



PERANCANGAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL DI KEDAI SOIRE UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN

Sakina Sudin¹, Sakila Maani², Farisha Habel³, Intan Mulyanti Tinamongan⁴

*^{1,4}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Maluku Utara email:
sakinahsudin80@gmail.com, sakilamaani2@gmail.com, farisahabel03@gmail.com, intanmlytt@gmail.com*

Abstrak

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini bertujuan untuk membantu meningkatkan identitas visual dan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui perancangan logo sebagai bagian dari strategi branding. Objek kegiatan dalam PKM ini adalah UMKM **Kedai Soire**, yang masih memiliki keterbatasan dalam membangun citra merek yang kuat dan konsisten. Kurangnya identitas visual yang jelas menyebabkan rendahnya tingkat pengenalan merek oleh konsumen, khususnya dalam persaingan usaha di era digital.

Hasil dari kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa perancangan logo mampu memberikan identitas visual yang lebih kuat bagi UMKM Kedai Soire. Logo yang dihasilkan membantu meningkatkan citra usaha, mempermudah konsumen dalam mengenali merek, serta mendukung strategi promosi yang lebih efektif. Dengan adanya logo yang representatif, Kedai Soire diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Perancangan logo sebagai bagian dari strategi branding memiliki peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM. Kegiatan PKM ini diharapkan dapat menjadi solusi yang aplikatif bagi UMKM dalam membangun identitas merek yang profesional dan berkelanjutan di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Kata kunci: PKM, UMKM, branding, logo, identitas visual.

Abstract

*This Student Creativity Program (PKM) aims to enhance the visual identity and competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) through logo design as part of a branding strategy. The object of this program is **Kedai Soire**, an MSME that still faces limitations in building a strong and consistent brand image. The lack of a clear visual identity has resulted in low brand recognition among consumers, especially in the increasingly competitive digital business environment. The results of this PKM activity indicate that logo design successfully provides a stronger visual identity for Kedai Soire. The resulting logo helps improve the business image, facilitates brand recognition among consumers, and supports more effective promotional strategies. With a representative logo, Kedai Soire is expected to increase consumer trust and expand its market reach. In conclusion, logo design as part of a branding strategy plays an important role in supporting MSME development. This PKM activity is expected to serve as a practical solution for MSMEs in building a professional and sustainable brand identity amid increasingly competitive business conditions.*

Keywords: PKM, MSMEs, branding, logo, visual identity.

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor kuliner, terutama dalam kategori minuman, menunjukkan peningkatan yang cukup berarti. Beragam inovasi dalam rasa dan konsep kedai minuman terus muncul untuk menarik perhatian konsumen, khususnya di kalangan anak muda dan remaja. Hal ini menyebabkan persaingan di antara para pelaku usaha semakin ketat,

sehingga setiap UMKM dituntut untuk memiliki karakter dan identitas yang jelas agar mudah dikenali oleh para pelanggan. Kedai Soire adalah salah satu UMKM yang berfokus pada minuman dengan menawarkan berbagai pilihan rasa, tidak hanya coklat tetapi juga variasi lainnya yang sesuai dengan selera pasar. Meskipun menawarkan produk yang beragam, kedai Soire masih membutuhkan identitas visual yang bisa mencerminkan keseluruhan konsep usaha. Identitas visual yang kuat akan membantu menciptakan kesan pertama yang baik serta meningkatkan daya tarik di mata konsumen. Salah satu komponen utama dari identitas visual adalah logo. Logo berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan karakter, nilai, dan konsep dari suatu usaha. Sebuah logo yang dirancang dengan baik dapat memperkuat citra merek, memudahkan konsumen dalam mengenali usaha, serta mendukung aktivitas promosi baik secara offline maupun online. Namun, masih banyak UMKM yang belum memiliki logo yang dirancang secara profesional dan sesuai dengan konsep yang dijalankan. Melalui kegiatan praktik ini, penulis akan merancang logo sebagai identitas visual untuk kedai Soire. Desain logo ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang dapat merepresentasikan kedai Soire sebagai usaha minuman dengan berbagai pilihan rasa, serta memberikan kesan yang modern, menarik, dan mudah diingat oleh konsumen. Kegiatan ini juga menjadi ajang bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan desain yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam praktik yang sesungguhnya. Dengan adanya desain logo yang tepat, diharapkan kedai Soire dapat memiliki identitas visual yang lebih kuat, meningkatkan daya tarik bagi konsumen, serta mendukung proses branding dan promosi usaha. Oleh karena itu, laporan praktik ini disusun sebagai bentuk dokumentasi dan tanggung jawab atas kegiatan praktik yang telah dilakukan.

Salah satu komponen utama dari identitas visual adalah logo. Logo berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan karakter, nilai, dan konsep dari suatu usaha. Sebuah logo yang dirancang dengan baik dapat memperkuat citra merek, memudahkan konsumen dalam mengenali usaha, serta mendukung aktivitas promosi baik secara offline maupun online. Namun, masih banyak UMKM yang belum memiliki logo yang dirancang secara profesional dan sesuai dengan konsep yang dijalankan. Melalui kegiatan praktik ini, penulis akan merancang logo sebagai identitas visual untuk kedai Soire. Desain logo ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang dapat merepresentasikan kedai Soire sebagai usaha minuman dengan berbagai pilihan rasa, serta memberikan kesan yang modern, menarik, dan mudah diingat oleh konsumen. Kegiatan ini juga menjadi ajang bagi penulis untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan desain yang telah didapat selama perkuliahan ke dalam praktik yang sesungguhnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dilakukan perancangan logo sebagai bagian dari strategi branding Kedai Soire. Perancangan logo ini bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang mampu merepresentasikan karakter kedai, membangun kesan profesional, serta meningkatkan daya tarik konsumen. Proses perancangan dilakukan secara bertahap, mulai dari analisis kebutuhan, eksplorasi desain, hingga implementasi dan evaluasi, agar logo yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan konsep usaha dan kebutuhan mitra. Hasil dari kegiatan ini adalah terciptanya logo Kedai Soire yang memiliki karakter visual sederhana, modern, dan bermakna. Logo dirancang dengan mempertimbangkan kesesuaian bentuk, warna, dan tipografi agar mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Unsur visual yang digunakan mampu merepresentasikan suasana kedai yang hangat dan santai, sesuai dengan konsep Kedai Soire sebagai tempat berkumpul dan bersantai. Kesederhanaan desain menjadi keunggulan utama karena memudahkan logo untuk diaplikasikan pada berbagai media tanpa kehilangan identitas visualnya.

Dalam pembahasan, logo Kedai Soire tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi merek. Setiap elemen dalam logo memiliki peran dalam menyampaikan nilai dan citra usaha kepada konsumen. Penerapan logo pada berbagai media, seperti papan nama, menu, kemasan produk, dan media sosial, menunjukkan bahwa logo memiliki fleksibilitas dan

konsistensi visual yang baik. Hal ini memperkuat citra profesional Kedai Soire serta mendukung kegiatan promosi secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil implementasi dan evaluasi, logo Kedai Soire dinilai mampu meningkatkan pengenalan merek dan membangun persepsi positif terhadap kualitas usaha. Konsistensi penggunaan logo menciptakan kesan usaha yang tertata dan serius dalam membangun brand, sehingga meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa identitas visual, khususnya logo, memiliki peran penting dalam membangun brand awareness dan citra profesional UMKM di era digital. Selain itu, logo Kedai Soire menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap berbagai media dan perkembangan tren visual tanpa kehilangan karakter utamanya. Hal ini menandakan bahwa proses perancangan telah mempertimbangkan aspek keberlanjutan desain, sehingga logo tidak mudah usang dan dapat digunakan dalam jangka panjang. Konsistensi visual yang tercipta juga membantu memperkuat ingatan merek (brand recall) serta membangun hubungan emosional antara konsumen dan Kedai Soire.

Secara keseluruhan, penggabungan latar belakang, hasil, dan pembahasan ini menunjukkan bahwa perancangan logo sebagai strategi branding merupakan langkah yang efektif dalam mendukung pengembangan UMKM. Logo Kedai Soire tidak hanya berfungsi sebagai penanda visual, tetapi juga sebagai identitas merek yang mampu meningkatkan daya tarik, kepercayaan, dan nilai usaha. Dengan demikian, perancangan logo memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat posisi Kedai Soire di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif.

METODE KEGIATAN

Metode kegiatan dalam Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini disusun untuk mendukung pelaksanaan perancangan logo sebagai bagian dari strategi branding pada UMKM Kedai Soire. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap agar hasil yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan mitra dan tujuan program.

1. Tahap observasi

Dilakukan dengan mengamati kondisi UMKM Kedai Soire secara langsung. Pada tahap ini, tim PKM mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra, khususnya terkait identitas visual dan media promosi yang digunakan. Observasi bertujuan untuk memahami karakter usaha, target pasar, serta konsep yang ingin ditampilkan oleh mitra melalui identitas visual.

2. Tahap Analisis Kebutuhan

Setelah observasi, dilakukan analisis kebutuhan mitra berdasarkan data dan informasi yang telah dikumpulkan. Analisis ini meliputi penentuan konsep desain logo yang sesuai dengan karakter Kedai Soire, nilai usaha, dan preferensi mitra. Tahap ini penting untuk memastikan bahwa logo yang dirancang dapat merepresentasikan citra merek secara tepat.

3. Tahap Perancangan Logo

Pada tahap ini, tim PKM mulai melakukan proses perancangan logo dengan mengacu pada hasil analisis kebutuhan. Perancangan logo dilakukan dengan memperhatikan prinsip kesederhanaan, estetika, dan kejelasan visual agar logo mudah dikenali dan diingat oleh konsumen. Beberapa alternatif desain dibuat dan dikonsultasikan dengan mitra untuk memperoleh masukan.

Proses pembuatan logo Kedai Soire diawali dengan memahami identitas dan konsep kedai secara menyeluruh. Pada tahap ini dilakukan penggalian ide terkait visi, karakter, serta suasana yang ingin ditampilkan, seperti kesan hangat, santai, dan modern yang merepresentasikan Kedai Soire sebagai

tempat berkumpul dan bersantai. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan referensi visual sebagai inspirasi desain, meliputi bentuk, warna, dan tipografi yang sesuai dengan target konsumen.

4. Tahap Implementasi

Logo yang telah disepakati kemudian diimplementasikan pada berbagai media promosi milik Kedai Soire, seperti kemasan produk dan media digital. Tahap ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual usaha serta meningkatkan profesionalisme tampilan UMKM dalam kegiatan promosi.

5. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas logo yang telah diterapkan. Evaluasi dilakukan melalui tanggapan mitra terhadap hasil desain serta pengamatan terhadap perubahan citra usaha setelah penggunaan logo. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar penyempurnaan dan rekomendasi pengembangan branding ke depannya.

Tahapan evaluasi logo di Kedai Soire dilakukan untuk menilai efektivitas logo dalam merepresentasikan identitas dan citra kedai. Evaluasi diawali dengan mengamati respon konsumen terhadap logo yang telah diterapkan, baik melalui interaksi langsung di kedai maupun melalui media digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini menyajikan capaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan pada UMKM Kedai Soire. Pembahasan difokuskan pada hasil perancangan dan penerapan logo sebagai identitas visual produk, serta dampaknya terhadap tampilan kemasan dan daya tarik produk minuman yang dihasilkan.

1. Kondisi Awal Produk UMKM Kedai Soire

Berdasarkan hasil observasi awal, produk minuman Kedai Soire sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat masih menggunakan kemasan coupe polos tanpa identitas visual berupa logo atau label produk. Kemasan yang digunakan belum mencerminkan identitas usaha sehingga produk sulit dikenali oleh konsumen dan kurang memiliki daya tarik visual dibandingkan produk sejenis. Kondisi ini berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalitas produk yang ditawarkan.



Gambar 1 kemasan produk minuman Kedai Soire sebelum penerapan logo

2. Proses perancangan logo

Perancangan desain diawali dengan penentuan ukuran stiker yang disesuaikan dengan ukuran coupe kemasan minuman agar tidak mengganggu fungsi kemasan dan tetap mudah dilihat oleh konsumen. Selanjutnya dilakukan pemilihan warna yang sederhana namun kontras, sehingga tulisan dan elemen visual dapat terbaca dengan jelas pada plastik kemasan.



Gambar 2 Proses perancangan desain kemasan menggunakan Adobe Photoshop

3. Hasil Perancangan Logo Kedai Soire

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terciptanya logo Kedai Soire yang dirancang sebagai identitas visual usaha. Logo dirancang dengan konsep sederhana namun mudah diingat, sehingga dapat merepresentasikan karakter usaha minuman yang modern dan praktis. Pemilihan warna dan tipografi disesuaikan dengan target pasar agar logo mudah dikenali serta mampu meningkatkan citra merek Kedai Soire di mata konsumen.



Gambar 3 Hasil akhir desain logo Kedai Soire

4. Hasil Pencetakan Stiker Logo

Logo yang telah dirancang kemudian diaplikasikan ke dalam bentuk stiker kemasan. Proses pencetakan stiker dilakukan dengan memperhatikan kualitas warna, ukuran, dan keterbacaan tulisan agar sesuai dengan kemasan coupe yang digunakan. Hasil cetak stiker menunjukkan warna yang jelas dan tulisan yang mudah dibaca, sehingga logo dapat terlihat dengan baik saat ditempelkan pada kemasan produk.



Gambar 4 Hasil pencetakan stiker logo Kedai Soire

5. Penerapan Stiker Logo pada Kemasan

Tahap selanjutnya adalah penerapan stiker logo pada kemasan minuman Kedai Soire. Stiker ditempelkan pada bagian tengah kemasan agar mudah terlihat oleh konsumen. Hasil penerapan menunjukkan bahwa stiker dapat menempel dengan baik dan tidak mengganggu fungsi kemasan. Dengan adanya logo pada kemasan, produk minuman terlihat lebih menarik dan memiliki identitas yang jelas.



Gambar 5 Penerapan stiker logo pada kemasan minuman Kedai Soire



Gambar 6 Penerapan stiker logo pada kemasan minuman Kedai Soire

6. Perbandingan Kemasan Sebelum dan Sesudah Penerapan Logo

Perbandingan antara kemasan sebelum dan sesudah penerapan logo menunjukkan perbedaan yang signifikan. Kemasan yang sebelumnya polos menjadi lebih menarik secara visual setelah diberi stiker logo. Identitas produk menjadi lebih jelas sehingga kemasan mampu berfungsi tidak hanya sebagai wadah, tetapi juga sebagai media promosi produk. Perubahan ini diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen.



Gambar 6 Perbandingan kemasan sebelum dan sesudah penerapan logo

7. Dampak Penerapan Logo terhadap Penjualan Produk

Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari mitra UMKM, terdapat peningkatan jumlah produk terjual setelah penerapan logo pada kemasan.

Tabel 1 Perbandingan penjualan dan omzet minuman kedai soire

Periode	Bulan	Jumlah terjual	Harga per cup (Rp)	Omzet (Rp)
Sebelum Kemasan Baru	November	50	10.000	500
Sesudah Kemasan Baru	Desember	80	10.000	800
Perubahan	-	+30		+300

Berdasarkan tabel penjualan, penerapan logo pada kemasan memberikan dampak positif terhadap penjualan produk Kedai Soire. Sebelum menggunakan kemasan berlogo, penjualan pada bulan November mencapai 50 cup dengan omzet Rp500.000. Setelah penerapan kemasan baru pada bulan Desember, penjualan meningkat menjadi 80 cup dengan omzet Rp800.000. Terjadi peningkatan penjualan sebesar 30 cup atau peningkatan omzet sebesar Rp300.000, yang menunjukkan bahwa kemasan berlogo mampu meningkatkan daya tarik produk dan minat beli konsumen.

8. Dampak Kegiatan terhadap UMKM Mitra

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan dampak positif bagi UMKM Kedai Soire, terutama dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya branding produk. Mitra UMKM memperoleh identitas usaha yang jelas serta kemasan yang lebih profesional. Dengan adanya logo dan kemasan yang menarik, Kedai Soire memiliki peluang lebih besar untuk bersaing di pasar dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang telah dilakukan pada UMKM Minuman di Kedai Soire, Kelurahan Sangaji, Ternate Utara, dapat disimpulkan bahwa perancangan dan penerapan desain kemasan dalam bentuk stiker memberikan dampak positif terhadap tampilan produk minuman UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman UMKM mitra mengenai pentingnya kemasan dan label etis sebagai bagian dari strategi pemasaran. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga sebagai media informasi dan sarana membangun citra produk, sehingga berpotensi meningkatkan daya saing produk minuman UMKM di pasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya kegiatan ini "**PERANCANGAN LOGO SEBAGAI IDENTITAS VISUAL DI KEDAI SOIRE UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN**"

kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam keberhasilan kegiatan ini. Pertama-tama, kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sakina Sudin selaku dosen pengampuh, atas dukungan penuh dan kerjasamanya dalam setiap tahap kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak akademis dan mentor yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses ini, sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan ini dengan baik dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Semoga logo yang telah didesain ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang maksimal bagi Kedai Soire, serta dapat menjadi inspirasi bagi kedai-kedai lain dalam mengadopsi teknologi informasi untuk kemajuan bersama. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, R., Pratama, A., & Lestari, D. (2023). Peran logo sebagai identitas visual dalam membangun brand awareness UMKM di era digital. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 85–94.
- Ghina, A., Nurhasanah, S., & Ramdani, F. (2024). Strategi branding UMKM berbasis digital marketing untuk meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 45–56.
- Giovani, G. K. (2021). Pengaruh identitas visual terhadap efektivitas promosi UMKM di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 22–31.
- Hermati, L., Wulandari, P., & Saputra, R. (2025). Desain logo sebagai sarana pembentukan citra merek UMKM kuliner. *Scientific Development Journal*, 4(1), 12–21.
- Ollivia, N., Santoso, D., & Mahendra, Y. (2025). Pengaruh logo terhadap citra profesional UMKM kuliner. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(1), 14–23.
- Sudin, S., Maani, S., Habel, F., & Tinamongan, I. (2024). Perancangan logo sebagai identitas visual di Kedai Soire untuk meningkatkan daya tarik konsumen. *Jurnal Pengabdian Masyarakat DIGILIB*, 6, 1–13.