

## Perancangan *Branding* UMKM Mr & Mrs Cake Shop Lombok

Sandi Justitia Putra<sup>1</sup>, Yenni Hartini<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 45 Mataram

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Bumigora

<sup>1</sup>sandijustitiaputra@gmail.com

*Received: 29 Juli 2020; Revised: 29 Agustus 2020; Accepted: 24 Juni 2021*

### **Abstract**

*Mr & Mrs Cake Shop is one of the MSME that produces various types of cakes, cupcakes, cookies, and pastries. Mr & Mrs Cake Shop sells their cake products online, but public awareness or brand awareness of the presence of even this cake business tends to be low. If seen from the current conditions, problems arising from the business of Mr & Mrs Cake Shop is due to not having a business identity in its application. For this reason, the solution to introduce Mr & Mrs Cake Shop Lombok's baking business product is to focus on designing and creating a business identity in the form of a logo that is really needed by the business to introduce its identity. Business identity is very important for the progress of a business or business with a logo as one important element in the application of visual branding. Branding has a role as the spearhead of marketing in a business. The power of branding is able to describe the advantages of a product, a differentiator from competitors, and as an exclusive identity that forms the foundation of how a business system works. The method of implementing community service uses the method of consultation/assistance. In this case the owners of MSME Mr & Mrs Cake Shop explain their business profile, be it about product information, business history, target customers, competitor analysis to explain various problems encountered and hamper business development, while the service team will provide solutions to resolve the problem by helping a companion intensively for designing and creating business identity through the branding process of Mr & Mrs Cake Shop. The results to be achieved from this dedication activity is the creation of a branding as a form of business identity of Mr. & Mrs. Cake Shop. With the existence of the business identity, the business will be easier to remember by the wider community, especially those who are on the island of Lombok. so it is expected to increase sales figures and business profits and can open up opportunities for Mr & Mrs Cake Shop to expand their business more broadly.*

**Keywords:** *service; assistance; branding; MSME*

### **Abstrak**

Mr & Mrs Cake Shop merupakan salah satu UMKM yang memproduksi berbagai macam jenis cake, cupcake, cookies, dan pastry. Mr & Mrs Cake Shop menjual produk-produk kue secara online, namun kesadaran masyarakat atau *brand awareness* atas kehadiran usaha kue inipun cenderung rendah. Jika dilihat dari kondisi sekarang, permasalahan yang timbul dari usaha Mr & Mrs Cake Shop ini dikarenakan tidak mempunyai identitas usaha dalam penerapannya. Untuk itu solusi yang akan dilakukan dalam memperkenalkan produk usaha kue Mr & Mrs Cake Shop Lombok yaitu difokuskan dengan merancang dan menciptakan identitas usaha berupa logo yang sangat dibutuhkan usaha tersebut untuk

mengenalkan identitasnya. Identitas usaha sangat penting untuk kemajuan suatu usaha atau bisnis dengan logo sebagai salah satu unsur penting dalam pengaplikasian visual branding. *Branding* memiliki peran sebagai ujung tombak pemasaran dalam suatu usaha. Kekuatan *branding* mampu menggambarkan keunggulan suatu produk, pembeda dari para pesaing, dan sebagai identitas eksklusif yang menjadi dasar pondasi bagaimana sistem suatu usaha bekerja. Adapun metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode konsultasi/pendampingan. Dalam hal ini pemilik UMKM Mr & Mrs Cake Shop menjelaskan profil usahanya, baik itu tentang informasi produk, sejarah usaha, target konsumen, analisis kompetitor hingga memaparkan berbagai persoalan yang dihadapi dan menghambat perkembangan usaha, sedangkan tim pengabdian akan memberikan solusi penyelesaian masalah dengan membantu untuk merancang dan menciptakan identitas usaha melalui proses *branding* Mr & Mrs Cake Shop. Hasil yang akan dicapai dari kegiatan pengabdian ini yaitu terciptanya sebuah *branding* sebagai bentuk identitas usaha dari Mr & Mrs Cake Shop. Dengan adanya identitas usaha tersebut, maka usaha tersebut akan lebih mudah untuk diingat oleh masyarakat luas terutama masyarakat yang berada di Pulau Lombok. sehingga diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan serta profit usaha tersebut serta dapat membuka peluang bagi Mr & Mrs Cake Shop untuk mengembangkan usahanya lebih luas lagi.

**Kata Kunci:** pengabdian; pendampingan; branding; UMKM

## A. PENDAHULUAN

Industri makanan mendapat peluang yang sangat besar untuk terus bertumbuh, karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Jenis makanan yang dikonsumsi tersebut dikelompokkan menjadi dua pilihan yaitu makanan berat dan makanan ringan. Makanan berat sebagai makanan pokok yang dikonsumsi sehari-hari dan makanan ringan dijadikan sebagai camilan untuk bersantai bersama teman dan keluarga. Salah satu jenis usaha industri makanan ringan yang sedang berkembang pesat ialah usaha roti dan kue. Keberhasilan sebuah industri makanan produk kue dan roti adalah mampu menciptakan inovasi baik rasa maupun bentuknya. Menurut sumber data Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman menyebutkan bahwa pertumbuhan konsumsi roti dan kue di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Pada periode 2010-2019 konsumsinya tumbuh rata-rata 14% per tahun.

Kue atau cake merupakan salah satu produk makanan yang memiliki cita rasa yang manis, bertekstur lembut, dan memiliki bentuk yang beraneka ragam. Hal inilah

kemudian yang menjadi sebuah tren peluang bisnis bagi produsen dan para pebisnis yang bergerak di bidang industri makanan untuk membuka usaha seperti cafe, toko kue ataupun industri-industri rumahan.

Salah satu UMKM yang juga mengikuti tren peluang bisnis dalam membuka atau merintis usaha kue yaitu Mr & Mrs Cake Shop. Pemilik usaha UMKM tersebut didirikan oleh Bapak Steven dan Ibu Ita. Produk yang dijual oleh usaha ini cukup beragam, mulai dari jenis-jenis cake, cupcake, cookies, dan berbagai jenis pastry lainnya. Diantara produk-produk kue tersebut, jenis cake yang banyak digemari. Usaha tersebut memulai operasionalnya pada tahun 2014 bulan Juli, yang berlokasi di salah satu perumahan di Kecamat Labu Api Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Keunikan yang ditonjolkan dari usaha tersebut yaitu produk kuenya memiliki tekstur yang lembut, dikarenakan bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan berkualitas premium sehingga hasilnya memiliki tekstur yang lembut.

Mr & Mrs Cake Shop merupakan UMKM yang menjual produk-produk kue secara online melalui beberapa media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Messenger. Selama empat tahun lebih usaha ini beroperasi, namun tidak ada perkembangan signifikan yang terjadi dalam usaha kue tersebut, baik dari segi profit bisnis maupun jumlah order yang masuk. Kesadaran masyarakat atau brand awareness atas kehadiran usaha kue inipun cenderung rendah. Menurut Kotler dan Waldemar rendahnya kesadaran masyarakat atau brand awareness dapat disebabkan oleh beberapa faktor utama yaitu karena tidak memiliki brand sebagai identitas usaha dalam upaya menarik minat dari para konsumen (Pfoertsch, 2006).

Jika dilihat dari kondisi sekarang, permasalahan yang timbul dari usaha UMKM Mr & Mrs Cake Shop ini dikarenakan tidak mempunyai identitas usaha yang dapat dikenalkan ke masyarakat. Berdasarkan permasalahan tersebut maka tim pengabdian akan membantu untuk merancang dan menciptakan identitas usaha melalui proses branding Mr & Mrs Cake Shop.

Branding berasal dari kata brand (merek) yang mengandung makna denotatif. Brand dan branding ialah dua hal yang berbeda, walaupun memiliki keterkaitan yang sama. Pengertian dari merek atau brand yaitu memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah keputusan dalam pembelian serta mempermudah konsumen dalam mengidentifikasi produk atau jasa dalam tingkat pengenalan konsumen. Adapun definisi yang berbeda tentang pengertian brand atau merek menurut American Marketing Association (AMA) yaitu merek sebagai nama, istilah, tanda, lambang atau design, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesaing (Pfoertsch, 2006)

Branding dapat digunakan menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan serta dapat digunakan untuk mengkonfirmasi ulang

citra dan posisi pasar kepada posisi yang paling menguntungkan (Minamiyama, 2007). Branding memiliki peran sebagai ujung tombak pemasaran dalam suatu usaha. Kekuatan branding mampu menggambarkan keunggulan suatu produk, pembeda dari para pesaing, dan sebagai identitas eksklusif yang menjadi dasar pondasi bagaimana sistem suatu usaha bekerja. Perancangan branding dengan memberikan identitas usaha yang tepat melalui logo. Identitas usaha sangat penting untuk kemajuan suatu usaha dengan logo sebagai salah satu unsur penting dalam pengaplikasian visual branding.

Berdasarkan definisi di atas, merek atau brand berfungsi untuk mengidentifikasi penjual atau perusahaan yang menghasilkan suatu produk tertentu, membedakannya dengan penjual atau perusahaan lainnya yang memiliki nilai berbeda pada setiap merek-nya. Merek atau brand dapat berbentuk sebuah logo, nama, trademark atau gabungan dari keseluruhannya.

Dengan terciptanya identitas usaha tersebut dapat memberikan pengaruh atau dampak positif pada prakteknya, sehingga diharapkan dapat lebih dikenal dan akan terciptanya kesadaran masyarakat terhadap kehadiran usaha kue tersebut dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta dapat membuka peluang bagi UMKM Mr & Mrs Cake Shop untuk mengembangkan usahanya.

## **B. PELAKSANAAN DAN METODE**

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga bulan Juni 2020 dengan sasaran UMKM Mr & Mrs Cake Shop yang beralamat di Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Adapun metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode konsultasi/pendampingan. Dalam tahap persiapan tim pengabdian akan melakukan kunjungan lapangan/observasi ke lokasi kegiatan pengabdian yakni melakukan wawancara langsung dengan pemilik UMKM Mr & Mrs Cake Shop untuk mencari informasi secara detail tentang profil usahanya, baik itu tentang

informasi produk, sejarah usaha, target konsumen, analisis kompetitor hingga memaparkan berbagai persoalan yang dihadapi dan menghambat perkembangan usaha. Selanjutnya pada tahap pelaksanaan tim pengabdian akan memberikan solusi penyelesaian masalah dengan membantu untuk merancang dan menciptakan identitas usaha melalui proses branding Mr & Mrs Cake Shop. Pada tahap evaluasi tim pengabdian meminta persetujuan pemilik UMKM Mr & Mrs Cake Shop untuk mengaplikasikan desain yang telah dibuat oleh tim pengabdian ke semua produk yang mereka miliki.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Konsep Kreatif

Konsep umum perancangan atau konsep kreatif *visual branding* yang ingin ditampilkan adalah konsep desain mewah atau *luxury*. Alasan pemilihan konsep *luxury* pada perancangan *brand* ini ialah untuk menyesuaikan sesuatu yang sebelumnya telah melekat pada usaha kue UMKM Mr & Mrs Cake Shop yaitu sebagai usaha kue rumahan yang menghasilkan produk-produk berkualitas premium. Sehingga dengan adanya tujuan perancangan konsep tersebut dapat menarik perhatian target audiens secara menyeluruh khususnya yang berada di pulau Lombok. Identitas yang ingin ditonjolkan dari usaha kue UMKM Mr & Mrs Cake Shop ialah sebagai usaha yang menawarkan produk-produk kue berkualitas yang tetap dapat bertahan di dalam industri sejak tahun 2014 dan tidak dapat digantikan oleh kompetitor serupa. Citra visual yang ingin ditampilkan pada usaha kue tersebut yaitu dengan menampilkan citra visual yang mewah atau *luxury* sebagai usaha kue rumahan tetapi berkualitas.

#### Strategi Kreatif

##### *Strategi Visual Secara Umum*

Untuk menentukan sebuah strategi kreatif yang tepat, maka dari itu diperlukan sebuah informasi yang lengkap tentang keunggulan, kelemahan, positioning, kondisi pasar dan target audiens dari usaha kue UMKM Mr & Mrs Cake Shop. Tujuan

adanya strategi ini diharapkan dapat memperluas segmentasi konsumen sehingga menambah calon pembeli untuk usaha kue tersebut.

##### *Strategi Visual Secara Verbal*

Strategi visual secara verbal ini digunakan untuk menyampaikan pesan secara verbal dalam bentuk ungkapan penggambaran melalui bahasa ataupun kata.

Strategi visual non verbal.

##### *Warna*

Warna ialah unsur visual yang sudah sangat melekat dalam penyusunan desain. Warna ialah unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan seseorang sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood, semangat, dan lain-lain (Kusrianto, 2007). Warna dasar yang akan digunakan dalam desain adalah coklat tua, coklat muda, krem, dan putih. Penggunaan warna coklat pada desain akan memberikan kesan hangat, nyaman dan aman. Namun selain itu, warna coklat juga dapat memberikan kesan mewah serta elegan karena dekat dengan warna emas. Warna krem memiliki makna yang lembut sesuai dengan keunikan produk kue yang memiliki tekstur lembut. Selanjutnya penggunaan warna putih yang berarti bersih atau higienis yang diterapkan dalam menjalankan usaha kue Mr & Mrs Cake Shop.

##### *Tipografi*

Tipografi atau tipe huruf yang digunakan menggunakan gabungan jenis tipe huruf *sans serif*, dan *script*. Tipe jenis *sans serif* memiliki kesan modern, efisien, dan kontemporer. Tipe huruf jenis *script* memiliki kesan mewah, akrab, dan artistik.

##### *Ilustrasi*

Ilustrasi ialah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks serta sekaligus menciptakan daya tarik. Kriteria unsur visual ilustrasi yang berhasil dalam suatu media antara lain: komunikatif, informatif dan mudah dipahami; menggugah perasaan dan hasrat untuk membaca; ide baru, orisinal, bukan merupakan plagiat atau sebuah tiruan; serta punya daya paku (eyecatcher) yang kuat; apabila berupa foto atau gambar, harus

memiliki kualitas yang memadai, baik dari aspek seni maupun teknik pengerjaan (Supriyono, 2010).

Ilustrasi ialah gambaran yang dapat difungsikan sebagai penarik sebuah pandangan yang menjelaskan suatu pernyataan dan merangsang khalayak atau target audiens untuk membaca dan memahami keseluruhan isi pesan.

### Layout

*Layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep-konsep yang dibawanya (Rustan, 2008). Dalam tahapan ini unsur-unsur pendukung seperti bentuk, warna, dan tipografi dibuat sehingga dapat lebih menekankan pada persoalan dalam penataan sebuah tata letak dari unsur-unsur tersebut hingga akhirnya diharapkan akan mendapat pesan yang ingin diinformasikan.

### Gaya Penampilan Grafis

Gaya penampilan grafis yang digunakan dalam pembuatan brand berupa logo pada usaha kue Mr & Mrs Cake Shop adalah gaya modern.

### Kriteria Desain

#### Kriteria Umum

Kriteria umum yang akan digunakan untuk perancangan branding berupa logo untuk usaha kue Mr & Mrs Cake Shop adalah memiliki karakteristik bentuk yang unik dan mudah dikenali serta diingat. Logo atau tanda gambar (*picture mark*) ialah sebuah identitas yang digunakan untuk dapat menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga ataupun dari perusahaan dan organisasi (Kusrianto, 2007). Dengan bentuk desain yang unik dan fleksibel maka logo dapat memiliki berbagai versi bentuk, warna, dan ukuran tanpa kehilangan jati dirinya.

#### Kriteria Khusus

Kriteria khusus dari perancangan branding berupa logo, maka akan dibuat logo berdasarkan identitas dan citra dari usaha kue tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik dari usaha kue ini adalah ingin memberikan hasil produk kue berkualitas sebagai produk rumahan yang mampu

bersaing dengan para kompetitor yang telah memiliki nama besar dan sudah terkenal.

### Rencana Media Aplikasi Logo

Media utama berupa brosur dan flyer. Selain media utama, terdapat pula media pendukung berupa *stationery* (kartu nama, *notes*, dan *invoice*), *merchandise* (*mug* dan *piring*), *packaging* (*packaging cake*, *packaging cupcake*, *packaging pastry*, dan *sticker cookies*), media kreatif (*voucher*), media interaktif (*instagram post* dan *instagram story*).

### Visualisasi

#### Referensi Logo



Gambar 1. Referensi Logo

Gambar 1 merupakan referensi yang digunakan oleh tim pengabdian sebagai acuan dalam merancang visual branding.

#### Pengembangan Bentuk Logo

### Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik



Gambar 2. Pengolahan Bentuk Ikonik Menjadi Bentuk Simbolik

### Pengolahan Bentuk Huruf Menjadi Logotype



Gambar 3. Pengolahan Bentuk Huruf Menjadi Logotype

Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Logotype



Gambar 4. Penggabungan Bentuk Simbolik dengan Logotype

Evaluasi Penentuan Alternatif Terbaik

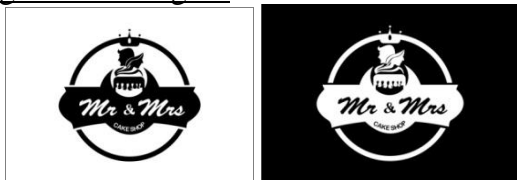
Setelah melalui tahapan-tahapan proses tersebut, kemudian rancangan branding yang berupa logo dievaluasi untuk mencari serta menentukan alternatif terbaik. Penggunaan logotype dan visual disesuaikan dengan konsep yang telah ditetapkan oleh perancang untuk usaha kue Mr & Mrs Cake Shop. Adapun alternatif logo untuk Mr & Mrs Cake Shop adalah sebagai berikut:



Gambar 5. Evaluasi Penentuan Alternatif Terbaik

Penyajian dalam Bentuk Artwork dari Logo Terpilih

Logo Positif-Negatif



Gambar 6. Logo Positif-Negatif

Logo Monokrom



Gambar 7. Logo Monokrom

Variasi Ukuran



Gambar 8. Variasi Ukuran

Grid System



Gambar 9. Grid System

Minimum Clear Area



Gambar 10. Minimum Clear Area

Aturan-Aturan Logo

Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Putih atau Warna Terang



Gambar 11. Latar Belakang Putih atau Warna Terang

Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Berwarna-Warni



Gambar 12. Latar Belakang Warna Logo

**Perancangan Branding UMKM Mr & Mrs Cake Shop Lombok**  
 Sandi Justitia Putra, Yenni Hartini

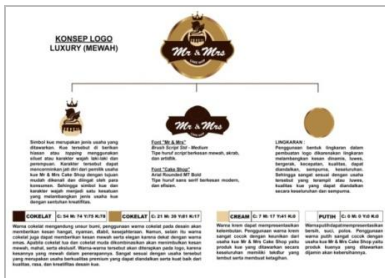
Penerapan Warna Logo dengan Latar Belakang Warna Logo



Gambar 13. Latar Belakang Warna Logo Penerapan Logo pada Latar Belakang Gambar atau Foto



Gambar 14. Latar Belakang Gambar atau Foto Final Artwork



Gambar 15. Final Artwork Final Desain Media Utama Aplikasi Logo Media Utama Brosur



Gambar 16. Brosur

Flyer



Gambar 17. Flyer

Final Desain Media Pendukung Aplikasi Logo

Stationery  
 Kartu Nama



Gambar 18. Kartu Nama

Notes



Gambar 19. Notes

Invoice



Gambar 20. Invoice

Merchandise  
 Mug



Gambar 21. Mug

Piring



Gambar 22. Piring

Packaging  
 Packaging Cake



Gambar 23. Packaging Cake

Packaging Cupcake



Gambar 24. *Packaging Cupcake*  
 Packaging Pastry atau Snackbox



Gambar 25. *Packaging Pastry*  
 Sticker Cookies



Gambar 26. *Sticker Cookies*

Media Kreatif

Voucher Free Cupcake



Gambar 27. *Voucher Free Cupcake*

Media Interaktif

Instagram Post



Gambar 28. *Instagram Post*

Instagram Story



Gambar 29. *Instagram Story*



Gambar 30. *Kegiatan Produksi*



Gambar 31. *Peralatan Membuat Kue*



Gambar 32. *Persetujuan Owner*

**D. PENUTUP**

**Simpulan**

Hasil pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa perancangan *branding* untuk usaha kue UMKM Mr & Mrs Cake Shop telah membawa pengaruh positif pada usaha tersebut, yakni lebih mudah diingat masyarakat luas, terutama masyarakat Pulau Lombok. sehingga diharapkan meningkatkan penjualan serta profit usaha tersebut serta membuka peluang bagi UMKM Mr & Mrs Cake Shop mengembangkan usahanya.

**E. DAFTAR PUSTAKA**

Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Minamiyama, H. (2007). *World Branding: Concept, Strategy and Design*. USA: Gingko Press.

Kotler, P. & Pfoertsch, W. (2006). *B2B Brand Management*. Germany: Springer.

Rustan, S. (2008). *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.