UMKM. Terdapat perbedaan signifikan antara kemasan lama dan kemasan baru, di mana kemasan baru memberikan kesan yang lebih modern dan memiliki nilai estetika yang lebih tinggi. Setelah melalui beberapa tahap review dan revisi berdasarkan masukan dari mitra, desain kemasan final diselesaikan dan diserahkan dalam format siap cetak.

Hasil dan Dokumentasi

1. Proses Pembuatan Logo

Proses pembuatan logo dimulai dari sketsa desain, kemudian proses digitalisasi penggabungan elemen menggunakan aplikasi canva pada gambar 1.

2. Proses Pembuatan Desain Kemasan

Proses pembuatan desain kemasan menggunakan aplikasi canva pada gambar 2.

3. Penyerahan Hasil Logo

Final Logo yang diserahkan kepada Bapak Tubagus Habibi selaku owner UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.

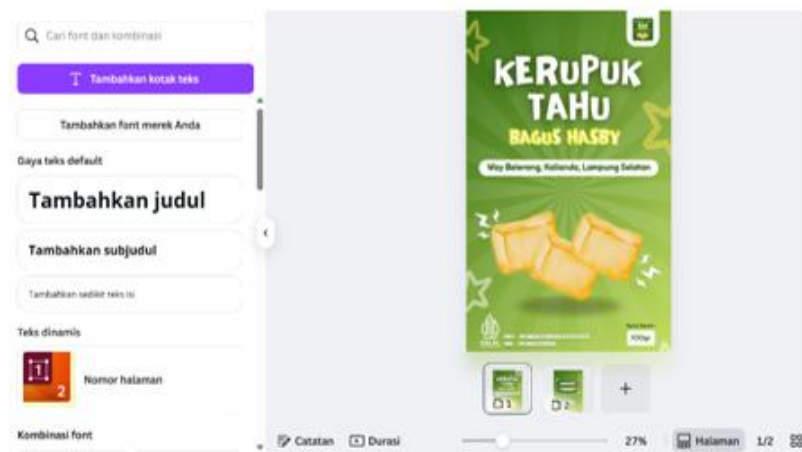
4. Tampilan kemasan yang lama dan terbaru

5. Penyerahan Hasil Desain Kemasan

Penyerahan hasil desain kemasan dan kemasan yang sudah dicetak kepada Bapak Tubagus Habibi selaku owner UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby.



Gambar 1 Sketsa desain dan Proses Digitalisasi



Gambar 2 Digitalisasi Desain Kemasan



Gambar 3 Penyerahan Logo Kepada Pemilik UMKM



Gambar 4 Desain Kemasan Lama



Gambar 5 Desain Kemasan Baru



Gambar 6 Penyerahan desain kemasan kepada pemilik UMKM

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan identitas visual UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby melalui perancangan logo dan desain kemasan yang lebih profesional dan atraktif. Permasalahan awal berupa logo yang kurang representatif dan kemasan yang sederhana dapat diatasi melalui proses observasi, analisis kebutuhan, perancangan desain, serta pendampingan implementasi. Logo baru yang dihasilkan mampu mencerminkan karakter produk dan memperkuat citra usaha, sedangkan desain kemasan yang lebih informatif dan menarik terbukti meningkatkan daya tarik visual serta nilai jual produk.

Hasil implementasi menunjukkan bahwa identitas visual baru membantu UMKM dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendukung peningkatan daya saing di pasar. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan solusi desain, tetapi juga meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya branding dalam pengembangan usaha. Keberlanjutan penggunaan identitas visual yang konsisten diharapkan dapat terus mendorong pertumbuhan dan keberhasilan UMKM Kerupuk Tahu Bagus Hasby di masa mendatang.

Ucapan Terimakasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Kepala Desa Berak Kalianda Lampung Selatan, Bapak Umar Sopriandi, beserta seluruh perangkat desa atas dukungan penuh selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Berak Lampung Selatan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada masyarakat Desa Berak atas partisipasi dan keterbukaannya dalam setiap tahapan kegiatan. Apresiasi yang tinggi diberikan kepada para mahasiswa yang telah berkontribusi aktif pengabdian masyarakat ini serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan pengabdian ini. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh anggota tim atas kerja sama, semangat, dan motivasi yang terus menguatkan pelaksanaan kegiatan ini.

REFERENSI

- 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.
- Halimah, & Anggi, A. (2019). Pengembangan Sistem Informasi Penelitian Dan Pengabdian Dosen Pada Jurusan Di Ibi Darmajaya Berbasis Web. *Teknika: Jurnal Ilmiah Bidang Rekayasa*, 13(1), 11–17.
- Herika, H., Nurhikmah, N., Hanizah, N., Elena, E., Handayani, M., Arwis, A., ... & Umar, U. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Peningkatan Ekonomi Kreatif Di Desa Harapan Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 4(1), 1-6.
- Marpaung, N. L., Sari, D. N. I., Hutabarat, S., Ervianto, E., Amri, R., & Nurhalim, N. (2025). Perancangan Website Sekolah sebagai Media Informasi: Studi Kasus SDN 168 Pekanbaru. *Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (PADIMAS)*, 4(2), 68–77. <https://doi.org/10.35957/padimas.v4i2.9539>
- Pengabdian, P., & Dan, M. (2023). Optimalisasi digital smart solution.
- Priyatno, A. M., Firmananda, F. I., Ramadhan, W. F., Winario, M., Jati, P. Z., & Tanjung, L. S. (2023). Pendampingan Pembuatan Website Desa Gunung Malelo untuk Mempermudah Penyebaran Informasi Desa. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi Masyarakat*, 1(2), 75–80. <https://doi.org/10.31004/dedikasi.v1i2.20>
- Purwati, N., Halimah, H., & Rahardi, A. (2018). Perancangan Website Program Studi Sistem Informasi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. *SIMADA (Jurnal Sistem Informasi & Manajemen Basis Data)*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.30873/simada.v1i1.1116>

- Rahim, A. R., S, S., PL, T., & Agus P, R. (2019). Pembuatan Web Desa Karanggeneng Sebagai Sarana Informasi Desa Dan Promosi Desa. *DedikasiMU(Journal of Community Service)*, 1(1), 35. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v1i1.1092>
- Swissia, P., H, H., & Marshella, O. (2025). Peningkatan Literasi Digital dan Manajemen Keuangan untuk UMKM di Desa Trimulyo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 4(1), 85–91. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v4i1.132>