

Penguatan Branding Pada UMKM Yofi Fish Melalui Penunjuk Arah Dan Logo Kemasan Di Desa Sidowayah Kabupaten Rembang

Angelina Salsa Faradilla¹, Susanti Dwi Ilhami², Rumaji³, Elsamia Ramadhani Juairiyah⁴, Ahmad Saiful Ade Prayoga⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang

Email: salsangelina40@gmail.com¹, susantidwiilhami@gmail.com², wjrumaji@gmail.com³, elsam7818@gmail.com⁴, adpryoga@gmail.com⁵

Article Info

Article history:

Received Juni 06, 2025

Revised Juni 15, 2025

Accepted Juni 18, 2025

Keywords:

UMKM
Logo Label
Nama Merek
Penunjuk Arah

Keywords:

UMKM
Logo Label
Brand Name
Direction Sign

ABSTRAK

Kuliah Kerja Usaha (KKU) KKU atau Kegiatan Kepemudaan dalam Lingkungan Kampus adalah suatu program yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan kemampuan generasi muda dalam berbagai aspek kehidupan yang biasanya dilakukan di perguruan tinggi. Sasaran kegiatan ini adalah 1 pelaku usaha yaitu Bapak Yokim pemilik usaha Yofi Fish, UMKM yang membutuhkan bantuan untuk mengembangkan usahanya. Tujuan dilakukannya kegiatan ini adalah untuk membantu mengembangkan bisnisnya dalam hal pemasaran dan branding. Kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) yang dilakukan Mahasiswa Universitas YPPI Rembang bersama Dosen Pembimbing memberi pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya logo label, nama merek dan penunjuk arah usaha yang menarik yang dapat memperkuat identitas merek, memberikan nilai tambah dan mempermudah akses konsumen dalam menuju tempat usaha. Hasil yang dicapai melalui penerapan program logo label, nama merek dan penunjuk arah UMKM Yofi Fish telah berhasil berkembang dengan meningkatnya penjualan, meningkatnya *brand image*, dan meningkatnya *brand awareness*. Pemilik UMKM merasa sangat terbantu dan sangat puas dengan adanya program tersebut. Untuk memperluas jaringan distribusi produk UMKM yang lebih efektif yaitu melalui strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial.

ABSTRACT

Business Work Lecture (KKU) KKU or Youth Activities in Campus Environment is a program that aims to develop the skills and abilities of the younger generation in various aspects of life that are usually carried out in universities. The target of this activity is 1 business actor, namely Mr. Yokim, the owner of the Yofi Fish business, an MSME who needs help to develop his business. The purpose of this activity is to help develop his business in terms of marketing and branding. Community service activities (KKU) carried out by YPPI Rembang University Students together with Supervisors provide assistance to MSME actors regarding the importance of attractive label logos, brand names and business directions that can strengthen brand identity, provide added value and facilitate consumer access to the place of business. The results achieved through the implementation of the Yofi Fish MSME logo label, brand name and direction program have succeeded in growing with increased sales, increased brand image, and increased brand awareness. MSME owners feel very helped and very satisfied with the program. To expand the distribution network of MSME products more effectively, namely through marketing strategies using social media.

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



1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) ialah usaha ekonomi produktif yang di miliki perseorangan atau lembaga bisnis yang sudah mencukupi persyaratan usaha mikro sesuai ketentuan UU No.20/2008. Peran masyarakat dalam UMKM sangat penting karena posisinya yang strategis pada pemanfaatan SDA (sumber daya alam) di bidang pertanian, ekonomi serta pangan

[1]. UMKM memiliki peran penting pada pengurangan taraf angka pengangguran di Indonesia. UMKM bisa menjadi solusi dalam meningkatkan perekonomian Indonesia adalah bisnis dibidang kuliner karena merupakan salah satu bisnis yang banyak diminati bahkan dikalangan anak muda. Pasalnya, sektor pangan dinilai sangat menjanjikan karena pangan ialah kebutuhan utama manusia pada keseharian kehidupan. Satu diantara UMKM yang ada di Rembang ialah UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng.

Sebelumnya, UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng memiliki kemasan produk yang sederhana dan kurang menarik dengan menggunakan logo label dan penunjuk arah yang sederhana dan kurang menarik untuk di lihat dari nilai jualnya. Tim KKU membantu menyelesaikan salah satu permasalahan yang dirasakan UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng khususnya terkait logo label dan penunjuk arah yang menarik untuk UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Dengan membuat logo label yang lebih menarik dan mampu bersaing di pangsa pasar besar hal tersebut bertujuan untuk membantu membangun kepercayaan konsumen, menciptakan hubungan emosional dengan merek. membuat logo label merupakan investasi penting untuk membangun merk yang kuat dan membuat produk lebih dikenal dan mempunyai ciri khas untuk masyarakat masyarakat. Untuk halnya pembuatan penunjuk arah ini di harapkan dapat untuk mempermudah akses konsumen dalam menuju tempat usaha.

Pada saat ini UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng memulai berjualan dengan memiliki logo label dan penunjuk arah yang kurang menarik. Hal tersebut menjadikan produk yang akan dijualnya kurang dikenali publik. UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng mempunyai keunggulan dalam bisnisnya yaitu rasanya yang enak, tidak menggunakan bahan pengawet, harga relatif murah sehingga konsumen tertarik berbelanja dengan berbelanja simple yang lelenya sudah siap di goreng dengan bumbu yang sangat enak. UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng memiliki daya tarik suatu produk tidak hanya tercermin pada rasanya saja, tetapi juga pada logo label dan akses penunjuk arah yang mudah. Kebanyakan UMKM mulai berjualan tanpa menggunakan logo label dan penunjuk arah. *Branding* sangat berguna karena membantu UMKM menonjol dari pesaingnya. Untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng, tim KKU membantu membuat logo label dan penunjuk arah yang sangat simpel dan menarik.

Program pengabdian masyarakat ini berfokus pada pembuatan logo label dan penunjuk arah, sehingga dengan memiliki logo label dan penunjuk arah yang menarik akan meningkatkan pangsa pasar dan menimbulkan kesan profesional. Oleh karena itu, tim KKU berupaya untuk memberikan desain yang terbaik dan menarik untuk UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng, dengan logo label dan penunjuk arah yang menarik sehingga akan membuat para konsumen tertarik serta dapat membantu untuk mempermudah akses konsumen dalam menuju tempat usaha terhadap produk Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Logo label dan penunjuk arah sangat penting sekali karena seiring berjalannya waktu adanya perubahan zaman tim KKU bergegas mencoba mendorong pihak UMKM untuk lebih progresif dibandingkan berdiam diri di zona nyaman dan mengikuti sesuai perkembangan zaman.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi menjadi hal yang tidak bisa dihindari. Dengan perkembangan teknologi yang signifikan, media pemasaran dapat mempengaruhi UMKM. Hal ini bisa menjadi jalan bagi UMKM untuk lebih mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada untuk memaksimalkan penjualan dan memperkenalkan produknya kepada calon konsumen. Para pelaku UMKM tidak hanya harus mampu mengoptimalkan teknologi yang ada, pelaku UMKM juga harus mampu membaca kebutuhan atau situasi konsumen, sehingga kedepannya para pelaku UMKM tidak hanya perlu memikirkan bagaimana usahanya dapat bertahan. Para pelaku UMKM harus dapat membaca permintaan konsumen yang ada sehingga pelaku UMKM dapat menciptakan inovasi-inovasi baru dari kompetitor lain yang dapat menarik konsumen.

Di era yang terus berkembang saat ini, kemasan memegang peranan yang sangat penting dalam menunjang *brand image* produk UMKM. Di Indonesia, pelaku UMKM seringkali

mengabaikan logo label pada kemasannya [3]. UMKM lebih mengutamakan strategi pengemasan produk dan mengabaikan faktor pendukung lainnya seperti *labeling*. Faktanya memiliki logo label dan nama merek yang menarik membuat produk UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng semakin diminati dan dikenal masyarakat. Logo label adalah suatu gambar, tulisan, atau kombinasi keduanya yang ditambahkan, ditempelkan atau dicetak sebagai bagian dari kemasan untuk memberikan informasi lengkap mengenai nama merek, komposisi, legalitas, fungsi dan deskripsi produk [3]. Penunjuk arah merupakan bagian dari sistem wayfinding yang berguna untuk memberi arah dan petunjuk ke lokasi tertentu dengan menggunakan simbol, tanda, tipografi, dan tampilan visual lainnya [4].

Untuk perkembangan di era modern ini kita juga ingin mengedukasi kepada Bapak Yokim untuk berani berspekulasi dengan membuat frozen food demi dapat mengembangkan produknya sendiri menjadi lebih berkembang, inovasi produk frozen food merupakan peluang besar bagi UMKM untuk meraih pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan (Novita, 2022). Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang diperlukan untuk mengembangkan dan memasarkan produk frozen food secara efektif. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengembangan UMKM dalam menghadapi tantangan pasar dan membuka peluang baru bagi pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

Logo label sangat penting karena UMKM dapat memiliki ciri khas yang unik dan menarik pada produknya untuk membantu konsumen mengenalinya. Logo juga seringkali bersifat nonverbal sehingga dapat dipahami di berbagai kategori produk. Oleh karena itu, pembuatan logo harus semenarik mungkin, karena logo label tidak hanya menjadi ciri khas suatu produk, namun juga berperan sebagai brand dari produk tersebut. Salah satu peran branding adalah menyampaikan citra positif kepada konsumen. Oleh karena itu, agar produk UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng dapat selalu bertahan di masyarakat, para pelaku UMKM harus memahami hal-hal terpenting [3].

Penunjuk arah merupakan elemen utama dalam sistem tanda yang dirancang secara ergonomis dengan penggunaan warna khas, tipografi jelas, dan tata letak strategis agar pengunjung tidak merasa kebingungan. Tujuan dari penunjuk arah sendiri dapat mempermudah untuk mempermudah akses konsumen dalam menuju tempat usaha [4].

Dalam dunia bisnis, Identitas suatu produk sangat penting. Dengan identitas produk, konsumen dapat lebih mudah mengenali produk yang dijual dan merek yang kuat dapat meningkatkan kesan khas dan unik. Membangun reputasi yang baik dan kepercayaan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, menciptakan keunggulan yang kompetitif dan meningkatkan pangsa pasar. Selain itu produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang tinggi. Sehingga, membangun nama merek dan logo label sangat penting karena akan membantu UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng membedakan produknya dari kompetitor lainnya, baik itu produk yang sama maupun berbeda.

Branding ialah satu diantara kesuksesan pada pelaksanaan UMKM. Kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dijual diperkuat oleh mereknya. Sebuah merk memudahkan para pelanggan mengingat nama produk, logo atau simbol produk sehingga berdampak besar terhadap penjualan dan meningkatkan daya beli masyarakat. Label yang menarik sangat penting untuk kemasan karena label merupakan identitas produk. Konsumen dapat membedakan produk satu sama lain dengan logo label dan nama merek [5-8].

Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) adalah 1 pelaku usaha yang bernama Bapak yokim. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM yang membutuhkan bantuan untuk mengembangkan UMKM tersebut supaya lebih maju dari sebelumnya. Sehingga tim KKU berinisiatif untuk membantu UMKM tersebut dengan membuat program sesuai permasalahan yang dihadapi UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng yaitu kurang menarik adanya logo label pada kemasan produknya. Karena logo label dan nama merek merupakan hal penting dalam menjalankan bisnis di bidang kuliner.

Berangkat dari kondisi diatas maka kegiatan KKU dilaksanakan di UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng dapat memberikan edukasi pentingnya logo label dan penunjukarah terhadap prodak UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Dengan adanya kegiatan pengabdian KKU pemilik UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng dapat mengetahui masalah dan apa yang perlu dijalankan guna menyelesaikan permasalahan yang menimpa UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Kegiatan pengabdian KKU ini diharapkan dapat memberikan dampak pada penjualan UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng meningkat dari sebelumnya.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) dilaksanakan secara penuh dilapangan. Peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) adalah pemilik UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng yang bernama Bapak Yokim. Tim KKU memilih untuk membantu dalam perkembangan UMKM tersebut karena kurang dikenal oleh Masyarakat. Tim KKU berinisiatif untuk membantu Bapak Yokim selaku pemilik usaha UMKM tersebut menggunakan program logo label, nama merek dan penunjuk arah usaha. Alasan memilih program tersebut yaitu karena logo label, nama merek dan penunjuk arah usaha sangat penting sekali dalam meningkatkan citra produk UMKM dan meningkatkan penjualan.

Metode Kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) pada UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng berlokasi di Desa Sidowayah, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang:

a. Pra survey lokasi

Dengan adanya pra survey lokasi ini bertujuan untuk mengetahui secara langsung lokasi yang akan digunakan untuk kegiatan pengabdian KKU sekaligus meminta perijinan kepada pihak pemilik UMKM untuk dilakukanya kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng yang berada di Desa Sidowayah Kabupaten Rembang.

b. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini, tim melakukan survei awal ke pelaku UMKM dengan melakukan observasi dan wawancara kepada para pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan salah satunya kendala menghambat perkembangan UMKM yaitu tentang branding produk. Identifikasi masalah digunakan sebagai dasar pemilihan materi dan jenis pelatihan yang akan diberikan bagi pelaku UMKM, yang nantinya dalam pengabdian kepada masyarakat memberikan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM.

c. Pelaksanaan Program

1. Pelatihan dan workshop mengenai pentingnya Branding

Tim KKU menyelenggarakan pelatihan dan workshop bagi UMKM untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang betapa pentingnya branding melalui logo label, nama merek serta penunjuk arah usaha dalam strategi pemasaran. Dengan adanya pelatihan, supaya pemilik UMKM bisa diajak untuk berkembang terhadap bisnis yang dijalani. Karena branding merupakan hal penting dalam menjalankan bisnis. Penerapan logo label dan penunjuk arah dapat memberikan keuntungan bagi UMKM karena dapat meningkatkan nilai produk yang membuat konsumen lebih tertarik pada produknya serta mempermudah akses konsumen dalam menuju tempat usaha.

2. Pembuatan program logo label dan nama merek pada kemasan

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng, pemilik usaha yaitu Bapak Yokim ikut terlibat dalam diskusi pembuatan logo label, nama merek, pemilihan desain logo label yang diterapkan pada kemasan serta pemilihan tempat untuk penempatan penunjuk arah. Tim KKU bersama pemilik UMKM membuat beberapa desain logo label yang menarik, serta pemilik UMKM yang akan menentukan desain yang akan di terapkan pada kemasan produknya. Hasil setelah diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) dengan menjalankan beberapa

program yang telah dibuat membuahkan hasil, terdapat peningkatan yang signifikan dalam penjualan, kesadaran masyarakat terhadap produk yang meningkat, serta peningkatan *brand recognition*nya.

3. Membantu proses pembuatan Lele bumbu kuning siap goreng

Tim KKU membantu Yofi Fish dalam proses produksi lele bumbu kuning siap goreng. Mulai dari pembersihan ikan, pengungkepan dengan bumbu kuning yang meresap, hingga pengemasan untuk menjaga kesegaran produk sehingga siap digoreng kapan saja oleh konsumen.

4. Pendistribusian kepada konsumen

Produk lele bumbu kuning siap didistribusikan dengan sistem pengemasan yang menjaga kualitas dan kesegaran selama pengiriman. Tim KKU membantu jalur distribusi yang efisien, termasuk pengiriman langsung ke konsumen dan menjaga produk ketika perjalanan agar produk sampai ke konsumen dalam kondisi baik. Selain itu, pemasaran produk dilakukan melalui media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan penjualan secara signifikan.

d. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dan evaluasi merupakan dua kegiatan terpadu dalam rangka pengendalian suatu program. Tujuan monitoring dan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat pencapaian dan kesesuaian antara rencana yang telah ditetapkan dalam perencanaan pengabdian dengan hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian secara berkala. Apabila dalam pelaksanaan monitoring dan evaluasi ditemukan masalah, maka secara langsung dapat dilakukan bimbingan, saran-saran dan cara mengatasinya. Selain itu, pendampingan teknis juga membantu UMKM meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar [9].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui program pengabdian masyarakat (KKU), tim KKU membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng, yaitu tidak adanya logo label dan nama merek. Berkat adanya kegiatan tersebut, UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng sekarang telah memiliki logo label dan nama merek yang menarik. Dengan keberadaan logo label dan nama merek tersebut, kemasan produk menjadi lebih menarik dan mampu menarik minat pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Pembahasan solusi berdasarkan permasalahan UMKM yaitu belum memiliki logo label dan penunjuk arah.

3.1 Pra survey bersama DPL

Dengan adanya pra survey lokasi ini bertujuan untuk mengetahui secara langsung lokasi yang akan dituju untuk dilakukan kegiatan pengabdian KKU dan meminta perijinan kepada pihak UMKM untuk dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng yang berada di Desa Sidowayah Kabupaten Rembang.



Gambar 1. Pra survey bersama Dosen Pembimbing

3.3 Identifikasi potensi dan masalah

Tim KKU yang terdiri dari 3 mahasiswi dari Universitas YPPI Rembang melakukan identifikasi terhadap masalah atau kendala apa saja yang dihadapi Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng dengan cara melakukan interview kepada pelaku UMKM Yofi Fish yaitu Bapak Yokim. Melalui kegiatan wawancara dengan pemilik UMKM tersebut, membantu mengembangkan beberapa ide dari Bapak Yokim sendiri, tim KKU dapat mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Salah satu permasalahan yang ditemukan di UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng adalah ketiadaan logo label nama merek dan penunjuk arah terhadap produknya.

3.2 Pelaksanaan Program

3.2.1 Pelatihan dan workshop mengenai pentingnya branding

Tim KKU menyelenggarakan pelatihan dan workshop bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang betapa pentingnya branding melalui logo label dan nama merek dalam strategi pemasaran. Pelaku usaha yaitu Bapak Yokim, terlibat dalam diskusi pembuatan dan pemilihan desain yang diinginkan. kemudian, tim KKU bersama pemilik usaha merancang logo label dan Penunjuk arah semenarik mungkin terkait masalah yang dirasakan Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng.

Tabel 1. Hasil pre test pelatihan pembuatan logo label

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah pihak usaha sudah pernah membuat logo kemasan?	100%	0%
2	Apakah pernah mengikuti seminar pentingnya logo?	0%	100%
3	Apakah sebelumnya sudah tahu cara membuat logo label pada kemasan?	50%	50%
4	Sejauh ini apakah proses pembuatan logo sulit?	100%	0%

Tabel 2. Hasil post test pelatihan pembuatan logo label

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Pada saat pelatihan mengalami kesulitan?	10%	90%
2	Menurut proses pembuatan logo apakah sulit proses pembuatan logo?	10%	90%
3	Apakah puas dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) atau pelatihan?	100%	0%

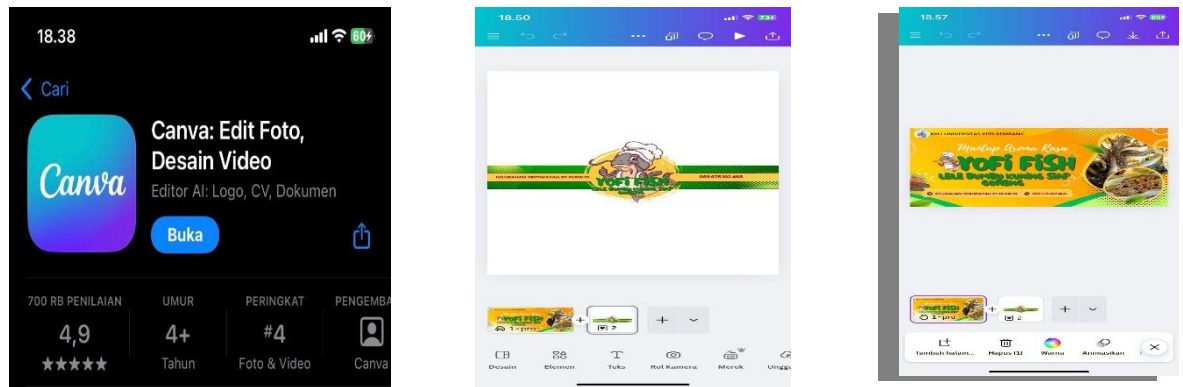
Sebelum dia adakanya pelatihan tim KKU memberikan arahan terlebih dahulu melalui pre test dan post test. Tujuannya agar mengetahui penangkapan peserta terhadap materi yang diberikan. Hasil pre test dapat pada Tabel 1. Pelatihan diikuti oleh 1 peserta yaitu pemilik UMKM. Dari hasil pre test terlihat bahwa peserta 100% belum mengetahui cara membuat logo label dan menganggapnya sebagai hal sulit. Namun, setelah mengikuti pelatihan, pemilik UMKM 100% telah berhasil memahami cara membuat logo label untuk kemasan produk mereka.

3.3 Penyusunan program

Tim KKU mendiskusikan dengan pemilik UMKM yang bernama Bapak Yokim mengenai logo label dan nama merek. Logo label dan Penunjuk arah dapat memberikan ciri khas tersendiri sehingga mudah dikenali. Tim KKU dan pemilik UMKM yang bernama Bapak Yokim saling berdiskusi dan bertukar saran mengenai pembuatan logo label dan pemilik UMKM yang akan menentukan desain yang akan di terapkan pada kemasan produknya. tim KKU mempunyai ide memberikan nama merek yaitu Yofi Fish yang artinya yofi yang mendasari dari nama Bapak Yokim sendiri dan fish yang mengartikan lele yang di jualkan tersebut. Pembuatan logo label bersama pemilik UMKM melihat referensi dari google. Setelah berdiskusi dengan pemilik UMKM akhirnya pemilik UMKM memilih logo label yang menggunakan warna kuning hijau dan desain yang simpel.

3.4 Pembuatan program logo label, nama merek dan penunjuk arah

Merancang logo label yang dipilih oleh pemilik UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng, tim KKU menggunakan platfrom desain dengan <https://www.canva.com> Desain lebih banyak mengusung warna kuning hijau. Mereka menciptakan desain logo label yang menarik untuk kemasan produk UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Dengan adanya logo label dan penunjuk arah yang dibuat, diharapkan konsumen akan lebih mengidentifikasi dan membeli produk yang ditawarkan oleh UMKM tersebut [10]. logo label dan penunjuk arah mempunyai pengaruh yang besar dan sangat penting karena dengan adanya logo label label dan penunjuk arah, pelanggan dapat membedakan produk satu sama lain dan membuat kemasan lele bumbu kuning siap goreng tersebut menjadi menarik dan unik hingga pelanggan tertarik berbelanja [11-13] dan dapat meningkatkan pendapatan penjualan UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng. Hambatan yang dihadapi dalam melaksanakan program kegiatan pengabdian masyarakat yaitu keterbatasan waktu dengan pemilik UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng,serta dalam pengelolaan bapak Yokim sendiri belum berani memiliki stok yang melimpah di karenakan keterbatasan modal biaya serta sibuknya pemilik UMKM dalam memproduksi lele bumbu kuning sehingga sulit bertemu.



Gambar 2. Desain logo label dan banner produk UMKM Yofi Fish

3.5 Membantu proses produksi

Dalam kegiatan KKU di UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng, tim KKU membantu proses produksi dengan di berikan arahan kepada Bapak Yokim cara mulainya distribusi dari awal sampai akhir. Tim membantu dalam tahap pemberian bumbu hingga pengemasan produk. Untuk pendistribusian, produk dikemas dalam kemasan vakum yang higienis sehingga pada saat tim mengirim langsung ke konsumen produk masih dalam keadaan baik dan siap untuk digoreng. Dengan melihat teknis produksi dan sistem distribusi yang diselenggarakan ini, bisa dipastikan bahwa UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng mampu menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan kepuasan konsumen serta penjualan produk lele bumbu kuning siap goreng.



Gambar 3. Tahap pengemasan

3.6 Hasil akhir dari kegiatan yang dilaksanakan di UMKM Yofi Fish

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat (KKU), UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng kini telah memiliki logo label nama merek dan penunjuk arah. Aspek-aspek tersebut sangat penting bagi pemilik UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng dalam menjalankan usahanya karena dapat memberikan dampak positif yang mendorong perkembangan UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng dari sebelumnya. UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng belum bisa membangun brandingnya logo label nama merek yang kurang menarik dan tidak tersedianya penunjuk arah karena tidak akan ada yang mengenalinya. Dengan adanya program pembuatan logo

label nama merek dan penunjuk arah semoga dapat memberikan manfaat kepada pihak UMKM. Hasil setelah diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat (KKU) dibidang kuliner melalui logo label nama merek dan penunjuk arah UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng mengalami peningkatan dalam penjualan yang signifikan, masyarakat lebih mengenal produknya, peningkatan brand recognitionnya, meningkatkan daya saing terhadap produknya di kalangan pasar.



Gambar 4. Hasil kegiatan program logo label nama merek produk dan penunjuk arah

3.7 Evaluasi Kegiatan

Tujuan tim KKU melakukan evaluasi bersama dengan pelaku usaha untuk menilai efek dari perubahan branding yang telah dilakukan dan evaluasi ini memungkinkan tim KKU untuk menentukan apakah program yang diberikan kepada UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng berjalan dengan baik. Evaluasi dilakukan dengan mengukur peningkatan penjualan, tingkat kepuasan konsumen, serta peningkatan *brand awareness* setelah pelaksanaan program. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penjualan dan pengenalan merek Yofi Fish di pasar lokal. Evaluasi ini juga didukung oleh literatur yang menyatakan bahwa branding yang efektif dan distribusi yang baik berkontribusi pada keberhasilan UMKM dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis [14]. Selain itu, pelatihan dan pendampingan teknis terbukti meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan [15-17].



Gambar 5. Evaluasi dan penarikan kegiatan pengabdian masyarakat (KKU)

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program KKU di UMKM Yofi Fish lele bumbu kuning siap goreng berhasil meningkatkan pemahaman pemilik usaha tentang pentingnya branding melalui pelatihan pembuatan logo label dan penentuan nama merek yang menarik dan mudah dikenali. Pembuatan logo dan penunjuk arah yang tepat membantu memperkuat identitas produk lele bumbu kuning siap goreng sehingga meningkatkan daya tarik konsumen dan penjualan. Selain itu, pendampingan dalam proses produksi dan pendistribusian produk mampu menjaga kualitas dan kesegaran produk hingga sampai ke tangan konsumen. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan waktu dan modal, program ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap perkembangan usaha Yofi Fish. Hasil dari kegiatan KKU Universitas YPPI Rembang yang telah dilaksanakan di UMKM Yofi Fish adalah mengembangkan dan memperluas wilayah pemasaran berupa pembuatan logo label, nama merek dan penunjuk arah. Strategi pemasaran ini bertujuan untuk mengenalkan UMKM Yofi Fish kepada masyarakat, supaya masyarakat bisa mengetahui jenis dan kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.

Berikut beberapa saran yang disampaikan oleh penulis terait dengan topik pembahasan

1. Pemilik UMKM disarankan untuk terus mengembangkan kapasitas produksi dengan manajemen waktu yang lebih baik dan mencari alternatif sumber modal agar dapat meningkatkan stok produk dan memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat.
2. Disarankan untuk melakukan pelatihan lanjutan mengenai manajemen usaha dan pengelolaan keuangan agar UMKM lebih siap dalam menghadapi tantangan bisnis ke depan.
3. Perlu adanya evaluasi berkala terhadap kualitas produk dan layanan distribusi untuk memastikan kepuasan konsumen tetap terjaga dan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

REFERENSI

- [1] Pratama, A., & Baihaqi, M. (2023). Peran UMKM dalam pemanfaatan sumber daya alam di sektor pertanian dan pangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Kreatif*, 4(2), 55–60.
- [2] Dewi, Mandira, Kusuma, & Wijaya. (2023). Peranan logo label dalam pengemasan produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Dewantara: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora*, 1(1), 1–7.
- [3] Husna, Yulianita, & Iryanti. (2023). Pentingnya logo label untuk memperkuat brand identity UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Kreatif*, 4(1), 22–28. <https://ojs.gelcipnus.org/index.php/jpmik>
- [4] Widyatama. (2021). Penunjuk arah sebagai elemen wayfinding ergonomis pada usaha mikro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Kreatif*, 3(1), 30–35.
- [5] Rahmawati, R., Pangesti, R. D., Isnubroto, D., & Mahbub, J. (2023). Pendampingan pembuatan merk usaha gula merah pada Dusun Dukuh Rt 5 Rw 2 Desa Regunung, Kec. Tenganan. *Jurnal Hilirisasi Technology Kepada Masyarakat (SITECHMAS)*, 4(2), 119–123.
- [6] Santoso, H. (2022). Pendampingan teknis UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Kreatif*, 3(1), 70–76.
- [7] Setiawan, H., & Hidayat, N. (2020). Pengaruh branding dan distribusi terhadap keberhasilan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Kreatif*, 2(2), 40–46.

- [8] Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongsari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92–101.
- [9] Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan program pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 2(3), 493–498.
- [10] Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap pendapatan nasional pada sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135.
- [11] MT, R. R. (2024). Perancangan Sign System dengan Pendekatan Ergonomi. *Jurnal Pasti*, 3(1), 15–22.
- [12] Novita. (2022). Inovasi produk frozen food sebagai peluang pengembangan UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Kreatif*, 3(2), 45–50.
- [13] Pitaloka, W. D. (2024). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Inovasi Produk. *Buletin Abdi Masyarakat*, 4(2), 82–88.
- [14] Setiadi, T., Kusumajaya, R. A., Priyadi, P., Wibawa, E. S., & Sudirman, B. (2024). Peningkatan Strategi Bisnis Digital Dalam Upaya Untuk Promosi dan Informasi Branding Produk Bagi Pelaku UMKM Di Kabupaten Semarang. *Buletin Abdi Masyarakat*, 5(1), 59–67.
- [15] Setiadi, T., Wibawa, E. S., Sudirman, B., & Wijayanti, A. (2024). Pendampingan Penggunaan Branding Untuk Social Media Marketing Bagi Pelaku UMKM Kota Pati. *Buletin Abdi Masyarakat*, 4(2), 148–155.
- [16] Wibowo, H., Marni, Z., Suryaningrum, R. A., Agustami, S. S., Pamungkas, G. A. W., & Sa`abani, N. K. (2020). Edukasi Pemasaran Daring untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Guesin Pacs Desa Cibodas Jawa Barat. *Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial Desa dan Masyarakat*, 1(2), 59–66.
- [17] Wulan Suryandani. (2023). Penguatan Merk dan Optimalisasi Pemasaran Pada UMKM Tiara Cengkaruk Di Desa Sidomulyo, Kecamatan Kaliori, Kabupaten Rembang. *Buletin Abdi Masyarakat*, 4(1), 36–42.