

Perancangan Logo UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu Kopo, Bandung

Lingga Agung¹, Yanuar Rahman², Nabila Alifah Putri³, Hilwa Tsabita Ihsani⁴,
Ahmad Yusuf Kautsar Ilmi⁵, Rafiurrizki⁶, Athar Athallah Putra⁷

¹⁻⁷Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹linggaagung@telkomuniversity.ac.id

Received: 9 Januari 2024; Revised: 12 Februari 2024; Accepted: 9 September 2024

Abstract

The production of homemade bread in Gang Babakan Rahayu, Kopo, Bojongloa Kaler, Bandung City, has evolved into a unique bread production center, reflecting community collaboration in developing local businesses. Despite being a significant economic activity, this bread center faces annual challenges such as rising raw material costs, basic electricity tariffs, and competition from well-known products, resulting in a decline in the popularity that once went viral in 2018. In response, Community Service was implemented in early 2023 after identifying the main problem: the lack of visual identity both overall and for individual producers. Visual identity, especially the logo, plays a crucial role in branding and promotion. The development of a strong and consistent logo will be carried out through qualitative research methods, such as observation, interviews, and literature review. Collaboration is also established with the Youth Association (Karang Taruna) of Kopo, Budhi Wibawa. The fundamental theory for logo design is the FIVE-I, involving identification, ideas, imagination, improvisation, and implementation. Through community service and the application of this theory, it is hoped that an effective collaboration will be formed in designing the logo. The research team selected 3 MSMEs in need of a logo, and the designed logos all feature common visualizations, such as images of bread or a baker character.

Keywords: *visual identity; logo; sentra roti gang babakan rahayu*

Abstrak

Produksi roti rumahan di Gang Babakan Rahayu, Kelurahan Kopo, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kota Bandung, telah menjadi sentra produksi roti yang unik dan mencerminkan kolaborasi masyarakat dalam mengembangkan bisnis lokal. Meskipun kegiatan ini memiliki strategi ekonomi yang signifikan, sentra roti ini menghadapi tantangan tahunan seperti kenaikan bahan baku, tarif dasar listrik, dan persaingan produk ternama, yang berdampak pada penurunan popularitas yang pernah viral pada tahun 2018. Sebagai respons, Pengabdian Masyarakat dilaksanakan pada awal tahun 2023 setelah mengidentifikasi masalah utama, yaitu kurangnya identitas visual baik secara keseluruhan maupun pada produsen individu. Identitas visual, terutama logo, memegang peranan penting dalam *branding* dan promosi. Pengembangan logo yang kuat dan konsisten akan dilakukan melalui metode penelitian kualitatif, seperti observasi, wawancara, dan studi pustaka. Kolaborasi juga terjalin dengan Karang Taruna Kelurahan Kopo, yang dipimpin oleh Budhi Wibawa. Teori dasar perancangan logo adalah FIVE-I, melibatkan identifikasi, ideasi, imajinasi, improvisasi, dan implementasi. Melalui

Perancangan Logo UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu Kopo, Bandung

Lingga Agung, Yanuar Rahman, Nabila Alifah Putri, Hilwa Tsabita Ihsani, Ahmad Yusuf Kautsar Ilmi, Rafiurrizki, Athar Athallah Putra

pengabdian masyarakat dan penerapan teori ini, diharapkan terbentuk kolaborasi efektif dalam merancang logo. Tim penelitian memilih 3 UMKM yang membutuhkan logo, dan ketiga logo yang dirancang menampilkan visualisasi umum, seperti gambar roti atau karakter seorang *baker*.

Kata Kunci: identitas visual; logo; sentra roti gang babakan rahayu

A. PENDAHULUAN

Produksi roti rumahan yang dilakukan oleh masyarakat di Gang Babakan Rahayu, Kelurahan Kopo, Kecamatan Bojongloa Kaler, Kota Bandung, telah menciptakan sebuah pusat produksi roti yang benar-benar unik dan menarik. Ini adalah contoh nyata bagaimana komunitas dapat bekerja sama untuk mengembangkan bisnis lokal dan memberikan pengalaman yang berbeda kepada para pembeli. Konsep pusat produksi roti di dalam rumah-rumah warga sepanjang gang menciptakan keterlibatan langsung antara produsen dan konsumen, di mana para pembeli dapat menyaksikan proses pembuatan roti secara langsung.

Sentra roti gang Babakan Rahayu, merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang memiliki fungsi dan peranan yang sangat strategis karena termasuk salah satu bentuk usaha industri mikro (UMKM) yang dapat menjadi roda penggerak perekonomian masyarakat di wilayah tersebut. Akan tetapi, masalah muncul di sini, setiap tahunnya dikarenakan adanya kenaikan bahan baku, kenaikan tarif dasar listrik, dan semakin ketatnya persaingan dengan adanya produk-produk ternama popularitas sentra roti gang Babakan Rahayu yang sempat viral pada tahun 2018 mengalami penurunan yang signifikan.

Pengabdian Masyarakat dilaksanakan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan yang diidentifikasi melalui hasil observasi lapangan dan wawancara pada pertengahan tahun 2023. Dalam riset lapangan tersebut, terungkap bahwa sentra roti di Gang Babakan Rahayu menghadapi beberapa masalah, dan salah satu aspek yang mencolok adalah ketiadaan identitas visual. Identitas visual, terutama melalui desain logo, memiliki peran krusial dalam lingkup bisnis saat ini.

Keberadaannya tidak hanya sebagai lambang atau merek, tetapi juga menjadi sarana efektif untuk memfasilitasi interaksi langsung dengan konsumen.

Oleh karena itu, Pengabdian Masyarakat ini menjadi langkah strategis untuk merancang identitas visual yang efektif, termasuk logo, agar dapat memberikan manfaat maksimal bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sentra roti Gang Babakan Rahayu. Seperti yang disebutkan di atas, identitas visual yang dirancang dengan baik, termasuk logo, dapat memudahkan interaksi langsung dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Febriyanto & Arisandi, 2018; Azelia & Patria, 2022).

Produsen roti rumahan di Gang Babakan Rahayu, berdasarkan observasi dan wawancara yang kami lakukan, ternyata tidak memiliki identitas visual yang representatif, terutama dalam bentuk logo, baik secara keseluruhan maupun untuk masing-masing produsen. Identitas visual, khususnya logo, memiliki peran yang sangat krusial dalam konteks *branding* dan promosi pada zaman ini. Ainun dkk (2023) mengungkapkan bahwa logo yang dirancang dengan baik memiliki signifikansi yang besar untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Logo yang dirancang dengan baik tidak hanya memainkan peran dalam membentuk identitas UMKM, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan meningkatkan visibilitas produk.

Oleh sebab itu, pentingnya logo dalam konteks *branding* dan promosi tidak bisa diabaikan. Logo yang kuat dan konsisten akan dapat membantu para produsen roti untuk

membedakan diri mereka dari pesaing, memberikan kesan profesional, dan menarik perhatian calon pembeli. Seperti yang diungkapkan oleh Oribel dkk (2022), bahwa pembuatan logo sangat penting bagi UMKM untuk maksimalkan penjualan dan memperkenalkan produk mereka secara efektif, terutama dalam ranah pemasaran digital.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Dari hasil pengumpulan data, Pengabdian Masyarakat ini merupakan kegiatan berbasis kualitatif yang melibatkan metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Kegiatan ini dilaksanakan dari bulan Agustus hingga September 2023 di Gang Babakan Rahayu, Kopo, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung. Proses dimulai dengan melakukan observasi lapangan. Pada pertemuan berikutnya, tim bertemu dengan ketua Karang Taruna untuk menyampaikan maksud dan tujuan pengabdian kepada masyarakat. Pada pertemuan selanjutnya, tim melakukan wawancara dengan ketua Karang Taruna sekaligus meminta rekomendasi produsen roti yang mungkin membutuhkan logo atau memerlukan perubahan pada logo yang sudah ada. Berdasarkan rekomendasi tersebut, tim memilih tiga produsen roti untuk dibuatkan logo, yaitu Chen-Chen Bakery, Arjun Bakery, dan Bangket Bagus. Tim melanjutkan dengan melakukan wawancara kepada ketiga produsen tersebut. Setelah data terkumpul, tim mengolahnya dengan mencatat sebagai dasar perancangan. Proses perancangan didasarkan pada teori FIVE-I, yang dipilih karena melibatkan produsen dalam proses perancangan untuk mencapai hasil logo yang optimal. Metode FIVE-I melibatkan serangkaian tahapan, termasuk identifikasi, ideasi, imajinasi, improvisasi, dan implementasi. Dalam konteks perancangan logo yang menginspirasi, penting untuk menekankan sifat iteratif dari metode desain instruksional, yang sejalan dengan pendekatan tahapan iteratif dari metode "FIVE-I" (Strecker et al., 2019).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 adalah daftar produsen roti di Gang Babakan Rahayu, Kopo, yang akan mendapatkan desain logo. Setiap produsen memiliki karakteristik unik dan spesifikasi tertentu yang akan menjadi dasar perancangan identitas visual mereka.

Tabel 1. Daftar Produsen yang Dirancang Logonya

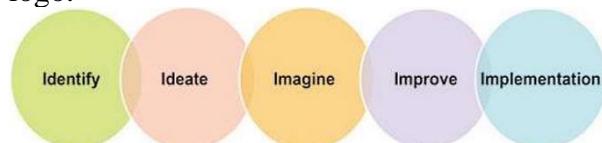
Daftar Produsen Roti di Gang Babakan Rahayu Kopo	
Nama/Kontak	: Chen-chen Bakery / 0813-1253-1397 (A Lele)
Deskripsi	: Roti Chen-chen berdiri sejak tahun 1999, dinamakan karena sudah turun-temurun (generasi ke-3)
Produk	: roti kadet, roti tawar, dan roti burger
Pesan Utama	: "Roti sehat, terjangkau dengan rasa yang terjamin"
Kesan	: santai, simple, fun
Warna	: cerah dan mudah diingat (coklat, krem, pink)
Visualisasi	: warna bebas, jelas, simpel, ada unsur emblem gandum/ elemen roti
Tipografi	: Chen-chen Bakery
Nama/Kontak	: Arjun Bakery / 0877-1861-1439 (Arjun)
Deskripsi	: Arjun bakery merupakan produsen roti di gang babakan rhayu yang sudah berdiri selama 35 tahun. Arjun bakery masih dipegang oleh generasi pertama, yakni ibu dari Arjun sendiri
Produk	: roti kasur, roti kadet, dan roti manis (susu dan coklat)
Pesan Utama	: -
Kesan	: Simple, minimalis, fun
Warna	: bebas namun cerah
Visualisasi	: ingin seperti logo sebelumnya, ada elemen roti, visual seorang baker sedang mengacungkan jempol
Tipografi	: Arjun Bakery

Perancangan Logo UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu Kopo, Bandung

Lingga Agung, Yanuar Rahman, Nabila Alifah Putri, Hilwa Tsabita Ihsani, Ahmad Yusuf Kautsar Ilmi, Rafiurrizki, Athar Athallah Putra

Daftar Produsen Roti di Gang Babakan Rahayu Kopo	
Nama/Kontak	: Bangket Bagus / 0821-2302-6403 (Baing)
Deskripsi	: Bangket bagus merupakan rumah produksi kue bangket yang baru berdiri 4 bulan yang lalu sehingga belum memiliki logo dan identitas visual terhadap brand.
Produk	: Bangket
Pesan Utama	: "Bagus!"
Kesan	: Simple, fun, minimalis
Warna	: kuning dan cokelat
Visualisasi	: Terdapat karakter yang sedang mengacungkan jempol, visualisasi roti bangket ada wijennya, simpel dan jelas
Tipografi	: Bangket Bagus

Dari data pada Tabel 1, setiap produsen memiliki ciri khasnya sendiri, dan desain logo yang akan dihasilkan bertujuan untuk mencerminkan identitas unik mereka dalam pasar yang kompetitif. Oleh sebab itu, pada perancangan logo teori FIVE-I akan dijadikan sebagai dasarnya. Menurut Ser (2018), proses perancangan logo adalah rangkaian langkah yang sistematis dan terorganisir. Pendekatan ini menitikberatkan pada adanya tahapan-tahapan yang terstruktur, dijalani secara berurutan untuk mencapai hasil desain yang efektif. Terdapat berbagai teori yang digunakan untuk merancang desain, terutama logo.



Gambar 1. Tahapan FIVE-I (Ser 2018)

Dalam perancangan logo untuk UMKM Roti Gang Babakan Rahayu, teori FIVE-I akan diadopsi karena merupakan pendekatan formal dan terstruktur yang sejalan dengan model industri desain saat ini. Metode FIVE-I melibatkan serangkaian tahapan, seperti Identifikasi, Ideasi, Imajinasi, Improvisasi, dan Implementasi—seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1. Selain itu, teori tersebut memungkinkan perancangan untuk terus

memperbaiki dan menyempurnakan desain karena sifatnya yang iteratif dan kolaboratif.

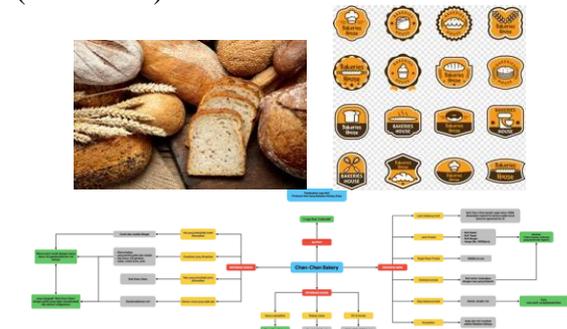
Tabel 2. FIVE-I Chen-Chen Bakery
Chen-Chen Bakery

Identifikasi

Chen-Chen Bakery didirikan sejak 1999, memerlukan identitas visual untuk produk utamanya, roti kadet, roti tawar, dan roti burger, pada tahap awal identifikasi logo. Sebagai warisan turun-temurun (generasi ke-3), Chen-Chen Bakery memberikan arahan terkait bentuk logo tanpa permintaan khusus dari pemilik. Informasi lebih lanjut dapat ditemukan dalam Tabel 1.

Ideasi

Dalam tahap ideasi, kami membuat *mind map*, menentukan kata kunci, dan mood board berdasarkan informasi yang kami dapatkan. Kata kunci tersebut melibatkan konsep roti sehat, harga terjangkau, suasana santai, sederhana, menyenangkan, dan unsur emblem gandum/ elemen roti, dengan nuansa warna coklat, krem, serta pink (Gambar 2).



Gambar 2. Referensi dan *Mind Map*

Imajinasi

Dalam fase imajinasi, solusi dan hasil visualisasi muncul. Sketsa awal diperbaiki dan ditingkatkan dalam bentuk digital. Selain itu, elemen desain seperti warna, huruf, dan penyempurnaan detail juga ditetapkan (Gambar 3).



Gambar 3. Opsi Logo Chen-Chen

Improvisasi

Desain yang sudah dibuat sudah sesuai dengan keinginan Chen-Chen Bakery (Gambar 4). Untuk memastikan, perlu

Chen-Chen Bakery

disetujui oleh pihak produsen setelah dilakukan validasi.



Gambar 4. Logo Chen-Chen yang Dipilih

Implementasi

Dalam tahap implementasi, kami membuat Final Art Works yang telah disetujui oleh Chen-Chen Bakery. Kami akan menempatkan logo pada semua atribut yang diperlukan, menyusun master file, dan menampilkan hasil implementasi dalam bentuk contoh dummy (Gambar 5).



Gambar 5. Mockup Chen-Chen

Tabel 3. FIVE-I Arjun Bakery

Arjun Bakery

Identifikasi

Arjun Bakery ingin membuat logo baru untuk roti kasur, roti kadet, dan roti manis (susu dan coklat). Bakery ini sudah beroperasi selama 35 tahun di Gang Babakan Rahayu dan dimiliki oleh ibu Arjun. Mereka ingin logo yang mirip dengan versi sebelumnya, dengan elemen roti dan gambar seorang pembuat roti yang mengacungkan jempol. Lihat Tabel 1 untuk informasi lebih lanjut.

Ideasi



Gambar 6. Referensi dan Mind Map

Arjun Bakery

Pada tahap ideasi, kami membuat peta konsep dan menentukan kata kunci berdasarkan informasi yang kami dapatkan. Hasilnya adalah beberapa kata kunci, seperti: *simple*, *minimalis*, *fun*, *roti*, dan visual seorang *baker* mengacungkan jempol (Gambar 6).

Imajinasi

Dalam fase imajinasi, solusi dan hasil visualisasi muncul. Sketsa awal diperbaiki dan ditingkatkan dalam bentuk digital. Selain itu, elemen desain seperti warna, huruf, dan penyempurnaan detail juga ditetapkan (Gambar 7).



Gambar 7. Opsi Logo Arjun Bakery

Improvisasi

Desain yang sudah dibuat sudah sesuai dengan keinginan Arjun Bakery (Gambar 8). Untuk memastikan, perlu disetujui oleh pihak produsen setelah dilakukan validasi.



Gambar 8. Mockup Arjun Bakery yang Dipilih

Implementasi

Dalam tahap implementasi, kami membuat Final Art Works yang telah disetujui oleh Arjun Bakery. Kami akan menempatkan logo pada semua atribut yang diperlukan, menyusun master file, dan menampilkan hasil implementasi dalam bentuk contoh dummy (Gambar 9).



Gambar 9. Mockup Arjun Bakery yang Dipilih

Perancangan Logo UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu Kopo, Bandung

Lingga Agung, Yanuar Rahman, Nabila Alifah Putri, Hilwa Tsabita Ihsani, Ahmad Yusuf Kautsar Ilmi, Rafiurrizki, Athar Athallah Putra

Tabel 4. FIVE-I Bangket Bagus

Identifikasi
Bangket Bagus, rumah produksi kue bangket yang baru berdiri selama 4 bulan, belum memiliki logo dan identitas visual untuk *brand*-nya. Mereka membutuhkan identitas visual khusus untuk produk utama mereka, yaitu roti bangket. Pemilik menginginkan logo yang mencakup karakter yang sedang mengacungkan jempol dan visualisasi roti bangket dengan wijen. Rincian lebih lanjut dapat ditemukan di Tabel 1.

Ideasi
Dalam tahap ideasi, kami membuat peta konsep dan *mood board* berdasarkan informasi yang diterima. Hasilnya adalah beberapa kata kunci yang menjadi dasar visualisasi ide, seperti: bangket, “bagus!”, *simple, fun*, minimalis, kuning dan coklat, karakter mengacungkan jempol, visualisasi roti bangket berwijen, simpel dan jelas (Gambar 10).



Gambar 10. Referensi dan *Mind Map*

Imajinasi



Gambar 11. Opsi Logo Bangket Bagus

Bangket Bagus

Dalam fase imajinasi, solusi dan hasil visualisasi muncul. Sketsa awal diperbaiki dan ditingkatkan dalam bentuk digital. Selain itu, elemen desain seperti warna, huruf, dan penyempurnaan detail juga ditetapkan (Gambar 11).

Improvisasi

Desain yang sudah dibuat sudah sesuai dengan keinginan Bangket Bagus (Gambar 12). Untuk memastikan, perlu disetujui oleh pihak produsen setelah dilakukan validasi.



Gambar 12. Logo Bangket Bagus yang Dipilih

Implementasi

Dalam tahap implementasi, kami membuat Final Art Works yang telah disetujui oleh Bangket Bagus. Kami akan menempatkan logo pada semua atribut yang diperlukan, menyusun master file, dan menampilkan hasil implementasi dalam bentuk contoh dummy (Gambar 13).



Gambar 13. Mockup Bangket Bagus yang Dipilih

Perancangan identitas visual untuk UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu, Kopo, Bandung, melibatkan serangkaian tahapan penting. Identifikasi digunakan untuk memahami kebutuhan dan karakteristik unik dari UMKM di sentra roti tersebut. Pada tahap Ideasi, konsep dasar dibentuk berdasarkan informasi yang telah diidentifikasi. Dengan menerapkan Imajinasi, desain diperinci dan divisualisasikan dari sketsa awal hingga bentuk digital. Tahap Improvisasi melibatkan peningkatan dan perbaikan desain berdasarkan umpan balik

yang diterima. Implementasi sebagai langkah terakhir mengaplikasikan desain yang telah disetujui pada berbagai atribut dan media yang dibutuhkan oleh UMKM. Meskipun secara estetika mereka tidak terlalu mempertimbangkan hal tersebut, yang utama adalah agar nama produk mereka terlihat dengan jelas. Hasil akhir adalah desain yang tidak hanya memiliki daya tarik visual yang kuat, tetapi juga mencerminkan karakter lokal sesuai dengan keinginan UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu, Kopo, Bandung.

D. PENUTUP

Simpulan

Dengan menggunakan teori dasar perancangan logo FIVE-I, melibatkan identifikasi, ideasi, imajinasi, improvisasi, dan implementasi, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil menciptakan kolaborasi yang efektif dalam merancang logo untuk UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu. Proses ini melibatkan pemilihan tiga UMKM yang membutuhkan logo, dan hasil akhirnya adalah enam logo yang menggambarkan visualisasi umum, seperti gambar roti atau karakter seorang baker. Dengan pendekatan ini, diharapkan logo-logo tersebut dapat memenuhi kebutuhan identitas visual UMKM, memberikan dukungan dalam pengembangan bisnis, dan memberikan nilai tambah estetika serta daya tarik kepada komunitas bisnis lokal.

Saran

Untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang UMKM, disarankan melanjutkan kolaborasi dengan pendekatan FIVE-I dalam perancangan logo. Menyelenggarakan pelatihan desain sederhana untuk UMKM dapat memperkuat pemahaman mereka terhadap pentingnya identitas visual, sehingga mereka dapat merancang logo sendiri atau berkolaborasi lebih efektif dengan desainer. Mendorong penggunaan logo dalam berbagai materi pemasaran, media sosial, dan situs web UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek. Dengan evaluasi berkala, logo dapat dijaga agar tetap relevan dan

efektif seiring berjalannya waktu. Hubungan berkelanjutan dengan UMKM yang telah bekerjasama dapat memberikan peluang perbaikan dan penyempurnaan berkelanjutan sesuai dengan pertumbuhan bisnis mereka.

Ucapan Terima Kasih

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada PPM Universitas Telkom atas dukungannya terhadap kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul “Perancangan Logo UMKM di Sentra Roti Gang Babakan Rahayu Kopo, Bandung.” Harapan kami, hasil pengabdian ini dapat memberikan dampak positif bagi UMKM di sentra roti tersebut serta menjadi sumbangsih nyata Universitas Telkom dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada umkm. *Jesya*, 6(1), 674-681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Azelia, N. C. and Patria, A. S. (2022). Perancangan identitas visual umkm ecoprint girly lestari di surabaya. *Jurnal SASAK: Desain Visual Dan Komunikasi*, 4(2), 93-103. <https://doi.org/10.30812/sasak.v4i2.2121>
- Oribel, F., Izaak, W. C., Eka, F. A., Mawarni, N. D., Rosyidah, F. I., & Putra, N. P. (2022). Optimalisasi media promosi digital sebagai strategi pemasaran wisata terpadu umkm kendangsari, surabaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 175-181. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3684>
- Strecker, S., Baumöl, U., Karagiannis, D., Koschmider, A., Snoeck, M., & Zarnekow, R. (2019). Five inspiring course (re-)designs. *Business & Information Systems Engineering*, 61(2), 241-252. <https://doi.org/10.1007/s12599-019-00584-5>