

## **INOVASI DESAIN LOGO DAN KEMASAN PRODUK RANGINING MAMAH IKI DI DESA KUTAPOHACI**

Mia Anggreini<sup>1</sup> , Sari Marliani<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Buana Perjuangan Karawang

### **Abstrak**

Inovasi desain logo dan kemasan produk adalah langkah penting dalam meningkatkan daya saing, terutama di pasar yang kompetitif. Penelitian ini berfokus pada inovasi desain logo dan kemasan produk Rengginging Mamah Iki di Desa Kutapohaci, dengan tujuan untuk memperkuat identitas merek dan menarik lebih banyak konsumen. Metode yang digunakan meliputi observasi langsung, pelatihan pembuatan logo, dan redesign kemasan. Hasilnya, desain logo baru yang modern berhasil menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Kemasan produk yang diperbarui kini lebih menarik dan informatif, menggunakan bahan berkualitas serta dilengkapi dengan label yang memberikan informasi penting. Solusi anggaran yang efisien telah diupayakan. Inovasi ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan mendongkrak keuntungan UMKM Rengginang Mamah Iki. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dalam desain dapat signifikan mempengaruhi persepsi konsumen dan keberhasilan produk di pasar.

**Kata kunci :** inovasi, desain logo, kemasan produk

### **Abstract**

*Innovation in logo design and product packaging is an important step in increasing the competitiveness, especially in a competitive market. This research focuses on logo design innovation and product packaging of Rengginang Mamah Iki in Kutapohacai Village, with the aim of strengthening brand identity and attracting more consumers. The methods used include direct observation, logo making training, and packaging redesign. As a result, a new logo design that modern elements has succeeded in creating a strong and recognizable brand identity. Updated product packaging is now more attractive and informative, using quality materials and equipped with labels that provide important information. Efficient budget solutions have been sought. This innovation is expected to expand market reach, increase competitiveness, and boost the profits of Rengginang Mamah Iki MSMEs. This study shows that innovation in design can significantly affect consumer perception and product success in the market.*

**Keywords:** innovation, logo design, product packaging

### **PENDAHULUAN**

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu bentuk pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan yang memadukan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa dan bekerja sama dengan mereka dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. (Syardiansah, 2019) Peranan besar dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia, penting bagi pemerintah untuk memberikan perhatian khusus pada sektor ini. UKM memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat kecil dalam setidaknya tiga cara: mengurangi kemiskinan, mengimbangi perekonomian rakyat kecil, dan menghasilkan devisa untuk negara. (Prasetyo & Huda, 2019).

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. Inovasi desain kemasan dan desain logo sangat dibutuhkan dalam sebuah UMKM. Tujuannya adalah agar konsumen dapat mudah mengenal, mengingat, serta lebih mudah untuk memasarkan produk di pasaran luas. Kotler menyatakan bahwa tujuan label adalah untuk mengidentifikasi produk atau merek, menentukan kelas produk, dan menggambarkan informasi tentang produk seperti siapa pembuatnya, tempat pembuatan, tanggal pembuatan, isi, cara menggunakannya, dan cara aman menggunakannya. Kurangnya inovasi dalam desain logo dan kemasan dapat mengakibatkan beberapa masalah signifikan, seperti menurunnya daya tarik produk. Kemasan yang kurang inovatif juga dapat mengurangi fungsi praktisnya, membuat pengalaman konsumen menjadi kurang memuaskan, serta menghambat efektivitas strategi pemasaran dan promosi. Selain itu, desain yang tidak modern dapat memengaruhi persepsi kualitas produk, meskipun produk itu sendiri sebenarnya berkualitas tinggi. Semua ini berpotensi menurunkan penjualan dan mengurangi daya saing di pasar. Hambatan yang ditemukan pada UMKM Ranging Mamah Iki adalah belum adanya inovasi kemasan dan identitas merek yang membuat produk UMKM ini tidak terekpos dan tidak memiliki identitas yang khas. Penjualan produk ranging mamah iki masih di titip kan pada warung- warung sekitar dengan menggunakan kemasan plastik dan tidak memiliki label pada kemasannya. Kurangnya pemasaran dan tampilan kemasan yang kurang menarik menjadikan ranging ini kurang maksimal dalam hal penjualannya sehingga konsumen hanya dari kalangan warga sekitar saja. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk membantu UMKM Ranging mamah iki agar semakin berkembang dan mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi sehingga membuat keuntungan semakin meningkat. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengenalkan inovasi desain logo dan kemasan produk kepada UMKM Ranging Mamah Iki agar UMKM ini memiliki identitas sendiri dan membuat kemasan produk

yang menarik agar menimbulkan persepsi yang baik dari konsumen terhadap Ranging Mamah Iki.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi metode observasi dengan dilakukannya suatu pengamatan secara langsung pada rumah produksi Rengginang yang berlokasi di Dusun III KP. Karees, RT/RW 013/006, Kutapohaci, Ciampel, Karawang, Jawa Barat. Waktu pelaksanaan kegiatan selama satu hari, pada tanggal 21 Juli tahun 2024, serta dilanjutkan dengan metode wawancara melalui diskusi dan tanya jawab singkat dengan pelaku usaha mengenai semua hal yang berhubungan dengan cara pembuatan dan pengemasan produk ranging. berlokasi di Dusun III KP. Karees, RT/RW 013/006, Kutapohaci, Ciampel, Karawang, Jawa Barat. Waktu pelaksanaan kegiatan selama satu hari, pada tanggal 21 Juli tahun 2024. Adapun metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan terdiri dari beberapa tahapan, diantaranya:

### **1. Tahap Persiapan dan Perencanaan**

Dilakukan survei untuk memahami potensi dan kebutuhan UMKM Ranging Mamah Iki

### **2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan**

Memberikan pemahaman tentang pentingnya merek dagang dengan menggunakan logo dan kemasan yang menarik pada kemasan produk yang berfungsi sebagai media informasi mengenai produk yang dipasarkan. Untuk pelatihan dilakukan secara tatap muka langsung di tempat UMKM. Dilakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan logo dan pemilihan re-design

### **3. Tahap Evaluasi**

Pada tahapan evaluasi dilakukan wawancara mengenai kendala yang dihadapi dalam pembuatan desain logo dan pemilihan kemasan produk. Kendala yang dihadapi adalah banyaknya pertimbangan dalam hal biaya pembuatan logo dan re-design yang akan mempengaruhi perubahan modal serta melakukan pertimbangan secara menyeluruh

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Inovasi desain produk adalah proses memperkenalkan perubahan atau peningkatan dalam aspek desain suatu produk untuk meningkatkan fungsionalitas, daya tarik, dan nilai tambah produk tersebut. Tujuan utama dari inovasi desain produk adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara yang lebih efektif dan menarik dibandingkan dengan produk yang ada saat ini. Berikut adalah beberapa aspek penting dari inovasi desain produk. Kemasan produk merujuk pada materi dan desain yang digunakan untuk membungkus, melindungi, dan mempresentasikan produk kepada konsumen. Kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk selama penyimpanan dan pengiriman, tetapi juga memainkan peran penting dalam pemasaran dan komunikasi merek. Salah satu aspek yang penting dalam pengembangan UMKM adalah branding, logo dan kemasan produk. Dalam konteks ini, peningkatan logo dan kemasan produk rengginang di Desa Rengasdengklok Utara dapat menjadi 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 Penggunaan kemasan plastik biasa merupakan pengemasan yang masih dipakai oleh pihak UMKM dan pihak UMKM tidak memiliki identitas sendiri untuk pembeda dari produk UMKM sejenisnya. Hal ini diakibatkan kurangnya keterampilan dan pengetahuan pemilik UMKM akan pentingnya inovasi desain logo dan kemasan produk untuk melakukan branding dan menjaga keamanan produknya. Berdasarkan bebrapa hasil yang ditemui, pengabdian dilakukan untuk membantu UMKM Rangining Mamah Iki untuk membuat desain logo sendiri dan juga regenerasi kemasan produk untuk keamanan dan identitas produk UMKM.

## PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat melibatkan mitra UMKM Rangining Mamah Iki dengan pembuatan desain logo serta kemasan produk diharapkan mampu mengangkat nilai jual produk UMKM. Desain yang menarik dan kemasan yang baik tentunya memiliki nilai lebih bagi pembeli. Logo merupakan salah satu identitas perusahaan ataupun usaha yang menjadi pembeda antara satu produk dengan produk lainnya. Dalam upaya melakukan inovasi desain logo dan kemasan produk maka dilaksanakan pengenalan dan pelatihan pembuatan desain logo produk UMKM Rangining Mamah Iki



**Gambar 1.** Foto Pendampingan Pembuatan Logo Produk

Dengan adanya pendampingan pembuatan inovasi desain logo dan kemasan produk Rengging Mamah Iki di Desa Kutapohaci telah memberikan dampak signifikan terhadap identitas dan daya tarik produk. Proses dimulai dengan tahap persiapan yang melibatkan survei dan analisis

kebutuhan UMKM, dilanjutkan dengan pelatihan desain logo dan redesign kemasan. Logo baru yang diperkenalkan mengintegrasikan elemen tradisional dengan sentuhan modern, menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Kemasan baru yang dirancang lebih menarik dan informatif, menggunakan bahan berkualitas dan dilengkapi dengan label yang menyertakan informasi penting tentang produk.



**Gambar 2.** Desain Logo Rangining

Gambar di atas merupakan desain logo yang sudah disetujui oleh pemilik usaha sebagai logo yang akan dipakai untuk usaha rangining secara berkelanjutan. Logo tersebut akan memudahkan konsumen dalam mengenal, mengingat, serta lebih mudah untuk memasarkan produk di pasaran luas. Menurut Kotler, fungsi dari label adalah untuk mengidentifikasi produk atau merek, menentukan kelas produk, dan menggambarkan beberapa hal mengenai produk



**Gambar 3.** Foto Kemasan Produk

Kemasan produk rangining Mamah Iki pada awalnya hanya menggunakan plastik biasa. Seperti halnya plastic biasa mudah rusak dan tidak menarik. Hal ini membuat penulis memberikan saran untuk kemasan produk yang baru kepada pemilik UMKM seperti pada gambar. Dengan adanya kemasan produk yang baru membuat produk rangining mamah iki akan lebih aman dan tahan lama serta lebih menarik dalam pemasarannya.



**Gambar 4.** Foto Penyerahan Sampel Logo dan Kemasan Produk

Dengan menggunakan logo dapat membangun citra merek yang lebih kuat. Alasan penulis mengganti logo dan menambah label pada produk UMKM Mamah Iki adalah untuk pengenalan merek yang lebih mudah, fleksibilitas dalam penggunaan karena tidak hanya bisa digunakan pada produk, tetapi juga bisa pada kemasan, situs web dan media social. Selain itu juga UMKM bisa lebih berkembang, dan memasuki pasar yang lebih luas, serta membantu meningkatkan penjualan dengan menarik konsumen lebih banyak. Hasil inovasi ini meningkatkan daya tarik visual produk dan persepsi kualitas di mata konsumen. Selain itu, desain kemasan yang baru membuka peluang untuk memperluas pasar dan menarik konsumen di luar wilayah sekitar. Terkait biaya pembuatan dan penyesuaian modal untuk logo dan kemasan yang baru, maka perencanaan anggaran yang matang dan solusi biaya yang efisien telah diupayakan untuk mengatasi masalah tersebut. Secara keseluruhan, inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing Rengginang Mamah Iki di pasar, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan keuntungan serta keberlanjutan usaha.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari inovasi desain logo dan kemasan produk Renggining Mamah Iki di Desa Kutapohaci menunjukkan bahwa pembaruan ini memberikan dampak yang signifikan terhadap identitas dan daya tarik produk. Proses inovasi dimulai dengan survei dan analisis kebutuhan UMKM, diikuti dengan pelatihan untuk pembuatan logo dan redesign kemasan. Logo baru dengan desain modern berhasil menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Sementara itu, kemasan yang diperbarui tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga memberikan perlindungan yang lebih baik serta informasi penting bagi konsumen. Hasil inovasi ini memungkinkan produk Renggining Mamah Iki untuk tampil lebih menonjol di pasar, memperluas jangkauan pasar, dan menarik konsumen yang lebih luas. Meskipun terdapat kendala terkait biaya pembuatan dan penyesuaian modal, solusi anggaran yang efisien telah diupayakan untuk memastikan kelancaran implementasi. Secara keseluruhan, inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta meningkatkan keuntungan dan keberlanjutan usaha UMKM tersebut.

## REKOMENDASI

Berdasarkan hasil inovasi desain logo dan kemasan produk Renggining Mamah Iki, beberapa rekomendasi penting dapat disampaikan untuk mengoptimalkan manfaat dari perubahan tersebut. Pertama, penting untuk melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas desain baru, termasuk mengumpulkan umpan balik dari konsumen untuk memastikan bahwa perubahan ini memenuhi ekspektasi mereka dan memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, memanfaatkan desain logo dan kemasan yang baru sebagai alat promosi melalui kampanye pemasaran di media sosial, website, dan toko-toko dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian konsumen yang lebih luas. Diversifikasi ukuran dan jenis kemasan juga

direkomendasikan untuk memenuhi berbagai segmen pasar, seperti kemasan ukuran kecil untuk percobaan dan kemasan ekonomis untuk pembelian dalam jumlah besar. Peningkatan kualitas kemasan secara berkelanjutan harus diperhatikan untuk memastikan ketahanan dan daya tarik visual tetap optimal. Pengelolaan biaya juga harus menjadi fokus dengan melakukan analisis biaya yang cermat untuk memastikan bahwa pembuatan desain tetap sesuai anggaran tanpa mengorbankan kualitas

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Magdalena, B., Wibaselppa, A., & Febriani, F. (2023). Pendampingan Umkm Kopi Aroma Gs Melalui Pembuatan Logo, Stiker Kemasan, Dan Banner Dalam Upaya Meningkatkan Inovasi Produk. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 4(02), 119–127. <https://doi.org/10.24967/jams.v4i02.2541>
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian Dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.915>
- Umkm, P., Makan, W., Pgri, U. I., Nomor, I., Mikro, U., & Anggraeni, M. (2023). INOVASI DESAIN KEMASAN DAN LOGO SEBAGAI MEDIA PROMOSI 2(2), 149–157.
- Yasin, M. (1945). INOVASI DESAIN PRODUK DAN PEMBUATAN Abstrak. 1, 582–585.

