

**PENERAPAN IDENTITAS VISUAL DAN KEHADIRAN DIGITAL PADA TOKO
YAYA CUPANG CIKAMPEK**

Indah Handayani Safitri1, Himyatul Hidayah2

Program Studi Manajemen1, Program Studi Farmasi2

mn21.indahsafitri@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , himyatul.hidayah@ubpkarawang.ac.id2

Abstrak

penerapan identitas visual dan kehadiran digital pada Toko Yaya Cupang Cikampek sebagai upaya untuk meningkatkan pengenalan merek dan daya saing di era digital. Program ini merupakan bagian dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang di Desa Cikampek Barat, yang bertujuan untuk membantu toko UMKM lokal dalam memperbaiki citra dan aksesibilitas. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk merancang logo, banner, dan mendaftarkan toko di Google Maps. Hasil dari implementasi ini menunjukkan peningkatan pengenalan merek, kemudahan akses bagi pelanggan, serta peningkatan interaksi melalui platform digital. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pengembangan identitas visual dan kehadiran digital efektif dalam meningkatkan citra dan daya saing UMKM di pasar lokal dan digital.

Kata Kunci: identitas visual; kehadiran digital; toko Yaya Cupang; UMKM; KKN

Abstract [Times New Roman, Size: 12, Italic-Bold]

mplementation of visual identity and digital presence at Toko Yaya Cupang Cikampek as an effort to enhance brand recognition and competitiveness in the digital era. This program is part of the Community Service Learning (KKN) activities by students of Universitas Buana Perjuangan Karawang in Desa Cikampek Barat, aimed at assisting local MSME stores in improving their image and accessibility. The methods used in this activity include interviews, observations, and documentation to design logos, banners, and register the store on Google Maps. The results of this implementation show increased brand recognition, ease of access for customers, and enhanced interaction through digital platforms. The conclusion of this activity shows that the development of visual identity and digital presence is effective in improving the image and competitiveness of MSMEs in the local and digital markets.

Keywords: digital presence; KKN; MSMEs; Toko Yaya Cupang; visual identity.

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program pembelajaran dan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh kelompok mahasiswa sebagai upaya memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Cikampek Barat adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang.

Desa Cikampek Barat merupakan salah satu desa dari 10 desa yang berada di Kecamatan Cikampek Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. Desa cikampek barat terdiri pada tahun 1984 dan jumlah penduduk per-15 juli 2024 25.410 jiwa, dengan luas wilayah 2 km², terdiri dari 5 dusun. Dusun karajan timur, dusun sukamanah, Dusun sukajadi, dusun karajan barat, adapun Pusat kegiatan pemerintahan desa cikampek barat berkedudukan di dusun sukamanah perbatasan desa cikampek barat dengan desa cikampek utara. Mata pencaharian lainya yaitu wiraswasta, pekerja buruh dan juga ada usaha UMKM.

UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan bagi mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor-sektor yang lain bisa berkembang. (Yuli Rahmini Suci, 2008) Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting karena sekitar 60% tenaga kerja Indonesia bekerja di sektor ini. Selain itu, UMKM juga menjadi kontributor besar terhadap penerimaan negara melalui pajak dan kegiatan ekonomi lainnya. Selain itu, UMKM juga membantu mengurangi kemiskinan di Indonesia dengan memberikan lapangan pekerjaan dan meningkatkan daya beli masyarakat. (Batubara et al., 2023)

Di desa Cikampek Barat terdapat produk unggulan UMKM yaitu Toko Cupang Yaya Cikampek didirikan sejak tahun 2019 oleh bapak Yaya yang beralamat di Jl. Sukamanah, Cikampek Barat, Kec. Cikampek, Karawang, Jawa Barat. Hal ini berfokus pada pengembangan identitas visual dan kehadiran digital Toko Yaya Cupang Cikampek melalui pembuatan logo usaha dan penambahan alamat di Google Maps. Sebelum Penerapan, Toko Yaya Cupang belum memiliki logo yang memadai dan tidak terdaftar di Google Maps, yang mengakibatkan kesulitan dalam pengenalan merek dan penurunan visibilitas di dunia digital.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi, persaingan di antara bisnis kecil dan menengah semakin ketat. Banyak usaha yang kini mengadopsi digitalisasi untuk mengikuti kemajuan teknologi yang semakin canggih dari hari ke hari. Hal ini mendorong berbagai UMKM untuk menggunakan teknologi berbasis internet dan berbagai media sosial, seperti mempromosikan produk atau layanan mereka melalui Facebook, Instagram, dan WhatsApp.

Selain itu, keahlian, keterampilan, dan budaya di suatu daerah berkontribusi signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan. Dukungan keluarga juga memainkan peran penting dalam kemajuan usaha atau UMKM. Pengembangan UMKM dapat meningkatkan lapangan kerja dan memaksimalkan penggunaan sumber daya manusia dan alam, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. (Rahayu & Hasibuan, 2023)

Identitas visual dan kehadiran digital memainkan peran penting dalam membangun citra dan mengkomunikasikan nilai suatu UMKM. Logo dan Alamat di Google Maps menjadi elemen kunci dalam identitas visual dan kehadiran digital tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat digunakan dalam penerapan identitas visual dan kehadiran digital pada toko yaya cupang cikampek dengan fokus pada konteks program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Cikampek Barat.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 08 Agustus 2024 Jam 15.00 –17.00. Serta berdiskusi tentang pembuatan logo, banner dan penerapan google maps. Lokasi yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dilaksanakan di tempat jualan pak Yaya yang merupakan UMKM ikan Cupang yang berada di Desa Cikampek Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang.

Metode yang digunakan penulis adalah metode kualitatif dengan wawancara untuk mendapatkan informasi mendalam dan pandangan terhadap toko yaya cupang cikampek serta permasalahan, dan solusi yang diharapkan. Selanjutnya, Teknik observasi untuk mengamati langsung aktivitas dan proses yang berlangsung di lapangan. Observasi memungkinkan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat tentang perilaku, kondisi kerja, dan interaksi di Toko Yaya Cupang Cikampek. Data yang terkumpul dari hasil observasi pada pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) akan dituangkan untuk penyusunan artikel Kuliah Kerja Nyata (KKN). Dengan menggunakan metode kuliah melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penelitian ini akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang penerapan identitas visual dan kehadiran digital pada toko yaya cupang cikampek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang ada di toko yaya cupang yaitu belum memiliki logo usaha, banner dan belum mempunyai alamat di google maps sehingga kami mahasiswa UBP Karawang dari berbagai bidang jurusan, berupaya memberikan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Logo usaha yang unik dan menarik membantu pelanggan mengenali dan mengingat merek Anda dengan lebih mudah. Ini adalah bagian penting dari identitas visual yang membedakan usaha Anda dari pesaing. Sedangkan, Dengan mencantumkan alamat di Google Maps, usaha Anda lebih mudah ditemukan oleh pelanggan yang melakukan pencarian online, baik melalui Google Search maupun Google Maps.

a. Logo pada UMKM Yaya Cupang Cikampek

Logo baru yang merepresentasikan toko dan produk ikan cupang berhasil dirancang. Logo ini menampilkan elemen-elemen yang mencerminkan keindahan dan keunikan ikan cupang, yang secara signifikan meningkatkan pengenalan merek di antara pelanggan.



Gambar 1 Desain Logo Yaya Cupang Cikampek

b. Membuat banner

Banner yang dirancang dengan baik dan konsisten dengan identitas visual merek dapat memperkuat citra merek dan membantu menciptakan kesan yang positif di mata pelanggan.



Gambar 2 Desain Banner Yaya Cupang Cikampek

c. Penerapan Google Maps

Toko Yaya Cupang sekarang terdaftar di Google Maps dengan informasi yang lengkap, termasuk jam operasional, foto, dan ulasan pelanggan. Hal ini memudahkan pelanggan baru untuk menemukan lokasi toko dan mendapatkan petunjuk arah.



Gambar 3 Alamat Google Maps

Penerapan identitas visual dan kehadiran digital di Toko Yaya Cupang Cikampek telah menunjukkan hasil yang positif. Peningkatan dalam aspek visual toko membantu menciptakan citra merek yang lebih kuat dan menarik. Sementara itu, kehadiran digital yang diperkuat melalui platform online telah memudahkan pelanggan untuk berinteraksi dengan toko dan meningkatkan visibilitas toko di kalangan masyarakat yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KESIMPULAN

Penerapan identitas visual dan kehadiran digital pada Toko Yaya Cupang Cikampek memberikan dampak yang signifikan terhadap citra merek dan interaksi dengan pelanggan. Pembuatan logo yang khas dan representatif memperkuat identitas toko di mata pelanggan, sedangkan kehadiran toko di Google Maps mempermudah akses dan penemuan toko secara digital. Upaya ini telah membantu meningkatkan visibilitas dan daya tarik Toko Yaya Cupang Cikampek, baik secara fisik maupun dalam platform digital, sehingga mampu bersaing dengan lebih baik dalam pasar yang semakin kompetitif.

REKOMENDASI

Toko Yaya Cupang Cikampek disarankan untuk terus mengembangkan strategi pemasaran digital, seperti membuat konten berkala di media sosial yang menampilkan produk-produk unggulan dan cerita dibalik bisnis mereka. Hal ini akan membantu memperluas jangkauan pasar dan menciptakan engagement yang lebih tinggi dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA [Font: Times New Roman, size: 12, bold]

- Batubara, C., Safitri, D., Permata Sari, D., Tasya Luthfiah, H., & Utama Putra, B. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras. *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education*, 3(2), 420–427.
- Rahayu, T., & Hasibuan, T. (2023). Penerapan Digital Marketing Pada UMKM Melalui Google Maps. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...*, 01(1), 1–4.
<https://journal.anshara.org/index.php/jpmam/article/view/24%0Ahttps://journal.anshara.org/index.php/jpmam/article/download/24/10>
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.