

Re-desain Logo sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Identity* pada UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo di Sukoharjo

Elida Zia'ul Huda¹, R.Taufiq Nur Muftiyanto², Budi Istiyanto³

¹STIE Wijaya Mulya Surakarta, ²Universitas Duta Bangsa Surakarta, ³STIE Surakarta

¹E-mail: elidaziaulhuda@gmail.com

Article History:

Received: Mei 2025

Revised: Juni 2025

Accepted: Juni 2025

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan brand identity pada UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo di Sukoharjo melalui re-desain logo yang lebih modern dan relevan dengan identitas bisnis. Logo lama yang kurang mencerminkan ciri khas usaha, khususnya dalam aspek warna dan daya tarik visual, diperbarui dengan desain yang lebih menarik dan mudah dikenali konsumen. Proses re-design dilaksanakan secara kolaboratif dengan pemilik usaha. Kegiatan dilakukan melalui observasi, diskusi dengan pemilik umkm ayam goreng mbak fitri, perancangan visual, serta implementasi logo baru pada kemasan bebek dan ayam kampung goreng. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendekatan desain grafis yang berfokus pada identitas visual yang kuat untuk meningkatkan daya tarik pasar. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam tampilan visual logo yang lebih eye-catching dan relevansi dengan target pasar. Pembahasan mencakup evaluasi dampak dari perubahan desain logo terhadap persepsi konsumen dan daya saing produk di pasar lokal. Kesimpulannya, re-desain logo yang dilakukan berhasil meningkatkan brand identity UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo, yang terlihat dari peningkatan ketertarikan konsumen dan kepercayaan terhadap produk yang dihasilkan.

Kata Kunci: *Brand Identity, Re-Desain Logo*

Abstract: *This community service activity aims to improve the brand identity of UMKM Bebek and Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo in Sukoharjo through a re-design of a logo that is more modern and relevant to business identity. The old logo that did not reflect the characteristics of the business, especially in terms of color and visual appeal, was updated with a design that was more attractive and easily recognized by consumers. The re-design process was carried out collaboratively with the business owner. Activities are carried out through observation, discussion with the owner of the fried chicken umkm mbak fitri, visual design, and implementation of the new logo on the packaging of duck and fried kampung chicken. The method used in this service is a graphic design approach that focuses on a strong visual identity to increase market attractiveness. The results of this service show a significant change in*

the visual appearance of the logo which is more eye-catching and relevant to the target market. The discussion includes an evaluation of the impact of the logo design changes on consumer perception and product competitiveness in the local market. In conclusion, the logo re-design has succeeded in improving the brand identity of UMKM Bebek and Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Special Sambal Blondo, which can be seen from the increase in consumer interest and trust in the products produced.

Keywords: Brand Identity, Logo Re-Design

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah pesatnya perkembangan industri kuliner, UMKM perlu membangun identitas merek (*brand identity*) yang kuat agar mampu bersaing dan bertahan di tengah pasar yang kompetitif (Ray & Ariffudin Islam, 2022). Salah satu elemen penting dalam membangun brand identity adalah desain logo, yang tidak hanya merepresentasikan citra usaha, tetapi juga menjadi titik awal dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan keunikan produk yang ditawarkan. Sabtu, 24 Mei 2025, tim pengabdian masyarakat melaksanakan kegiatan bertema Re-desain Logo sebagai Upaya Meningkatkan Brand Identity di warung D'Mie Mas Pit, Banmati, Sukoharjo. Kegiatan ini berfokus pada UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Special Sambal Blondo sebagai bentuk dukungan konkret dalam memperkuat identitas merek dan daya saing usaha kuliner lokal melalui pendekatan kreatif dan berbasis desain.

UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Special Sambal Blondo di Sukoharjo merupakan salah satu contoh pelaku usaha kuliner lokal yang telah menunjukkan potensi dan keberlanjutan usahanya. Namun, masih ditemukan keterbatasan dalam aspek visual branding, khususnya pada desain logo yang belum optimal dalam menyampaikan nilai dan karakter usaha. Logo yang kurang representatif dapat berdampak pada rendahnya daya tarik konsumen, kesulitan dalam memperluas pasar, serta kurangnya konsistensi identitas visual dalam berbagai media promosi (Muntazori et al., 2019). Melihat pentingnya peran logo dalam memperkuat *brand identity*, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk melakukan re-desain logo sebagai upaya strategis dalam meningkatkan citra, daya saing, dan profesionalisme UMKM tersebut (Bentri et al., 2024). Melalui pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan mitra, diharapkan hasil re-desain dapat memberikan dampak nyata dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa tahap, yaitu:

1. Observasi dan wawancara awal dengan pemilik UMKM untuk memahami visi usaha, karakteristik produk, dan persepsi pelanggan terhadap logo lama.



Gambar 1. Wawancara dengan pemilik umkm

2. Analisis logo lama dari segi warna, bentuk, keterbacaan, dan kesesuaian dengan jenis usaha kuliner.



Gambar 2. Logo Lama dan Packaging

3. Proses desain ulang logo dengan mempertimbangkan unsur warna yang lebih cerah dan khas, tipografi yang mudah dibaca, serta elemen grafis yang menggambarkan identitas bebek dan ayam kampung goreng kremes.
4. Validasi desain melalui diskusi dan persetujuan pemilik usaha.
5. Implementasi logo baru pada desain kemasan dus.

Hasil

Logo baru yang didesain mengusung warna hijau, putih, kuning keemasan dan merah yang melambangkan kelembutan, semangat, dan kehangatan makanan. Desain logo dilengkapi dengan ilustrasi mbak fitri bergaya chef dengan membawa sepiring bebek dan ayam kampung goreng kremes serta tulisan “Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo” dengan tipografi modern. Logo baru kemudian diaplikasikan pada kemasan nasi bebek dan ayam kampung goreng dalam bentuk stiker label dan box kemasan. UMKM juga menerima file digital logo dalam berbagai format untuk

digunakan di media sosial dan kebutuhan promosi lainnya.



Gambar 3. Logo Baru dan Packaging

Pembahasan

Re-desain logo terbukti memberikan dampak positif terhadap persepsi merek (Winda et al., 2023). Pemilik UMKM melaporkan adanya komentar positif dari pelanggan mengenai tampilan kemasan yang lebih menarik dan profesional. Warna baru memberikan kesan hangat dan menggugah selera, sedangkan ilustrasi mbak fitri bergaya chef dengan membawa sepiring bebek dan ayam kampung goreng kremes memberikan identitas visual yang mudah diingat. Dalam konteks strategi pemasaran, visual yang kuat membantu membedakan produk dari kompetitor dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Muljosumarto et al., 2022). Kegiatan ini juga menjadi contoh praktik branding yang efektif dan mudah diterapkan oleh UMKM lain di sektor kuliner.

Kesimpulan

Kegiatan re-desain logo pada UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo berhasil meningkatkan brand identity melalui tampilan visual yang lebih menarik dan relevan dengan jenis usaha. Implementasi logo pada kemasan produk memperkuat citra profesional dan menarik perhatian konsumen. Diharapkan, kegiatan ini dapat menjadi model pengembangan kapasitas branding bagi UMKM lain untuk meningkatkan daya saing di pasar lokal.

Pengakuan/Acknowledgements

Pada kesempatan kali ini kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat, antara lain Ketua STIE Wijaya Mulya Surakarta, Ketua LP2M STIE Wijaya Mulya Surakarta, seluruh civitas akademika STIE Wijaya Mulya Surakarta, UMBSM dan UMKM Bebek dan Ayam Kampung Goreng Kremes Mbak Fitri Spesial Sambal Blondo di Sukoharjo.

Daftar Referensi

- Bentri, S. A., Putra, K. A., Brenda, M., Noelia, D. N., Senjaya, L. J., & Valentino, P. E. (2024). Perancangan Brand Identity Kawasan Wisata Romokalisari Adventure Land di Surabaya. *Artika*, 7(2), 167–183. <https://doi.org/10.34148/artika.v7i2.716>
- Muljosumarto, C., Jessica, S., & Naftali, J. J. (2022). Perancangan Strategi Visual Branding C&F Laundry Service Cerme, Gresik Secara Online Saat Pandemi Covid-19. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 2(2), 105–114. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v2i2.354>
- Muntazori, A. F., Listya, A., & Qeis, M. I. (2019). Branding Produk UMKM Pempek Gersang. *Jurnal Desain*, 6(03), 177. <https://doi.org/10.30998/jd.v6i3.4252>
- Ray, I., & Ariffudin Islam, M. (2022). PERANCANGAN BRAND IDENTITY DAN MEDIA SOSIAL TRIVERSA SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Barik*, 3(3), 221–235. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Winda, Gultom Yossi Putri, Ravega Akmal Permana Putra, & Leni Sugiyanti. (2023). Re-Desain Logo Dalam Meningkatkan Identitas Merek UMKM Ikan Naki. *SENADA : Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 4(2), 96–111. <https://doi.org/10.56881/senada.v4i2.171>