

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**Strategi Meningkatkan Branding Usaha
Melalui Desain Logo Bagi Pelaku Usaha Kecil Mikro
(Rumah Potong Ayam)**

Disusun Oleh :

Refranisa, S.T., M.T

Ir. Estuti Rochimah, ST, MSc

Dr. Annuridya Rosyidta Pratiwi Octasyilva, S.Pi, MM

NIDN.0322069302

NIDN. 0326076902

NIDN. 0319108601


**PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA
2023**

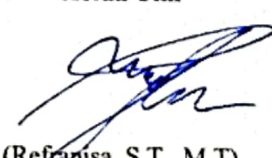
**HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR KEGIATAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PkM)**

Judul Pengabdian : Strategi Meningkatkan Branding Usaha Melalui Desain Logo Bagi Pelaku Usaha Kecil Mikro (Rumah Potong Ayam)
Nama Mitra/kerjasama : UD Barokah Jaya
Ketua Tim
a. Nama Lengkap : Refranisa, S.T., M.T
b. NIDN : 0322069302
c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
d. Program Studi : Arsitektur
Anggota 1
a. Nama Lengkap : Ir. Estuti Rochimah, ST, MSc
b. NIDN : 0326076902
c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
d. Program Studi : Arsitektur
Anggota 2
a. Nama Lengkap : Dr. Annuridya Rosyidta Pratiwi Octasyilva, S.Pi, MM
b. NIDN : 0319108601
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen
Keterlibatan Mahasiswa 1
a. Nama Mahasiswa : Vega Desnaniar Ramdina
b. NIM : 1221800020
c. Jurusan : Arsitektur
Tahun pelaksanaan : 2023
Biaya Keseluruhan : Rp. 5.400.000,-

Tangerang Selatan, 24 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Arsitektur

(Ir. Estuti Rochimah, ST, MSc)
NIDN : 0326076902


Ketua Tim

(Refransa, S.T., M.T)
NIDN : 0322069302

Menyetujui,

Kepala

Pusat Riset dan Pengabdian Masyarakat (PRPM)

Institut Teknologi Indonesia


(Prof. Dr. Ir. Joehanningsih, M.T., IPM)
NIDN : 031007640

LEMBAR PENUGASAN



INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA

Jl. Raya Puspiptek, Tangerang Selatan - 15314
(021) 7562757

www.iti.ac.id | institutteknologiindonesia | @kampusITI | Institut Teknologi Indonesia

SURAT TUGAS

No. : 004/ST-PkM/PRPM-ITI/V/2023

Pertimbangan : Bahwa dalam rangka melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagi dosen Program Studi Arsitektur Institut Teknologi Indonesia, perlu dikeluarkan surat tugas.

Dasar : 1. Surat Tugas Program Studi Arsitektur;
2. Kepentingan Institut Teknologi Indonesia.

DITUGASKAN

Kepada : Dosen Program Studi Arsitektur (Terlampir)

Untuk : 1. Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Semester Genap Tahun Akademik 2022 - 2023;
2. Melaporkan hasil tugas kepada Kepala PRPM - ITI;
3. Dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Tangerang Selatan, 23 Mei 2023
Kepala Pusat Riset dan Pengabdian
kepada Masyarakat



Joelianingsih
Prof. Dr. Ir. Joelianingsih, M.T., IPM

Tembusan Yth.

1. Wakil Rektor Bid. Wakil Rektor Bidang Akademik, Penelitian dan Kemahasiswaan
2. Kepala Biro SDM Dan Organisasi
3. Ka. Prodi Arsitektur
4. Arsip

**USULAN KEGIATAN ABDIMAS PRORAM STUDI ARSITEKTUR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023
INSTITUT TEKNOLOGI INDONESIA**

Lampiran Surat Tugas Abdimas
No. : 004/ST-PKM/PRPM-ITI/VI/2023
Tanggal 23 Mei 2023

Revisi 09 Agustus 2023

No.	Topik Abdimas	Bidang Ilmu	Tingkat (Lokal/Nasional/ Internasional)	Nama Tim (Ketua & anggota harus beda bidang maksimum 3)	Sumber Dana (Pemerintahan, Swasta/ Perguruan Tinggi, Mandiri, Hibah Dikti)	Jumlah Dana (Rp) (Dana minimum Rp. 5.000.000. Jika lebih dari batas minimum harap melampirkan bukti kontrak)	Keterlibatan Prodi / Institusi Lain (Lampirkan Bukti)	Keterlibatan Mahasiswa (Name-No NIM)/ Staff/Alumni
1	Strategi Meningkatkan Branding Usaha Melalui Desain Logo Bagi Pelaku Usaha Kecil Mikro (Rumah Potong Ayam)	Humaniora	Lokal	Ketua: Refranisa, S.T., M.T Anggota: 1. Estuti Rochimah, S.T., M.Sc 2. Dr. Annuridya Rosyida Pratiwi Octasya, S.Pd, M.M	Mandiri	5.400.000	Prodi Manajemen ITI	Vega Desnaniar (NIM: 12218000020)
2	Perancangan Logo dan Gapure Kabupaten Tangerang	Lingkungan	Nasional	Ketua: Ir. Rino Witaksono, MAUD, MURP, PhD Anggota: 1. Refranisa, S.T., M.T 2. Aliviana Demami, S.Ars., M.Ars	Pemerintah Daerah	5.400.000	Tidak ada	1. Delta Vira Sumardi (NIM: 12220000663) 2. Fadhilah Tasya Genova (NIM: 1222000032) 3. Dyah Khalrunisa Winangun (NIM: 12220000662) 4. Oktavia Tri Handayani (NIM: 1222000029) 5. Alyah Nur Safa (NIM: 12220000033) 6. Yulia Rahmawati (NIM: 1222000026) 7. Tomi Andean (NIM: 12217000227)
3	Final Exhibition Vermadoc Bekasi 2023 International Vermadoc Camp	Lingkungan	Internasional	Intan Findanay Ridzqo, S.T., M.Ars	Hibah Eksternal	5.400.000	Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Indonesia	Tidak ada
4	Desain Icon UMKM RW.05 di Komplek Ghya Serpong Asri Cisaug Tangerang	Humaniora	Nasional	Aliviana Demami, S.Ars., M.Ars	Mandiri	5.400.000	Tidak ada	Tidak ada

Tangerang Selatan, 09 Agustus 2023

Kepala Pusat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat



**STRATEGI MENINGKATKAN BRANDING USAHA
MELALUI DESAIN LOGO BAGI PELAKU USAHA RUMAH POTONG AYAM**

Refranisa^{1*)}, Estuti Rochimah¹⁾, Vega Desnaniar Ramdina¹⁾ Annuridya Rosyidta Pratiwi Octasyva²⁾,

¹⁾ Prodi Arsitektur, ²⁾ Prodi Manajemen, Institut Teknologi Indonesia

^{1*)} refranisa@iti.ac.id

Histori artikel	Abstrak
<p><i>Received:</i></p> <p><i>Accepted:</i></p> <p><i>Published:</i></p>	<p>Usaha ternak dan pematangan ayam kini menjadi solusi bagi beberapa masyarakat yang terdampak pemutusan hubungan kerja pada masa covid-19. Namun karena ada banyak permasalahan fluktuasi harga dipasaran karena beradaptasi dengan era new normal, maka pelaku usaha dibidang ternak dan pematangan ayam harus lebih giat lagi dalam upaya meningkatkan bagaimana produk usahanya dipasarkan. Pak Harryanto sebagai salah stau pelau usaha rumah potong ayam merupakan mitra dalam abidams ini. Usaha milik Pak Harryanto yang sedang berjalan ini. perlu adanya branding usaha yang meyakinkan agar bisa menarik banyak relasi mitra untuk kerjasama dalam pemasaran. Metode yang digunakan berupa tahap pendampingan, tahap desain, dan tahap evaluasi hasil. Program PKM ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha yang merintis usaha dalam bentuk rumah potong ayam agar dapat meningkatkan proses pengenalan usaha melalui desain logo yang dipatenkan sebgai branding dari usaha tersebut.</p> <p>Kata-kata Kunci : Desain Logo, Rumah Potong Ayam, Branding usaha</p>

Abstract

Livestock and chicken slaughtering businesses are now a solution for several people who were affected by the layoffs during the Covid-19 period. However, because there are many problems with price fluctuations in the market due to adaptation to the new normal era, businesses in the livestock and chicken slaughtering sector must be even more active in efforts to improve how their business products are marketed. Pak Harryanto as one of the pilots in the chicken slaughterhouse business is a partner in this abidams. Mr. Harryanto's business is currently running. there needs to be convincing business branding so that it can attract a lot of partner relations for cooperation in marketing. The method used is the mentoring stage, the design stage, and the results evaluation stage. This PKM program aims to help business actors who start a business in the form of a chicken slaughterhouse so that they can improve the business recognition process through a patented logo design as the branding of the business.

Keywords: *Logo design, Chicken Slaughterhouse, Business Branding*

PENDAHULUAN

Di Era Pandemic Covid-19 menyebabkan ketidakpastian ekonomi secara global. Ketidakpastian tersebut meningkat tajam ditahun 2020. Perekonomian cenderung turun dan mengakibatkan banyak pengangguran di era ini. Banyak pekerja yang mengalami pemutusan hubungan kerja dan akhirnya memilih untuk mengembangkan usaha pemotongan ayam. Pengembangan usaha ayam pedaging ternyata sangat menjanjikan serta berpotensi besar karena selain kandungan gizinya yang cukup baik, populasi ayam broiler juga cukup banyak di Indonesia. Banyak dari masyarakat yang terdampak PHK mulai merintis usahanya melalui ternak ayam hingga mendirikan usaha mikro rumah potong ayam.

Bapak Herryanto adalah salah satu pelaku usaha mikro rumah potong ayam di Kelurahan Buaran, Tangerang Selatan. Beliau merupakan salah satu pekerja yang terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) pada masa Covid 19. Untung menyambung ekonomi, bapak Hary menekuni usaha pemotongan ayam di awal tahun 2022. Beliau belum memiliki keahlian penuh pada usaha pemotongan ayam, namun karena kegemarannya memelihara unggas, Pak Herryanto memutuskan untuk menekuni bidang tersebut dengan belajar melalui media online. Usaha yang dikelola bersama empat orang temannya yang sama sama terdampak PHK, dilakukan dengan peralatan yang serba terbatas. Jenis usaha yang dilakukan adalah dari proses pemotongan ayam pedaging hingga penjualan ke pasar dan rumah makan disekitar lokasi lapak pemotongan. Pak Herryanto tidak memiliki banyak relasi sehingga melakukan penjualan berpatok pada satu tempat yaitu warung makan dan kios dipasar langgananya. Produksi saat ini rata-rata 15-30 Kg/hari. Produksi yang dapat dilakukan hanya sesuai kemampuan fisik untuk mencukupi stok penjualan sesuai permintaan dipasaran dan warung makan. Dalam proses produksi juga terdapat keterbatasan pada ruang penyimpanan hasil pemotongan daging ayam (pendingin). Hal ini membuat calon mitra pengguna harus berfikir ulang untuk meningkatkan kapasitas produksinya. Minimnya peralatan pendukung yang dimiliki saat ini berdampak terhadap keterbatasan dalam produksi hanya mampu memenuhi konsumen yang terbatas. Berikut ini adalah kondisi eksisting keadaan mitra (Gambar 1) :



Gambar 1. Kondisi Eksisting Mitra

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan ternyata ada beberapa temuan permasalahan diantaranya usaha milik pak Herryanto belum memiliki, logo, merk dagang dan tidak memiliki perijinan dinas terkait. Mitra tidak memiliki identitas nama dan hanya melakukan pemasaran ke pasar dan warung makan langganannya.

Disamping itu mitra juga tidak memiliki banyak relasi. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan para calon mitra pengguna. Dalam memanfaatkan teknologi dan peluang untuk melakukan pemasaran.

Salah satu masalah yang dialami oleh mayoritas pelaku usaha kecil mikro adalah kurang memahami branding sebagai fungsi untuk menjaga sustainability usahanya. Kebanyakan para pelaku usaha masih berfokus pada trading dan melupakan sisi branding. Hal ini dapat disebabkan karena ketidaktahuan, ego, atau sifat tertutup mereka atas ide baru, dan merasa cepat puas. American Marketing Association (AMA) sendiri mendefinisikan brand atau merek itu adalah sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau desain logo atau kombinasi dari kesemuanya yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dan akhirnya dapat membedakan diri sendiri dengan yang lainnya (Setyawati, 2019). Pelaku usaha kecil mikro sebaiknya memiliki desain logo untuk menunjang kegiatan-kegiatan wirausaha atau untuk kebutuhan promosi (Nuriyah Ira. Dkk, 2020). Logo dipergunakan untuk membangun spirit secara internal diantara komponen yang ada di dalam perusahaan tersebut. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan dapat menimbulkan sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki, dan menjaga image perusahaan pemilik logo itu (Fauzi Muhammad, 2018). Logo selalu diterapkan dalam aplikasi identitas visual lainnya. Oleh karena itu penting untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa sebuah brand (Oscario, 2013). Pengelolaan dan manajemen Brand berupa merek dan logo memang kini menjadi isu penting untuk dibahas terkait strategi perusahaan dalam menjaga kesetiaan konsumennya (Aaker, 2014) . Logo juga berfungsi sebagai identitas perusahaan untuk melakukan pemasaran (Restiawan Permana & Yusmawati, 2022). Pemasaran maupun pengusaha harus menemukan alternatif solusi untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen. Para pelaku bisnis mengoptimalkan *branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Hal ini tentunya menjadi pilihan yang sangat efektif dimasa pandemi ini (Fadly & Sutarna, 2020).

Tujuan dari kegiatan PkM ini adalah untuk membantu mitra agar dapat meningkatkan strategi pemasaran dengan membuat logo yang dapat dijadikan sebagai branding usahanya.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah :

1. Tahap Pendampingan dan Perencanaan konsep. Pada tahap perencanaan, tim abdimas melakukan diskusi bersama Bapak Harryanto terkait perancangan logo. Beberapa hasil observasi yang telah dilakukan maka akan diperoleh beberapa alternatif desain. Kegiatan pendampingan dilakukan dengan mengunjungi lapak milik Bapak Herryanto pada Tanggal 14 Maret 2023.
2. Tahap Desain. Pada tahap ini, tim abdimas mulai menentukan desain terpilih yang disesuaikan dengan permintaan pihak mitra, sehingga diperoleh hasil akhir satu desain yang sesuai untuk digunakan. Pada tahap ini, tim abdimas membuat logo menggunakan software *corel draw*.
3. Tahap Evaluasi. Tahap ini tim melakukan evaluasi terhadap hasil desain yang sudah dilakukan sebelum masuk ke tahapan produksi/ cetak. Kesesuaian ukuran/dimensi logo dengan ruangan, kesesuaian palet warna pada logo harus dicek terlebih dahulu supaya ketika saat diproduksi tidak mengalami perubahan ukuran

maupun penurunan warna yang signifikan. Pada tahap ini, mitra diminta untuk memberikan penilaian terhadap desain. Sehingga desain yang memiliki nilai tertinggi, maka akan digunakan sebagai logo branding usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tahap Pendampingan dan Perencanaan konsep
Kegiatan pendampingan terkait dengan diskusi untuk menentukan warna, bentuk. Serta konsep dari desain logo. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 14 Maret 2023 di lapak Rumah Potong Ayam milik Bapak Herryanto yang berlokasi di Jalan Kodiklat TNI RT01/RW02 Kecamatan Buaran, Tangerang Selatan. Adapun Tim Abdimas berdiskusi langsung dengan Bapak Harryanto mengenai konsep desain usaha. Berikut ini beberapa foto atau bukti kegiatan diskusi bersama mitra. (Gambar 2)



Gambar 2. Diskusi bersama mitra

Tahap Desain

Pada tahap ini, tim Abdimas membuat desain sesuai dengan permintaan dari mitra. Tim membuat beberapa alternatif desain logo sehingga mitra bisa memilih sesuai dengan keinginannya. Logo dibuat oleh Vega Desnaniar Ramdina secara digital. Pada Berikut beberapa alternatif pembuatan logo untuk branding UMKM Rumah Potong Ayam UD Berkah Jaya. Berikut ini beberapa alternatif usulan desain logo yang ditawarkan kepada mitra. (Gambar 3)



Gambar 3. Alternatif desain

Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap hasil desain terpilih. Evaluasi yang dilakukan adalah dengan memberikan skoring terhadap masing-masing desain yang ditawarkan. Mitra memilih alternatif ke 3 yang sesuai dengan keinginannya dan memberikan penilaian 1-100. Dari hasil evaluasi inilah ditemukan bahwa mitra menginginkan logo yang memiliki makna sesuai dengan perjalanan merintis usaha yang beliau dirikan. Arti makna logo desain adalah dua ayam kembar berwarna putih dan jengger merah yang berhadapan untuk melambangkan usaha bersama saudara. Kemudian memiliki Branding "Jual Ayam Potong Segar". Dari hasil logo yang telah disepakati, maka dikembangkan dengan menerapkan logo pada kartu nama, dan spanduk. Berikut ini hasil desain untuk meningkatkan branding mitra. (Gambar 4). Dengan adanya logo, maka pelaku usaha makin percaya diri.



Gambar 3. Logo terpilih

Pembahasan

Sebagai pelaku usaha terutama usaha yang sifatnya masih merintis dari kecil kemudian merambat menjadi usaha menengah bahkan ada yang sampai merambat menjadi usaha besar tentunya akan tetap membaca peluang dan strategi yang ada untuk minimal mempertahankan usahanya bahkan mengembangkan usaha yang dijalankannya. (Widyani, et al, 2023). Strategi pemasaran juga merupakan upaya membangun kepercayaan (image) kepada pelanggan diperlukan analisis terhadap perilaku pasar serta konsumen, sehingga aktivitas pemasaran dapat dicapai (Sony, et al. 2021). Dari hasil abdimas ini, maka strategi yang telah dilakukan oleh Bapak Herryanto adalah berusaha mengembangkan brand usahanya agar mudah dikenali oleh orang melalui sebuah logo yang menjadi ciri khas dari usaha yang dirintis. Dengan begitu, suatu produk akan memiliki perbedaan dengan pesaingnya bila memiliki brand yang kuat, sehingga sebuah brand dapat dengan mudah dibedakan dari brand yang lain (Oktaviani, 2018)

Di samping itu, adanya logo sebagai identitas suatu bisnis dapat menjadikan bisnis tersebut dikenal oleh masyarakat, dan diharapkan dapat memberikan keuntungan yang optimal (Fauzi, dkk, 2022). Salah satu pengaplikasian logo sebagai identitas dari suatu usaha adalah pada media spanduk atau banner yang dipasang pada lokasi usaha. Media ini dapat dijadikan salah satu strategi pemasaran agar pelanggan tahu adanya usaha yang dijalankan (Muslim, dkk. 2017)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa adanya logo dapat meningkatkan percaya diri suatu sebuah usaha karena logo mampu membererikan karakteristik dan kognitif bagi konsumen untuk mengenal produk suatu usaha.

Adapun paramter keberhasilan dari PKM ini berupa penyerahan desain logo kepada Mitra sebagai pengesahan untuk dapat dimanfaatkan sebagai logo branding paten yang dapat meningkatkan pemasaran usaha yang dirintis oleh Mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 2014. Aaker On Branding. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). MEMBANGUN PEMASARAN ONLINE DAN DIGITAL BRANDING DITENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213–222. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>
- Fauzi, R. U., Kadi, D. C., Ningrum, I. I., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga*, Vol. 3, No. 1
- Fauzi Muhammad. (2018). Re-Design Logo Usaha Kecil Menengah Pada Toko Gibran Collection Di Pulang Untung Jawa. *Jurnal Abdimas*, 5(1), 94–97.
- Muslim, A. I., Widiastuty, T., & Lestari, F. (2017). Pencatatan Keuangan Sederhana dan Strategi
- Pemasaran pada Bisnis Konveksi. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas* Vol. 01 No. 02.
- Nuriyah Ira. Dkk. (2020). . Pelatihan Membuat Logo Usaha Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Mahasiswa Wirausaha. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* , 8(2), 41–45.
- Oktaviani , feni. Dkk (2018). Penguatan Produk UMKM “Calief” Melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(2). 348-354. DOI: <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3722.g2503>
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Restiawan Permana, & Yusmawati. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu Bamboe dan Perannya Sebagai Identitas Perusahaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 96–103. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11807>
- Setyawati, D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 125–136. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v2i1.4864.g2942>
- Soni, Martinus dkk (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *jurnal pengabdian kepada masyarakat dikemas* 5(1), 106-110
- Widyani, Ni Made. Dkk. (2023) . Media Sosial Sebagai Alternatif dalam Peningkatan Penjualan UMKM Kota Denpasar. *Jurnal Abdimas Ilmiag Citra Bakti*, 4(1), 55-64. DOI:<https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i1.1435>