Vol. 3 No 1
ISSN 2962-9357
e-ISSN 2962-9942

# INOVASI DESAIN LOGO DAN KEMASAN PRODUK RENGGINANG IBU NYAI DI DESA RENGASDENGKLOK UTARA

Meliyani[1], Qorrie Annisaa[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
mn20.meliyani@mhs.ubpkarawang.ac.id[1], qorrie.annisaa@ubpkarawang.ac.id[2]

**Ringkasan**

Inovasi logo dan kemasan Rengginang dalam Usaha rumahan atau disebut juga usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Rengasdengklok Utara. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meningkatkan identitas produk rengginang lokal melalui perancangan logo dan kemasan yang menarik dan informatif. Inovasi desain logo dan kemasan sangat penting bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) seperti UMKM Rengginang untuk membedakan produk mereka dari pesaing, menarik perhatian pelanggan, dan mencerminkan identitas merek yang kuat. Desain logo dan kemasan produk memiliki peran penting dalam membentuk identitas merek untuk menarik minat konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan dengan wawancara kepada pemilik umkm rengginang, Desain logo dan kemasan juga diperbarui dengan memadukan elemen visual yang menarik, informasi produk yang jelas, serta penekanan pada keunggulan dan keistimewaan rengginang tersebut. Serta adanya Identitas visual yang lebih kuat dan kemasan yang lebih menarik membuat produk lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Inovasi logo dan kemasan dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat identitas produk lokal dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi pada perkembangan desain logo dan kemasan dalam konteks UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan pemasaran produk-produk tradisional.

**Kata kunci :** Inovasi, Logo, Kemasan, UMKM

## Pendahuluan

Rengasdengklok Utara. Desa ini memiliki peran penting dalam sejarah Indonesia. Peristiwa sejarah yang pernah terjadi yaitu peristiwa penculikan Soekarno dan Hatta pada tanggal 16 Agustus 1945 ke suatu rumah yang berada di daerah Desa Rengasdengklok Utara. Lokasi geografis Desa Rengasdengklok Utara terletak di Kabupaten Karawang, Jawa Barat bersebelahan dengan Desa Rengasdengklok Selatan dan Desa Kertasari. Desa Rengasdengklok Utara memiliki luas daerah

Vol. 3 No 1
ISSN 2962-9357
e-ISSN 2962-9942

sekitar 2,76 km2 atau 276 ha (hektare). Desa Rengasdengklok Utara memiliki 8 dusun, 11 RW dan 51 RT. Dusun di Desa Rengasdengklok Utara meliputi Cikangkung Barat I, Cikangkung Barat II, Cikangkung Timur, Jati, Kerajan, Kalijaya I, Kalijaya II, dan Balong Jambe. Desa Rengasdengklok Utara mempunyai lahan sawah seluas 600 ha dan merupakan desa yang memiliki lahan sawah terluas di Kecamatan Rengasdengklok. Salah satu umkm yang terkenal di rengasdengklok utara sendiri yaitu rengginang ibu nyai.

Rengginang adalah sejenis kerupuk tebal yang terbuat dari beras ketan yang dibentuk bulat dan dikeringkan dengan cara dijemur di bawah panas matahari, lalu digoreng panas dalam minyak goreng. Agak berbeda dari jenis kerupuk lain yang umumnya terbuat dari adonan bahan yang dihaluskan s eperti tepung tapioka atau tumbukan biji melinjo, rengginang tidak dihancurkan sehingga bentuk butiran ketannya masih tampak. Rengginang pada umumnya dibuat dengan ditambahkan bumbu penyedap atau pemanis yang asin, biasanya diberi bumbu terasi ada juga yang menggunakan kencur, sedangkan yang manis dibumbui dengan gula kawung atau gula merah, Dalam era globalisasi ini, persaingan di dunia bisnis semakin ketat, terutama dalam industri makanan dan minuman. Di tengah lajunya perkembangan teknologi dan tren konsumen yang berubah dengan cepat, inovasi menjadi kunci utama untuk mempertahankan daya saing sebuah produk. Salah satu aspek penting dalam upaya memperkuat identitas produk dan menarik perhatian konsumen adalah melalui desain logo dan kemasan produk yang menarik dan berkesan.

Rengginang ibu Nayi sendiri berdiri sejak tahun 1997 akan tetapi dikelola oleh ibu nyai di tahun 2003 dan dikembangkan Bersama suaminya. Rengginang ibu Nyai dikenal dikalangan masyarakat sekitar karena memiliki rasa yang berbeda dari renginang pada umumnya memiliki rasa yang gurih, renyah dan tebal. Adapun penjualannya masih di titip kan pada warung- warung sekitar dengan menggunakan kemasan plastic dan tidak ada label pada nkemasannya tersebut. Kurangnya pemasaran dan tampilan kemasan yang kurang menarik menjadikan rengginang ini kurang maksimal dalam hal penjualannya sehingga konsumen hanya dari kalangan warga sekitar saja dan adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk membantu UMKM Rengginang ibu Nyai agar semakin berkembang dan dapat mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi sehingga membuat keuntungan dari penjualan peyek bisa semakin meningkat.

Tujuan utama dari inovasi dalam desain logo dan kemasan produk rengginang adalah untuk menciptakan identitas yang kuat dan berkesan bagi produk tersebut. Dengan desain yang menarik, logo yang tepat, dan kemasan yang atraktif, tujuan-tujuan berikut dapat dicapai. Peningkatan Daya

Vol. 3 No 1
ISSN 2962-9357
e-ISSN 2962-9942

Tarik Visual, Menggambarkan Nilai Tradisional dan Kualitas, Mengikuti Tren Konsumen, Memudahkan Identifikasi Produk, Peningkatan Penjualan. Melalui inovasi dalam desain logo dan kemasan produk rengginang, diharapkan produk ini dapat terus menjadi bagian yang tak terpisahkan dari budaya kuliner dan tetap menjadi pilihan favorit konsumen dalam setiap kesempatan. Dengan demikian, inovasi ini akan berkontribusi pada keberlanjutan bisnis dan warisan budaya yang berharga.

## Metode

Metode awal yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi metode observasi dengan dilakukannya suatu pengamatan secara langsung pada rumah produksi Rengginang yang berada di desa Rengasdengklok Utara dilaksanakan pada hari sabtu tanggal dan bertempatan di cikangkung barat 2, serta Dilanjutkan dengan metode wawancara melalui diskusi dan tanya jawab singkat dengan pelaku usaha mengenai semua hal yang berhubungan dengan pengemasan dan logo produk Rengginang Kemudian ada metode dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Metode dokumentasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung untuk melihat bagaimana kondisi kemasan produk dan gambaran pemasaran yang biasa dilakukan oleh pelaku usaha.

Gambar 1. Kemasan Produk Rengginang

Vol. 3 No 1
ISSN 2962-9357
e-ISSN 2962-9942

Selanjutnya data-data yang sudah didapat tersebut akan diolah dengan mendesain logo dan kemasan Pada tahap ini pelaksana membantu dalam mendesain logo dan kemasan, Produk dijual per kemasan dengan isi 10 harga Rp 16.000 dan tidak dibungkus tahan udara, hanya diikat dengan tali raffia tanpa label. Karena kemasan yang masih sangat sederhana ini maka diperlukan pembuatan logo dan kemasan yang baru sehingga masyarakat lebih mengenal dan tertarik dengan produk yang akan dibeli. Berikut merupakan logo dan kemasan terbaru dari produk:

Gambar 2. Tampilan Logo dan Kemasan Terbaru

Pengemasan produk Rengginang ibu Nyai ini diperbaharui kemasan produknya dengan menggunakan kemasan yang lebih bagus dan menarik, serta diberikan identitas produk dengan ditambahkannya logo. Pada dasarnya memang tidak wajib untuk merubah suatu kemasan. Namun untuk mengejar dan menyeimbangi penjualan pasar pada saat ini, hal tersebut menjadi sebuah keharusan bagi setia umkm.

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, UMKM juga memainkan peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Salah satu aspek yang krusial dalam pengembangan UMKM adalah branding, termasuk logo dan kemasan produk. Dalam konteks ini, peningkatan logo dan kemasan produk rengginang di Desa Rengasdengklok Utara dapat menjadi

Vol. 3 No 1
ISSN 2962-9357
e-ISSN 2962-9942

inovasi yang berpotensi meningkatkan daya saing dan citra UMKM tersebut.

kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan Citra produk dimata konsumen dan kemasan serta logo yang di desain sesuai dengan produk yang dijual dan telah ditetapkan oleh ibu Nyai adalah produk Rengginang yang sudah terkenal dengan kerenyahan dan ketebalan produk tersebut. Setelah dilakukan kegiatan ini pelaku UMKM sudah mulai memahami pentingnya kemasan yang baik apabila dipasarkan pada pasar yang lebih luas. Pelaku UMKM yang sebelumya tidak memiliki logo pada kemasan produknya kini telah memiliki logo kemasan dengan desain yang lebih menarik. Sebelumnya desain logo telah dikoordinasikan dengan pelaku usaha sehingga menghasilkan logo yang simple dan menarik. Pelaku UMKM lebih menyadari pentingnya tampilan kemasan dan kini UMKM Rengginang sudah memiliki logo dan kemasan yang menarik. Hal inipun mendapatkan respons positif.

**Kesimpulan dan Rekomendasi**

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa dengan adanya inovasi branding dan packaging pada produk UMKM Rengginang ini mampu membantu pelaku usaha untuk lebih memahami bahwa pertarungan suatu produk tidak lagi terbatas pada keunggulan kualitas saja, tetapi juga harus ada usaha untuk mendapatkan nilai tambah berupa emotional benefit kepada para konsumen, salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapinya adalah melalui desain produk yang menarik. Karena Inovasi logo dan kemasan produk merupakan langkah penting dalam mengembangkan UMKM rengginang di Desa Rengasdengklok Utara. Dengan memperhatikan identitas lokal, desain yang menarik, informasi yang jelas, dan nilai tambah bagi konsumen, UMKM dapat meningkatkan daya saing dan mengambil bagian dalam pertumbuhan ekonomi lokal serta pelestarian tradisi. Diharapkan strategi pengemasan yang menarik dan dapat terus dilakukan secara berkelanjutan dan dikembangkan kembali sehingga mampu membantu UMKM untuk memperluas pangsa pasar.

**Daftar Pustaka**

Haholongan, W., & Jayadi, I. (2019). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI MEDIA UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN BIR PLETOK (SETU BABAKAN). In Jurnal SISTEM INFORMASI (Vol. 1, Issue 1).

Vol. 3 No 1
ISSN 2962-9357
e-ISSN 2962-9942

Kurniawan, D. T., Shinta Anugrahani, I., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk (Vol. 3, Issue 1).

Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(1), 56–64. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397

Putra, R. P., & Irianandа, S. W. (2020). Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat Prefix-PkM INOVASI KEMASAN DAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMKM TISYA HERBAL DI DESA MULYOARJO.