

Received: September 2024

Accepted: Desember 2024

Published: Januari 2025

Article DOI: <http://dx.doi.org/10.24903/jam.v9i01.3107>

## **Pemberdayaan UMKM Keripik Tempe Syahira melalui Identitas Visual Logo dan Kemasan untuk Meningkatkan Produksi dan Pemasaran**

*Mukhsin Patriansah**Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia*[mukhsin\\_dkv@uigm.ac.id](mailto:mukhsin_dkv@uigm.ac.id)*Agustina Heryati**Sistem Informasi, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia*[agustina.heryati@uigm.ac.id](mailto:agustina.heryati@uigm.ac.id)*Imelda Saluza**Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri, Indonesia*[imeldasaluza@uigm.ac.id](mailto:imeldasaluza@uigm.ac.id)

### **Abstrak**

Pemberdayaan memiliki tujuan penting yakni untuk mengembangkan dan sekaligus meningkatkan keahlian dalam menghadapi perubahan dunia bisnis yang begitu kompleks. Terdapat dua masalah utama yang dihadapi mitra, *pertama* usaha keripik tempe Syahira masih diproduksi secara manual dan tradisional, sehingga belum bisa memenuhi kebutuhan pasar yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. *Kedua*, tidak adanya identitas logo dan kemasan yang merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran. Solusi yang ditawarkan dari masalah tersebut adalah memberdayakan UMKM keripik tempe Syahira pada skema Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Kegiatan ini berfokus pada aspek produksi dan pemasaran melalui identitas visual logo dan kemasan. Target dan capaian dapat dilihat dari kualitas dan kuantitas produksi keripik tempe. Kemudian, target dan capaian dari segi identitas visual logo dan kemasan yang dibuat juga memiliki dampak dan pengaruh yang kuat dalam hal promosi dan pemasaran produk. Jumlah peserta yang mengikuti program PKM ini berjumlah 28 peserta yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga, anggota keluarga dan pelaku usaha lainnya yang masih baru membuka atau merintis sebuah usaha. Kegiatan PKM ini dilaksanakan di rumah produksi keripik tempe Syahira selama dua hari yakni pada tanggal 26-27 Agustus 2024 yang melibatkan 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa dari program studi Desain Komunikasi Visual UIGM. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan bisa menjadi bekal dan pengetahuan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan dan meningkatkan pemasaran produk yang lebih luas.

**Kata Kunci:** *UMKM, Keripik Tempe, Identitas Visual, Pemasaran.*

### **Pendahuluan**

*Home Industry* atau Industri Rumah Tangga adalah salah satu wujud dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia UMKM merupakan salah satu soko guru perekonomian selain koperasi (Irrubai, 2015, p. 16). UMKM mempunyai peran yang besar dalam pengembangan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan

penyerapan tenaga kerja, pengembangan UMKM memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan di suatu Negara (Afianti & Suhartono, 2020, p. 52). Dari pernyataan tersebut, maka pemberdayaan masyarakat dalam dunia usaha saat ini sangat penting untuk dilakukan, dengan tujuan memberdayakan, mengembangkan dan sekaligus meningkatkan perekonomian warga dalam menghadapi perubahan dunia bisnis yang begitu kompleks dan dinamis, hal ini menjadi suatu peluang, sekaligus ancaman dan tantangan bagi para pelaku usaha. Salah satu UMKM yang memiliki pengaruh terhadap perekonomian warga saat ini adalah usaha pada bidang produk makanan ringan.

Banyaknya makanan ringan yang beredar dan dikonsumsi oleh masyarakat tentu menjadi salah satu faktor penyebab terjadinya keracunan makanan, khususnya pada anak-anak. Seperti yang terjadi di Sukabumi, sekitar 28 siswa Sekolah Dasar (SD) mengalami keracunan makanan ringan jamur pedas manis saat upacara bendera. Jenis makanan ringan yang dikonsumsi, seperti jamur dengan rasa pedas dan manis, namun kenyal ketika dikunyah seperti permen (Felisiani, 2024). Makanan ringan yang instan seperti ini, begitu marak beredar di tengah masyarakat, sebagian besar yang mengkonsumsinya adalah anak-anak. Maka dari itu, produk makanan ringan harus benar-benar dilihat secara detail, mulai dari bahan baku, produksi, kemasan, izin, dan masa kadaluarsa harus benar-benar diperhatikan kualitas dan kebersihannya.

Di Kota Palembang, ada salah satu UMKM yang bergerak dibidang produk makanan ringan yang didirikan oleh keluarga ibu Siti Aina dan Kukuh Wiyono pada tahun 2018, dengan nama usaha yakni keripik tempe Syahira. Adapun nama Syahira mereka ambil dari nama anak sulungnya yang bernama Syahira. Bahan dasar produk keripik tempe ini adalah tempe yang diproduksi sendiri oleh ibu Aina dan suaminya, berbekal dari pengalaman saat mengikuti kegiatan pelatihan pembuatan tempe di pulau Jawa. Pada awalnya, tempe yang dibuat menemukan beberapa kendala seperti tempennya yang keras karena kebanyakan memberikan ragi, rasanya yang apem, kadar kandungan air yang berlebihan, ruangan fermentasi yang tidak memadai, hingga kualitas kedelai yang digunakan. Melalui beberapa kali percobaan, pada akhirnya ibu Aina dan suaminya sudah bisa mengolah tempe secara maksimal. Adapun lokasi UMKM keripik tempe Syahira beralamat di Jln. Tanjung Barangan Irtanjung Palam rt 02, rw 03 Kel Bukit Baru Kec Ilir Barat 1 kota Palembang, lihat gambar 1.



Gambar.1 Lokasi UMKM Keripik Tempe Syahira

Kondisi mitra pada gambar 1, berdasarkan potensi wilayahnya sangat memadai dalam memasok bahan utama kedelai, hal ini merupakan bagian yang sangat penting dalam menjaga eksistensi produksi tempe. Pasokan yang cukup, produsen tempe dapat terus memproduksi produk berkualitas tanpa kekhawatiran kekurangan bahan baku (Deoranto & Astuti, 2019). Dalam produksinya, usaha keripik tempe Syahira memberdayakan ibu-ibu rumah tangga dan anggota keluarga sebagai pekerja untuk mengisi waktu luang. Secara keseluruhan produksi keripik tempe Syahira ini dilakukan secara manual dan tradisional. Berdasarkan hasil studi kasus, terdapat dua masalah utama yang ditemukan. *Pertama*, menurut ibu Aina setiap tahunnya keripik tempe Syahira mengalami peningkatan permintaan konsumen dan *reseiller*, yang awalnya sekitar 10-15 Kg/perhari dan saat ini mengalami peningkatan hingga 30-50 Kg/perhari. Sehingga, ibu Aina selaku *owner* kewalahan untuk memenuhi permintaan konsumen tersebut. Faktor utamanya adalah sistem produksi yang masih manual dan tradisional. Masalah *kedua*, promosi dan pemasaran produk yang masih sangat sederhana dan kurang menarik, karena belum adanya identitas visual logo dan kemasan produk.

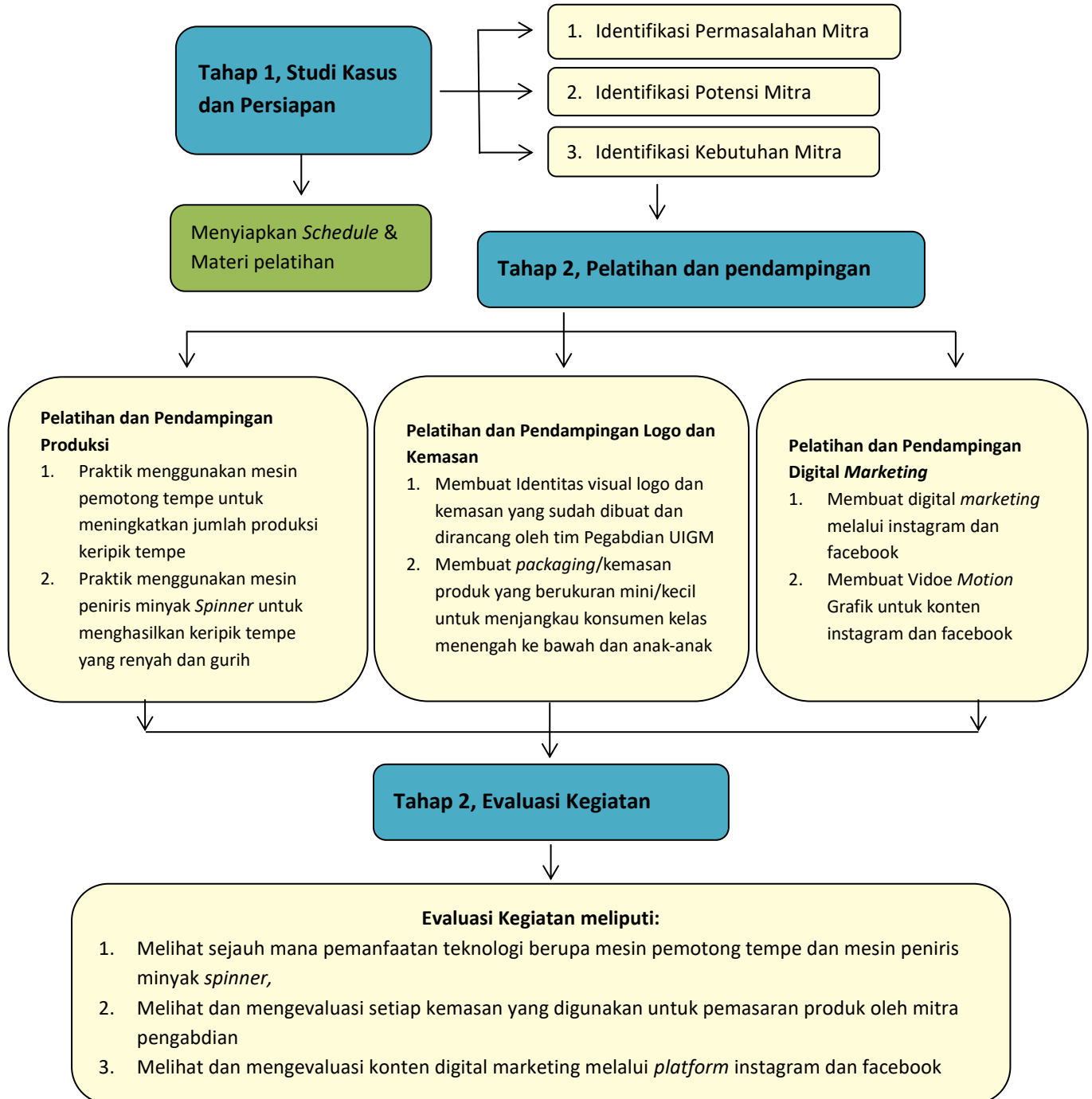
Persaingan pasar yang begitu pesat dengan banyaknya jenis-jenis makanan ringan yang beredar, tentu menjadi ancaman sekaligus tantangan bagi pelaku usaha keripik tempe Syahira untuk terus berinovasi dalam rasa, produksi dan pemasaran. Di sisi lain, pelaku UMKM banyak yang kurang memaksimalkan pada aspek *branding*, seperti logo dan kemasan produk. Identitas visual logo dan kemasan merupakan bagian yang sangat penting dalam aspek *marketing*, karena langsung berkaitan dengan penampilan sebuah produk. Artinya, para konsumen akan melihat kemasan terlebih dahulu sebelum membeli, kemudian baru kualitas, isi, bobot atau rasa dari produknya. Di samping itu, kemasan juga sangat mempengaruhi nilai dan harga jual dari suatu produk. Produk dengan kemasan yang dirancang dan didesain secara matang dan maksimal nilai dan harganya tentu akan sangat berbeda dengan produk yang dikemas tanpa identitas visual logo dan kemasan yang biasa saja. Menurut Azizah media *packaging* atau kemasan adalah komponen penting dalam *branding* produk, di samping itu *packaging* berperan penting dalam menciptakan identitas merek, menarik perhatian konsumen, dan melindungi produk (Azizah et al., 2024, p. 81). Hal ini lah yang harus benar-benar diperhatikan oleh pelaku usaha, agar produk yang dibuat mampu bersaing baik dari sisi kualitas produk dan pemasarannya.

Berawal dari masalah tersebut, penulis menjalin kerjasama terhadap mitra dan menawarkan solusi dari masalah yang dihadapi dalam skema Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) untuk memenuhi kewajiban tridharma perguruan tinggi di lingkungan Universitas Indo Global Mandiri (UIGM). Kegiatan pengabdian ini sangat penting untuk dilakukan sebagai upaya untuk memberdayakan UMKM keripik tempe Syahira melalui identitas visual logo dan kemasan. Adapun solusi yang ditawarkan melalui kegiatan PKM ini adalah *pertama*, memberikan pelatihan dan pendampingan produksi menggunakan peralatan berupa mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *Spinner*. *Kedua*, membuat serta merancang identitas visual logo dan kemasan yang menarik untuk membangun citra visual dari produk keripik tempe Syahira, agar mudah diingat oleh masyarakat luas. *Ketiga*, pelatihan digital *marketing* dengan cara membuat *platform* instagram dan facebook. Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah untuk meningkatkan hasil produksi dan pemasaran produk keripik tempe Syahira. Dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah produksi dan kualitas dari produk keripik tempe yang dihasilkan, serta mampu meningkatkan nilai pasar melalui perancangan identitas visual logo dan kemasan.

### Metode

Menurut Patriansah metode merupakan suatu langkah atau tahapan yang digunakan untuk menyelesaikan suatu masalah yang dihadapi. Penggunaan metode yang tepat sangat mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu kegiatan pelatihan (Patriansah et al., 2022, p. 85). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan bagian dari pemberdayaan masyarakat dalam dunia usaha untuk mewujudkan kemandirian dalam menghadapi persaingan pasar yang begitu pesat. Salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang perlu dilakukan program pemberdayaan melalui kegiatan PKM adalah UMKM keripik tempe Syahira yang beralamat di jln. Tanjung Barangan Irtanjung Palam rt 02, rw 03 Kel Bukit Baru Kec Ilir Barat 1 kota Palembang. Metode kegiatan PKM ini metode pelatihan dan pendampingan produksi keripik tempe menggunakan peralatan berupa mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *Spinner* dan membuat strategi pemasaran melalui perancangan identitas visual logo dan kemasan. Menurut Rizky, dkk penyuluhan tentang teknik pemasaran, bertujuan agar mitra dapat menjual produknya dan diterima secara baik dimasyarakat (Rizky et al., 2020, p. 82).

Jumlah peserta yang mengikuti program PKM ini berjumlah 28 peserta yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga, anggota keluarga dan pelaku usaha lainnya yang masih baru membuka atau merintis sebuah usaha. Kegiatan PKM ini dilaksanakan selama dua hari yakni pada tanggal 26-27 Agustus 2024 yang melibatkan 3 orang dosen Universitas Indo Global Mandiri sebagai pembicara dan praktisi, serta melibatkan 2 orang mahasiswa dari program studi Desain Komunikasi Visual UIGM. Materi kegiatan sudah disusun dan disiapkan jauh-jauh hari sebelum kegiatan PKM dilaksanakan, persiapan lainnya juga sudah disusun seperti memberikan peralatan produksi dan membuat perancangan identitas visual logo dan kemasan. Hal ini bertujuan, agar ketika kegiatan PKM berlangsung bisa efektif dan efisien, sehingga para peserta pelatihan bisa dengan mudah menyerap materi pelatihan yang diberikan. Berikut beberapa tahapan yang sudah dirumuskan dalam kegiatan pelatihan ini, untuk lebih jelas lihat gambar 2.



Gambar.2 Tahapan Kegiatan PKM

## Hasil dan Pembahasan

### *Pemberdayaan Sebagai Upaya Membangun Sinergitas*

Pemberdayaan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Keripik tempe Syahira merupakan suatu implementasi untuk membangun sinergitas dengan tujuan agar UMKM keripik tempe Syahira mampu bersaing dalam menghadapi perubahan dunia bisnis yang begitu kompleks dan dinamis. Membangun sinergitas, diperlukan kerjasama yang baik antara pelaku usaha, pemerintah, dan kaum intelektual atau cendekiawan. Pelaku usaha berfokus pada aspek produksi dan mengembangkan produk yang dibuat. Pemerintah berperan sebagai jembatan untuk membantu dan memberikan, baik itu modal, promosi dan pemasaran melalui berbagai *event-event* yang diselenggarakan baik tingkat regional, nasional hingga internasional. Sedangkan, kaum intelektual berperan untuk melakukan riset dan kajian dalam menemukan masalah yang dihadapi dan memberikan solusi dalam hal pengembangan, baik dari aspek peralatan yang digunakan, *branding*, kemasan, logo, manajemen, digital *marketing*, dan lain sebagainya. Menurut Susila (2016) dalam dalam Wolok, dkk menjelaskan mengungkapkan bahwa Sinergi Pemerintah dan Perguruan Tinggi serta masyarakat sangat diperlukan dalam upaya pemberdayaan untuk meningkatkan kesejahteraan (Wolok et al., 2020).

Melalui sinergitas dari ketiga unsur yakni pelaku usaha, pemerintah dan kaum intelektual merupakan suatu langkah yang nyata untuk meningkatkan hasil produksi dan nilai pasar dari UMKM Keripik tempe Syahira. Atas dasar ini, tim pengabdian Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) melakukan kegiatan pengabdian dan berkerjasama dengan elemen pemerintah yakni ibu Yeni Febrianti, S.Si., M.Si sebagai Koordinator Indukubator Bisnis Sumatera Selatan dan pelaku usaha yakni UMKM keripik tempe Syahira. Tim pengabdian UIGM selaku kaum intelektual atau cendekiawan melakukan studi kasus terhadap masalah yang dihadapi dan kebutuhan mitra. Hasil studi kasus tersebut, dilanjutkan membuat program pengabdian pada skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM). Sinergitas tersebut diharapkan mampu dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya dan mampu membuka lapangan pekerjaan baru, terutama bagi ibu-ibu rumah tangga yang masih pada masa produktif (30-45 tahun) dan sekaligus sebagai peserta kegiatan pelatihan ini. Berikut para peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan ini, lihat gambar 3.



Gambar.3 Foto Bersama Para Peserta Pelatihan dan Tim PKM UIGM

### *Proses Kegiatan Produksi Keripik Tempe*

Proses kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini terdiri dari beberapa tahap, di antaranya adalah tahap *pertama*, studi kasus dan persiapan, tahap *kedua* yakni pelatihan dan pendampingan, tahap *ketiga* yakni evaluasi kegiatan.

#### 1. Tahap *Pertama*, Studi Kasus dan Persiapan

Kegiatan PKM ini diawali dengan tahap melakukan studi kasus dan persiapan. Studi kasus dilakukan dengan cara observasi dan wawancara kepada pelaku usaha UMKM keripik tempe Syahira, tujuannya mencari masalah utama yang dihadapi oleh mitra, potensi serta keterampilan. Seperti penjelasan Patriansah, bahwa observasi dan wawancara bertujuan untuk mengumpulkan berbagai informasi terkait pokok permasalahan mitra, potensi, keterampilan peserta, peralatan yang digunakan, menyiapkan materi pelatihan dan menentukan tempat dan jadwal pelatihan (Patriansah & Ramadhon, 2023, p. 120). Berdasarkan hasil studi kasus, masalah utamanya adalah sistem produksi yang masih manual dan tradisional. Masalah lainnya adalah pada aspek promosi dan pemasaran produk yang masih sangat sederhana dan kurang menarik pada aspek identitas visual logo dan kemasan produk.

Setelah melakukan studi kasus dan menemukan pokok masalah, maka persiapan pelatihan dimulai dengan menyusun agenda atau *schedul* dan menyiapkan materi pelatihan. Ruang lingkup materi pelatihan yang disampaikan kepada para peserta pada aspek pemanfaatan teknologi, peran dan fungsi logo dan kemasan pada produk serta materi digital *marketing*. Materi pelatihan yang telah disusun, kemudian dipresentasikan kepada para peserta pelatihan. Berikut dokumentasi kegiatan sosialisasi dan presentasi materi pelatihan pada hari pertama yakni pada hari senin, tanggal 26 Agustus 2024. Adapun kegiatan presentasi materi pelatihan dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar.4 Presentasi Materi Pelatihan

Tahapan persiapan lainnya adalah menganalisis kebutuhan mitra, karena masalah utamanya adalah sistem produksi yang masih bersifat manual dan tradisional, maka tim pengabdian UIGM mengalokasikan dua unit peralatan utama dalam memproduksi keripik tempe berupa mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *Spinner*, untuk lebih jelas lihat gambar 5. Dua unit peralatan pada gambar 5 tersebut diperoleh dari dana hibah pengabdian Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dirjen Dikti) tahun anggaran 2024, pada skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PMB). Di samping itu, tim pengabdian juga berkerjasama dengan Ibu Yeni Febrianti., S.Si., M.Si sebagai Koordinator Indkubator Bisnis Sumsel untuk mempromosikan produk keripik tempe Syahira di wilayah Sumatera Selatan. Selanjutnya, tim

pengabdian UIGM juga menyiapkan bahan-bahan lainnya untuk kegiatan pelatihan ini di antaranya bahan utama pembuatan tempe seperti kacang kedelei, tepung, sagu, ragi, plastik dan bahan serta peralatan lainnya seperti minyak goreng, garam, kompor gas, timbangan dan lainnya. Untuk lebih jelas lihat gambar 6.



Gambar.5 (1) Mesin Pemotong Tempe, (2) Peniris Minyak *Snipper*



Gambar.6 Bahan dan Peralatan Lainnya yang Dibutuhkan Mitra

## 2. Tahap *Kedua*, Pelatihan Dan Pendampingan

Kegiatan PKM ini dimulai dengan kegiatan pelatihan dan pendampingan membuat tempe sebagai bahan utama bagi para peserta pelatihan. Adapun yang memberikan pelatihan ini adalah ibu Aina sendiri selaku *owner* dari UMKM keripik Syahira kepada para pelaku usaha yang masih baru memulai merintis usaha. Pelatihan dan pendampingan membuat tempe ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para peserta dalam membuat tempe yang baik dan benar. Kemudian, kegiatan pelatihan ini juga diharapkan para peserta mampu memproduksi tempe secara mandiri untuk mengurangi modal pengeluaran usaha, untuk lebih jelas lihat gambar 7.



Gambar.7 Pelatihan dan Pendampingan Membuat Tempe

Pelatihan dan Pendampingan produksi selanjutnya adalah mempraktikkan secara langsung cara penggunaan mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *spinner*. Pelatihan dan pendampingan penggunaan mesin pemotong tempe ini bertujuan untuk memproduksi keripik tempe dengan peralatan mesin, sehingga para peserta dan khususnya para pelaku usaha mampu meningkatkan jumlah produksi setiap harinya. Pelatihan dan pendampingan selanjutnya adalah pendampingan penggunaan mesin peniris minyak *spinner*; tujuannya untuk memproduksi keripik tempe yang gurih dan renyah karena kadar minyaknya sedikit, sehingga bisa tahan lama. Berikut pelatihan dan pendampingan selama kegiatan PKM berlangsung, untuk lebih jelas lihat gambar 8. Kegiatan PKM ini juga turut menyerahkan 1 unit mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *spinner* kepada pelaku usaha UMKM keripik tempe Syahira, lihat gambar 9.



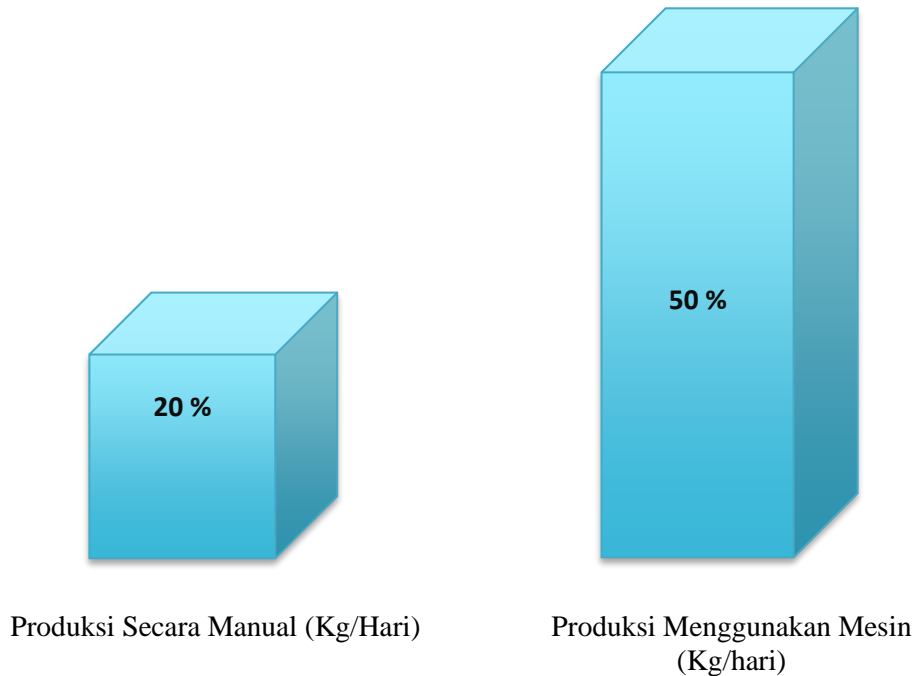
Gambar.8 Pelatihan dan pendampingan penggunaan mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *spinner*



Gambar.9 Penyerahan mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *spinner* kepada UMKM keripik tempe Syahira

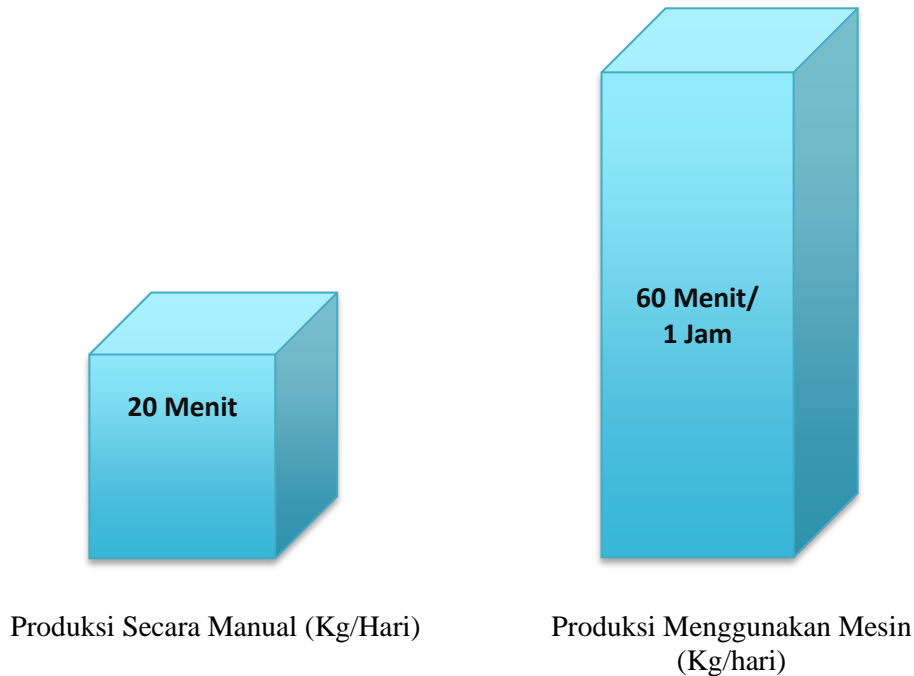
### 3. Tahap *Ketiga*, Evaluasi Kegiatan

Evaluasi merupakan bagian terpenting dalam kegiatan pengabdian yang bertujuan untuk mengukur dan menilai kemampuan para peserta dalam menyerap materi pelatihan dan pendampingan yang sudah diberikan. Capaian dari kegiatan ini dapat dijadikan masukan serta bahan evaluasi pada kegiatan PKM selanjutnya. Berdasarkan hasil evaluasi, para peserta pelatihan sudah bisa menggunakan mesin pemotong tempe, sehingga mampu meningkatkan jumlah kuantitas produksi keripik tempe perharinya. Berikut perbandingan jumlah produksi keripik tempe secara manual dan tradisional dengan produksi tempe menggunakan mesin pemotong tempe perharinya. Untuk lebih jelas lihat gambar 10.



Gambar.10 Perbandingan produksi keripik tempe secara manual dan menggunakan mesin

Berdasarkan gambar 10 dapat diuraikan bahwa ada peningkatan yang cukup signifikan dalam memproduksi keripik tempe perharinya. Produksi keripik tempe menggunakan alat manual dan tradisional perharinya 20 Kg. Dengan adanya mesin pemotong tempe, jumlah produksi meningkat sebanyak 50 Kg/hari. Di samping itu, dengan adanya mesin pemotong tempe ini juga sangat membantu para pelaku usaha UMKM keripik tempe Syahira dalam segi efektifitas produksi dan mampu menghemat waktu dan tenaga dalam memproduksi keripik tempe perharinya. Selanjutnya, berdasarkan hasil evaluasi efektifitas pengeringan keripik tempe juga berdampak cukup signifikan ketika menggunakan mesin peniris atau pengering minyak *Spinner*, baik dari segi jumlah keripik dan waktu pengeringannya. Mesin peniris minyak ini sangat membantu sekali bagi UMKM keripik tempe Syahira dalam memproduksi keripik tempe yang gurih dan renyah. Berikut perbandingan waktu pengeringan, lihat gambar 11.



Gambar.11 Perbandingan produksi keripik tempe secara manual dan menggunakan mesin

Uraian pada gambar 11 di atas, dapat dilihat perbandingan yang cukup signifikan antara penggunaan mesin peniris minyak *spinner* dengan tidak menggunakan mesin. Pengeringan keripik tempe menggunakan mesin *spinner* lama waktunya hanya 20 menit dibandingkan dengan tidak menggunakan mesin peniris *spinner* lama waktunya 60 menit. Berdasarkan perbandingan tersebut dapat dipastikan bahwa penggunaan mesin peniris minyak *spinner* sangat efektif dalam proses produksi keripik tempe Syahira. Di samping efektifitas waktu pengeringan, penggunaan mesin peniris minyak *spinner* ini juga mampu menghasilkan keripik tempe yang gurih dan renyah.

#### *Kegiatan PKM Pada Aspek Identitas Visual Logo Dan Kemasan*

Desain label dan kemasan merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran yang seringkali diabaikan oleh mayoritas UMKM (Nurqamarani et al., 2022, p. 129). Pengemasan yang tidak menarik dan pelabelan yang kurang informatif seringkali menjadi penghambat utama dalam pemasaran produk (Triwibowo et al., 2024, p. 373). Identitas visual logo dan kemasan merupakan bagian yang sangat penting dalam aspek *marketing*, karena langsung berkaitan dengan penampilan dan sangat mempengaruhi nilai serta harga jual dari suatu produk. Sebelum dilaksanakan program pengabdian ini, keripik tempe Syahira belum ada visualisasi logo dan *labeling* pada kemasan, lihat gambar 12. Hal ini tentu sangat berpengaruh pada nilai pemasaran produk tersebut. berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra tersebut tim pengabdian UIGM mencoba membuat desain identitas visual logo dan kemasan produk keripik tempe Syahira. Desain logo dan *labeling* dibuat semenarik mungkin berdasarkan prinsip-prinsip desain secara umum, serta menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan mitra baik harga dan ukuran setiap kemasan. Adapun logo dan labeling pada kemasan dapat dilihat pada gambar 13.



Gambar.12 Kemasan keripik tempe Syahira yang belum ada identitas visual logo dan kemasan



Logo Versi Hitam Putih



Logo Versi Berwarna



Bagian Depan Kemasan



Bagian Belakang Kemasan

Gambar.13 Identitas Visual logo dan Kemasan keripik tempe Syahira

Desain logo dan kemasan pada gambar 13, yang sudah dirancang oleh tim pengabdian, kemudian dilanjutkan ketahap proses percetakan dengan menggunakan bahan sticker kromo yang harganya relatif murah dengan kualitas warna yang bagus dan awet. Setelah desain dicetak, kemudian diberikan kepada pelaku usaha UMKM keripik Syahira untuk diaplikasikan pada kemasan. Ada beberapa jenis kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar, mulai

dari ukuran besar dan kecil, serta kemasan menggunakan plastik transparan. Namun setiap kemasan tersebut sudah terdapat logo dan kemasan, untuk lebih jelas lihat gambar 14.



Gambar.14 Kemasan keripik tempe Syahira

### Simpulan dan rekomendasi

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), maka dapat disimpulkan bahwa capaian dari kegiatan PKM ini dapat dilihat dari peserta pelatihan yang sudah bisa menggunakan dan memaksimalkan mesin pemotong tempe dan mesin peniris minyak *spinner*. Dengan demikian, secara kuantitas sudah mampu meningkatkan hasil produksi keripik tempe perharinya. Sedangkan secara kualitas juga memiliki dampak dengan adanya mesin peniris minyak *spinner* yang mampu menghasilkan keripik tempe yang gurih dan renyah. Capaian lainnya dari segi identitas visual logo dan kemasan yang dibuat juga memiliki dampak dan pengaruh yang kuat dalam hal promosi dan pemasaran produk. Desain logo dan kemasan yang menarik sangat mempengaruhi nilai dan harga jual sebuah produk. Desain logo dan kemasan yang dibuat sudah sepenuhnya diimplementasikan oleh pelaku usaha UMKM keripik Syahira baik dari jenis dan ukuran kemasan. Dengan adanya pelatihan ini, para peserta sudah memiliki bekal kemampuan dan pengetahuan baik dari segi produksi dan pemasaran produk, sehingga sangat mudah mengembangkan usaha lebih luas lagi sebagai upaya untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan perekonomian warga.

**Daftar Pustaka**

- Afianti, C. M., & Suhartono, E. (2020). Strategi Pemasaran Usaha Home Industri Aneka Camilan UD. Sumer Rizki Di Desa Sukorejo Kecamatan Bojonegoro. *JEMeS: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial*, 3(1), 51–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.56071/jemes.v3i1.287>
- Azizah, N., Viatra, A. W., & Patriansah, M. (2024). Packaging Sebagai Media Komunikasi Visual Branding Kerajinan Purun Pedamaran Kepada Generasi Z Di Kota Palembang. *Besaung : Jurnal Seni , Desain Dan Budaya*, 9(01), 73–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jsdb.v9i1.3724>
- Deoranto, P., & Astuti, R. (2019). Pkm Kelompok Usaha Keripik Tempe Di Desa Tulungrejo, Kecamatan Bumiaji Dan Desa Beji, Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur. *Teknologi Pangan: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 10(1), 9–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.35891/tp.v10i1.1434>
- Felisiani, E. T. (2024). 28 Siswa SD di Sukabumi Keracunan Makanan Ringan Jamur Pedas Manis, Muntah saat Upacara Bendera. *Tribunnews.Com*. <https://www.tribunnews.com/regional/2024/02/27/28-siswa-sd-di-sukabumi-keracunan-makanan-ringan-jamur-pedas-manis-muntah-saat-upacara-bendera>
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society, Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*, 6(1), 15–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.20414/society.v6i1>
- Makarim, dr. F. R. (2022). *Camilan*. <https://www.halodoc.com/>. <https://www.halodoc.com/kesehatan/camilan>
- Nurqamarani, A., Juliana, A., Isfarin, N. N., Isfarin, N. N., Kuncoro, S., & Juniadi, D. (2022). Pembinaan UMKM Penyedia Bahan Baku Herbal Bogor dalam Peningkatan Aspek Legalitas dan Produktivitas Ekonomi. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 6(02), 126–134. <https://doi.org/10.24903/jam.v6i02.1434>
- Patriansah, M., & Ramadhon, N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Produk Kerajinan Batok Kelapa Di Desa Berlian Makmur Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (MEDITEG)*, 8(November), 117–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.34128/mediteg.v8i2.192>
- Patriansah, M., Sapitri, R., & Aravik, H. (2022). Pelatihan Industri Kerajinan Batok Kelapa Di Desa Gajah Mati Kecamatan Babat Sumpat Kabupaten Musi Banyuasin Sumatera Selatan. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 82–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.36312/linov.v7i2.651>
- Rizky, I., Kusuma, W., & Nugraha, S. (2020). Pemberdayaan Kelompok Kerajinan Batok Kelapa melalui Pengembangan Produk Berbasis Limbah Kelapa. *JURNAL PARADHARMA*, 4(2), 77–86. [http://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para\\_dharma/article/view/1368](http://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/para_dharma/article/view/1368)
- Triwibowo, F. D., Nuswantoro, U. D., Asmarani, R., & Nuswantoro, U. D. (2024). Pelatihan Optimalisasi Promosi UMKM melalui Pelatihan Literasi ' Product Labelling ' di Desa Slati Larangan Brebes. *Jurnal Abdimas Mahakam*, 8(02), 372–378.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24903/jam.v8i02>

Wolok, T., Sulila, I., & Dungga, W. A. (2020). Implementasi PPDM Desa Iluta Pesisir Danau Limboto Melalui Manajemen Keuangan dan Standarisasi Ragam Produk Eceng Gondok sebagai Produk Unggulan. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(2), 240–247.  
<https://doi.org/10.26877/e-dimas.v11i2.5625>