

# Efektifitas Rebranding Logo dan Foto Produk dalam Strategi Pemasaran UMKM Seblak 55 dan Nura Kripik Pisang Lumer di Kelurahan Rungkut Menanggal, Kota Surabaya

Afrizal Akbar Sanjaya

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

## Info Artikel

**Email korespondensi:**  
Afrizal Akbar Sanjaya  
[afrizalakbar.s03@gmail.com](mailto:afrizalakbar.s03@gmail.com)

**Keyword:**  
Product branding, photo product, packaging logo design

**Kata Kunci:**  
Merek produk, foto produk, desain logo kemasan

## Abstract

*The implementation of the Entrepreneurship Village Development Program aims to improve knowledge and technical knowledge among MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) in building the image of the products they are pioneering. With business actors paying attention to strategy and creativity in building and developing the value of their products. By understanding the importance of logo branding and attractive product photography, it will give a unique and differentiating impression to other business actors. A logo is the identity of a product that has certain characteristics or philosophy. Product photography will be something that must be paid attention to because it is a form of branding or image of a product. The methods used are the observation and preparation, implementation and evaluation stages. Logo branding and product photography are very important because they provide a visual impression to attract consumers' interest in buying a product.*

## Abstrak

Pelaksanaan Program Bina Desa Kewirausahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknik kepada para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam membangun citra produk yang dirintis. Dengan pelaku usaha memperhatikan strategi dan kreativitas dalam membangun dan mengembangkan value produknya. Melalui pemahaman mengenai pentingnya branding logo dan fotografi produk yang menarik akan memberikan kesan yang unik dan pembeda bagi pelaku usaha lainnya. Logo merupakan identitas dari suatu produk yang memiliki ciri khas atau filosofi tertentu. Fotografi produk akan menjadi hal yang harus diperhatikan karena menjadi salah satu bentuk branding atau citra dari sebuah produk. Metode yang dilakukan yakni tahap observasi dan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Branding logo dan fotografi produk menjadi sangat penting karena memberikan kesan visual untuk menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk.



This is an open-access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license

## PENDAHULUAN

Dalam era yang serba digital saat ini, peran penting digital branding menjadi salah satu hal yang tidak bisa dihiraukan lagi oleh semua jenis bisnis, termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat UMKM menjadi pemeran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM termasuk jenis usaha yang jumlahnya paling besar di Indonesia. Mereka juga menjadi kelompok yang dapat bertahan, ketika ada guncangan dari krisis ekonomi. Dalam hal ini juga berlaku pada usaha yang bergerak bergerak di bidang kuliner seperti Seblak dan Naura Keripik Pisang Lumer di wilayah kelurahan Rungkut Menanggal.

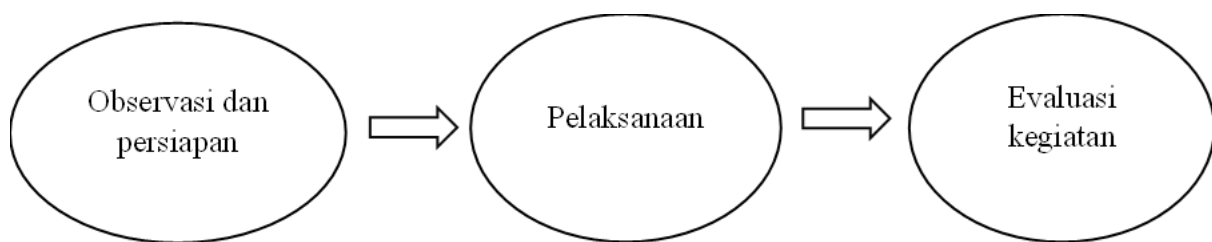
Brand adalah aset yang paling berharga bagi sebuah bisnis. Bahkan nilai sebuah brand melebihi gabungan seluruh properti, dan peralatan yang dimiliki sebuah bisnis (Oscario, 2013). Branding merupakan salah satu kegiatan aktivitas para pengusaha terhadap konsumennya melalui cara memperkenalkan suatu jenis produknya atau brand dengan perencanaan yang telah direncanakan guna membangun atau meningkatkan produk usahanya. Foto produk (*Product Photo Image*) adalah salah satu faktor yang sangat menentukan efektifitas komunikasi visual dalam advertising dan mempengaruhi keberhasilan StarUp dalam mengenalkan dan menjual produk atau layanan mereka (Ners et al., 2021). Branding ini memfokuskan para pelaku usaha memiliki branding produk melalui fotografi. Alasan dari adanya branding ini ialah agar dapat memberikan betapa pentingnya memasarkan produk secara lebih luas kepada pelaku UMKM yang berada di wilayah kelurahan Rungkut Menanggal. Pelaku UMKM di wilayah kelurahan Rungkut Menanggal khususnya Seblak 55 dan Naura Keripik Pisang Lumer memiliki peran penting untuk memperluas jangkauan di bidang kuliner. Namun, tanpa adanya branding khususnya design branding dan fotografi produk yang kuat pelaku umkm mungkin kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Logo label kemasan diharapkan dapat menciptakan kesan utama yang berlangsung secara konsisten pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam meningkatkan penjualan produk dan membangun kepercayaan pelanggan dari UMKM seblak 55 dan Naura keripik pisang lumer. Logo menjadi sebuah pengakuan, kebanggaan, inspirasi kepercayaan, kehormatan, kesuksesan, loyalitas dan keunggulan yang tersirat kedalam suatu bentuk atau gambar (Pertanian & Palopo, 2023). Sebuah logo yang menarik dan mudah diingat dapat menjadi ciri khas yang membedakan produk dari pesaingnya, sehingga dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pasar. Selain itu, logo yang kreatif dan modern juga dapat memberikan kesan positif pada pelanggan dan memperkuat citra merek produk (Mubarok & Sandi, 2023).

Fotografi produk ini merupakan salah satu tantangan utama yang paling sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Dikarenakan fotografi dalam foto produk ini sangat penting bagi para pemilik usaha agar bisa menarik konsumen. Terlebih lagi di era digital Sekarang ini, para pembeli dari Seblak 55 dan Naura Keripik Pisang Lumer kebanyakan akan menilai produk usaha yang akan dibelinya melalui foto produk tersebut. Jika para konsumen tidak mengetahui foto produk yang akan dijual oleh penjual maka ini akan menyebabkan dampaknya pada UMKM. Dengan begitu, penting sekali bagi para pelaku UMKM atau bisnis memiliki fotografi produk yang akan dapat meningkatkan penjualan (Wulan et al., 2023). Hal ini menjadi suatu alasan betapa pentingnya dilaksanakannya pelatihan dan pendampingan yang berupaya untuk melakukan pengadaan foto produk. Fotografi pada produk merupakan salah satu tantangan utama yang perlu dihadapi oleh UMKM. Foto produk yang buruk akan berdampak negatif pada persepsi pelanggan terhadap produk UMKM. Terlebih ketika hidup di era modern ini, para pelanggan hanya dapat menilai produk yang akan dibelinya hanya dari foto produknya. Jika para pelanggan tidak berminat hanya dengan melihat sebuah produk, maka ini akan berdampak pada daya jual produk UMKM tersebut, Proses komersialisasi yang paling mudah adalah dengan membuat foto produk yang baik agar dapat dipasarkan melalui jejaring sosial (Tahalea dan Silviana, 2016).

## METODE

Pada kegiatan pengabdian melalui program Bina Desa di kelurahan Rungkut Menanggal membantu desain logo dan fotografi produk pada UMKM terutama di bidang kuliner. Metode pelaksanaan pada kegiatan Bina Desa dimulai dari tahapan observasi dan persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan. Adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut.



### Obsevasi dan persiapan

Kegiatan pelaksanaan Bina desa ini diawali dengan melakukan riset dan observasi terhadap beberapa UMKM kuliner yang berada di Kelurahan Rungkut Menanggal, setelah dilakukan observasi secara mendalam, maka kegiatan pengabdian ini difokuskan pada Naura keripik pisang lumer dan seblak 55 yang sangat membutuhkan pendampingan untuk mengembangkan usahanya. Setelah dilakukan diskusi secara mendalam, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, diketahui bahwa mitra mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi oleh para kompetitor diluar sana. Selain itu, ditemukan juga bahwa minimnya pengetahuan mengenai kualitas promosi terutama hal mendasar yang perlu dilakukan yakni bagaimana memotret foto produk dan mendesain logo pada yang baik dan menarik untuk mendorong perkembangan usaha membuat kegiatan promosi dalam branding produk pada usaha mitra tidak berjalan dengan baik.

### Pelaksanaan

Setelah mendapatkan data UMKM di kelurahan Rungkut Menanggal terutama di RW 01, saya dan rekan-rekan saya melakukan pembagian, setelah itu mengeksekusi dan menyusun teknik yang digunakan kedepannya. Teknik yang digunakan pada saat melakukan survei UMKM yaitu door to door yang dilaksanakan pada tanggal 26 September 2023. Pada kelompok bina desa ada beberapa yang mefokuskan pada pemilik Naura keripik pisang lumer dan seblak 55, mengingat pihak mitra merupakan UMKM yang masih terbilang baru dan tidak menerapkan strategi promosi terutama pemanfaatan fotografi produk.

Pada tahap pelaksanaan dalam melakukan branding produk dengan cara menciptakan desain logo branding dan foto produk yang menarik dan komunikatif dengan peralatan yang sederhana dan murah. Tidak lupa juga menyampaikan beberapa pesan pentingnya promosi melalui branding produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. Setelah itu, dilakukan pre test dilakukan dengan cara medesain logo pada kemasan dan praktek foto produk dengan menggunakan smartphone oleh mitra berdasarkan pengetahuan yang mereka miliki sebelum kegiatan pelatihan. Setelah melakukan pre test, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi seperti hal-hal yang harus dipersiapkan dalam mengambil foto produk, cara menyusun komponen pendukung dalam foto produk untuk menghasilkan foto yang lebih menarik, dan teknik

foto produk dalam upaya peningkatan branding usaha.

Tahap selanjutnya yaitu kelompok bina desa bersama mitra menyusun alat-alat yang akan digunakan dalam pengambilan foto produk seperti, kamera smartphone, background, komponen pendukung produk dengan baik dan menarik. Kemudian saya memperagakan cara yang benar dalam melakukan foto produk dengan pencahayaan, tata letak produk, dan sudut pengambilan yang tepat agar menghasilkan foto yang menarik. Untuk komponen yang digunakan mendesain logo yaitu smartphone dan aplikasi canva.

### **Evaluasi**

Kegiatan terakhir yaitu evaluasi pada mitra UMKM seblak 55 dan Naura keripik pisang lumer yaitu menyerahkan hasil dari foto produk dan desain logo yang sudah selesai. Pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan kualitas logo dan foto produk, dimana sebelumnya dari hasil pre test menunjukkan bahwa logo dan foto produk terlihat tidak rapi dan kurang menarik.

### **HASIL**

Pada kegiatan pengabdian melalui program bina desa yang berada di kecamatan Gunung Anyar, kelurahan Rungkut Menanggal, kota Surabaya. Tim menemukan informasi yang menjadi permasalahan UMKM Seblak 55 dan Naura Keripik Pisang Lumer. Setelah mendapatkan data tersebut, tim melakukan diskusi dan memutuskan untuk membantu mengenai design kemasan dan fotografit produk dan pembuatan banner.

### **Desain Logo Pada Kemasan**

Elemen identitas visual yang terpenting adalah logo. 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). Anatomi logo terdiri atas elemen gambar dan tulisan yang dikenal dengan istilah picture mark dan letter mark. Picture mark didominasi oleh gambar sedangkan Letter mark, didominasi oleh tulisan. Bisa berupa atau mengandung; foto/gambar kongkrit, gambar abstrak disederhanakan, kata, huruf, singkatan, angka dan tanda baca. Melalui identifikasi anatomi logo, maka perancangan logo dalam mewakili kepribadian produk akan lebih mudah. Komponen-komponen pada logo juga memiliki peran penting terhadap logo itu sendiri, jadi harus sangat diperhatikan sebelum membuat logo. Ada beberapa tips yang harus diperhatikan sebelum membuat logo antara lain:

1. Desain Sederhana

Saat membuat logo pastikan desain logo tersebut tidak terlalu rumit, agar mudah diingat para konsumen.

2. Pemilihan warna yang tepat

Sebelum membuat logo dibuat, pastikan memilih warna yang tepat agar mudah dikenali dan memiliki khas tersendiri.

3. Pemilihan font yang tepat

Pemilihan font juga harus diperhatikan pada saat pembuatan logo, agar para konsumen mudah membaca

4. Originalitas terhadap logo

Pada pembuatan logo harus menghindari plagiarisme terhadap logo lain, jika terjadi meniru logo orang lain bisa mendapatkan hukuman.



Gambar 1 Desain Logo Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Persaingan usaha kuliner memiliki persaingan yang semakin tajam. Estetika dalam suatu kemasan produk dapat menjadi nilai tambah dalam menjaring suatu konsumen. Wirya (1999) dalam Sari (2013), memaparkan bahwa daya tarik pada kemasan dibedakan menjadi dua, yaitu daya tarik visual meliputi unsur-unsur grafis (penampilan kemasan dan label) dan daya tarik praktis meliputi efektifitas, efisiensi yang terdapat pada suatu kemasan (mudah dipajang, dibawa, dibuka, dan lain sebagainya). Pada gambar 1 merupakan model kemasan sebelum ditambahkan logo pada kemasan.



Gambar 2. Kemasan Naura Keripik Pisang Lumer dengan Logo

**Fotografi produk dalam branding**

Foto produk merupakan suatu cara bagaimana kita mengambil gambar dari suatu produk. Selain itu foto produk juga dapat meningkatkan daya Tarik pada konsumen. Dalam membuat foto produk ada beberapa faktor-faktor yang diperhatikan, salah satunya adalah aspek fotografi yang akan diterapkan. Adapun faktor-faktor pendukung

hasil fotografi yang maksimal antara lain ;

1. Faktor pencahayaan

Pada saat melakukan fotografi produk, faktor pencahayaan sangat penting untuk memperjelas suatu produk. Pencahayaan adalah faktor penentu dalam menghasilkan hasil foto yang maksimal, karena prinsip utama dalam fotografi adalah menangkap cahaya.

2. Faktor settingan kamera

Sebelum melakukan foto produk, faktor menyesuaikan setting kamera juga harus diperhatikan, agar hasil dari foto produk mendapatkan hasil yang maksimal, ada tiga settingan dasar pada kamera yaitu ISO, shutter speed, dan aperture.

3. Faktor pemilihan latar belakang

Pemilihan latar belakang pada fotografi produk juga harus diperhatikan. Selain itu, pemilihan latar belakang yang tepat akan membantu konsumen untuk lebih fokus pada produk dari umkm Seblak 55 dan Naura Keripik Pisang Lumer, serta memudahkan dalam proses editing. Anda dapat menggunakan background putih ataupun polos untuk membuat foto lebih fokus pada produknya.

4. Faktor dekorasi properti

Pada faktor selanjutnya, fotografi produk juga harus diperhatikan pada pemilihan properti, agar foto produk memberikan kesan pertama kepada konsumen dan memberikan informasi kepada konsumen.

5. Faktor pengeditan setelah melakukan foto produk

Setelah melakukan foto pada suatu produk, tidak lupa melakukan pengeditan, agar pada proses editing mendapatkan hasil foto tampak lebih sempurna. Jadi, pada saat sebelum melakukan fotografi produk harus memahami beberapa fakto-faktor diatas agar pada saat melakukan foto produk menghasilkan hasil yang maksimal. Berikut ini adalah contoh foto produk yang menerapkan faktor-faktor pendukung agar hasil foto maksimal.



Gambar 6. Hasil foto produk Seblak 55

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan kualitas foto produk yang dihasilkan dan adanya transfer of knowledge dari pemateri kepada mitra (Setyowati & Rohmah, 2022). Semakin tinggi persaingan antar pelaku usaha, peran branding logo dan fotografi produk memberikan efek krusial bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk

membangun identitas yang kuat di pasaran. Kedua elemen ini bisa disimpulkan bahwa penggunaan logo yang efektif dan fotografi produk yang memikat memberikan dampak positif dan signifikan kepada UMKM. Branding logo menjadi wajah visual untuk menarik konsumen dan menjadi pembeda dengan pesaing. Fotografi menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan merek kepada konsumen. Hasil fotografi yang menarik dan berkualitas tinggi mampu untuk membentuk persepsi positif terhadap produk yang dijual. Sehingga strategi branding logo dan fotografi produk memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan daya saing usaha, meningkatkan nilai produk, dan membangun fondasi yang kuat dalam pertumbuhan jangka panjang keberlanjutan penjualan nantinya. Oleh karena itu, pengembangan branding logo dan fotografi produk menjadi sebuah langkah strategis untuk keberhasilan UMKM di era pemasaran yang didominasi oleh faktor visualisasi.

Berdasarkan dari hasil pembahasan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan yakni dari tahap menganalisa kendala usaha UMKM Naura Keripik Pisang Lumer dan Seblak 55 hingga proses evaluasi kegiatan. Kegiatan pelaksanaan branding logo dan fotografi produk dengan kreativitas dan analisa yang telah dilakukan para UMKM binaan mendapatkan pengetahuan mengenai branding produk, seperti pembuatan logo baru dan juga cara menangkap hasil foto produk yang menarik yang siap untuk diedarkan sebagai salah satu bentuk promosi kepada calon konsumen.

Semakin tinggi persaingan antar pelaku usaha, peran branding logo dan fotografi produk memberikan efek krusial bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk membangun identitas yang kuat di pasaran. Kedua elemen ini bisa disimpulkan bahwa penggunaan logo yang efektif dan fotografi produk yang memikat memberikan dampak positif dan signifikan kepada UMKM. Branding logo menjadi wajah visual untuk menarik konsumen dan menjadi pembeda dengan pesaing. Fotografi menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan merek kepada konsumen. Hasil fotografi yang menarik dan berkualitas tinggi mampu untuk membentuk persepsi positif terhadap produk yang dijual. Sehingga strategi branding logo dan fotografi produk memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan daya saing usaha, meningkatkan nilai produk, dan membangun fondasi yang kuat dalam pertumbuhan jangka panjang keberlanjutan penjualan nantinya. Oleh karena itu, pengembangan branding logo dan fotografi produk menjadi sebuah langkah strategis untuk keberhasilan UMKM di era pemasaran yang didominasi oleh faktor visualisasi.

Berdasarkan dari hasil pembahasan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan yakni dari tahap menganalisa kendala usaha UMKM Naura Keripik Pisang Lumer dan Seblak 55 hingga proses evaluasi kegiatan. Kegiatan pelaksanaan branding logo dan fotografi produk dengan kreativitas dan analisa yang telah dilakukan para UMKM binaan mendapatkan pengetahuan mengenai branding produk, seperti pembuatan logo baru dan juga cara menangkap hasil foto produk yang menarik yang siap untuk diedarkan sebagai salah satu bentuk promosi kepada calon konsumen. Dengan memperhatikan nilai estetika yang terkandung dalam sebuah produk. Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini Pelaku UMKM diharapkan mampu mengenali dan mengoptimalkan kemajuan teknologi dalam perkembangan usahanya. Sehingga UMKM dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk memperkuat citra merek, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperluas bisnis mereka kedepannya, serta mampu untuk terus bersaing dengan kreativitas dan inovasi yang dimilikinya

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ners, P. S., Kesehatan, F., Bangsa, U. C., & Wanita, N. (2021). 3 1,2,3. 6(1), 1–13.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>
- Pertanian, F., & Palopo, U. C. (2023). Perancangan Logo dan Desain Kemasan Keripik Pisang Tanduk Arjuna di Kota Palopo. *PERBAL: Jurnal Pertanian Berkelanjutan* 11(1), 74–82. <https://doi.org/10.30605/perbal.v11i1.2291>
- Setyowati, R., & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 75–82. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.236>
- Wulan, D. C., Pratiwi, T. H., & Indayah, Y. W. (2023). Pentingnya Digital Branding Bagi Para Pelaku Umkm Guna Pendahuluan. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 2023: 282-288.