

**Pendampingan Branding Desain dan Kemasan Produk Di Wisata
Kampung Kelengkeng Desa Simoketawang Kecamatan Wonoayu
Kabupaten Sidoarjo**

**Angga Dutahatmaja¹, Febby Rahmatullah Masruchin², Lukman Hakim³, A. Fajar
Gilang Ramadhan⁴, Juliandro Padapatan Turnip⁵, Geri Prio Sambodo⁶,
Muhammad Nurul Anwar⁷**

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

²Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

^{3,4,5,6,7}Mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

e-mail: 1anggadutahatmaja@untag-sby.ac.id, 2febbyrahmatullah@untag-sby.ac.id

Abstrak

Latar belakang : *Matching Fund* merupakan program hibah dari negara yang diberikan kepada perguruan tinggi yang digunakan untuk membantu civitas akademi untuk melakukan sebuah program pengabdian masyarakat. Universitas 17 Agustus 1945 melalui program Matching Fund berusaha untuk menyalurkan program tersebut di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo.

Tujuan : Kami melakukan re-branding dengan cara pembuatan logo serta desain kemasan produk di Wisata Kampung Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo.

Metode : Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan cara kolaboratif dengan pelaku usaha di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo, dalam hal ini diwakili oleh Ibu-Ibu Asmani Kelasi. Kegiatan dibagi menjadi empat tahap, yaitu tahap survey atau tahap untuk menyeleraskan ide untuk pembuatan desain logo dan kemasan produk dengan pelaku usaha, kedua pembuatan desain logo dan kemasan produk, ketiga melakukan diskusi mengenai logo yang sudah dibuat untuk mencari masukan, kritikan atau koreksi terhadap logo dan kemasan produk yang sudah dibuat dan keempat adalah presentasi desain logo dan kemasan produk kepada Ibu-Ibu Asmani Kelasi di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo.

Hasil : Hasil dari program ini adalah menghasilkan desain logo dan desain kemasan yang baru untuk meningkatkan penjualan produk Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan : Pelaku usaha di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo sangat antusias terhadap adanya perubahan desain logo dan kemasan produk di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo dengan harapan dapat meningkatkan penjualan produk tersebut.

Kata Kunci: matching fund; desain; logo; kemasan; umkm; desa simoketawang

Abstract

Background: Matching Fund is a grant program from the state given to universities that are used to help the academic community to carry out a community service program. The University of 17 August 1945 through the Matching Fund program attempted to distribute the program in Kelengkeng Tourism Village, Simoketawang Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency.

Purpose: We did a re-branding by making logos and product packaging designs at Kampung Kelengkeng Tourism, Simoketawang Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency.

Method: The method of implementing this activity is collaborative with business actors in Kelengkeng Tourism Village, Simoketawang Village, Wonoayu District, and Sidoarjo Regency, in this case, represented by Mrs. Asmani Kelasi. The activity is divided into four stages, namely the survey stage or the stage to harmonize ideas for making logo designs and product packaging with business actors, secondly making logo designs and product packaging, thirdly conducting discussions about the logos that have been made to seek input, criticism or corrections to the logo. and product packaging that has been made fourth is the presentation of the logo design and product packaging to Ms. Asmani Kelasi in Kelengkeng Tourism Village, Simoketawang Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency.

Result: The result of this program is to produce a new logo design and packaging design to increase product sales of Kelengkeng Tourism Village, Simoketawang Village, Wonoayu District, and Sidoarjo Regency.

Conclusion: Business actors in Kelengkeng Tourism Village, Simoketawang Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency are very enthusiastic about changes in logo design and product packaging in Kelengkeng Tourism Village, Simoketawang Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency in the hope of increasing sales of these products.

Keywords: matching funds; design; logos; packaging; umkm; simoketawang village

Pendahuluan

Banyak desa di Indonesia saat ini saling bergotong royong untuk membangun sebuah desa wisata. Rencana tersebut sesuai dengan RPJMN 2020-2024, bahwa Kemenparekraf menargetkan sebanyak 244 desa wisata dan 71.381 desa digital tersertifikasi sebagai desa wisata mandiri pada tahun 2024. Jika ditambahkan, total tempat wisata berupa desa wisata di Indonesia semakin bertambah ribuan. Berdasarkan Statistik Potensi Desa 2018, Kemendesa PDTT Indonesia memiliki jumlah total 7.275 desa wisata yang tersebar di seluruh provinsi. Adapun Jawa Timur kemudian Jawa Tengah menjadi provinsi dengan desa wisata terbanyak melebihi 1000 tempat.

Obyek wisata pedesaan merupakan wisata yang berbasis masyarakat dan menampilkan potensi wisata alam serta produk unggulan. Setiap desa memiliki potensi dan ciri khas masing-masing sehingga menjadi ikon desa untuk menjadi sebuah kawasan desa wisata. Oleh karena itu diperlukan langkah kongkrit untuk pembangunan desa yang dikelola secara baik dan berkelanjutan, selain itu agar masyarakat desa mampu secara mandiri untuk mengelola sumber daya alamnya serta dapat meningkatkan sumber pendapatan warga desa. Salah satu caranya adalah dengan memanfaatkan potensi sumber daya yang terdapat dalam suatu desa untuk dijadikan sebuah ikon atau produk khas untuk pengembangan desa wisata. Selain sebagai tempat untuk tujuan wisata, ikon tersebut juga dapat diolah sebagai produk khas dari desa wisata tersebut.

Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo merupakan desa yang sangat potensial untuk dijadikan desa wisata dengan produk unggulannya adalah olahan dari buah kelengkeng. Oleh karena itu, Desa Simoketawang saat ini memberanikan diri untuk menyebut desanya sebagai Wisata Kampung Kelengkeng dengan menonjolkan ciri khas mereka yaitu olahan buah kelengkeng dan wisata kebun kelengkeng. Pembentukan desa wisata ini diharapkan mampu untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Seluruh sektor harus bergerak bersama untuk mendorong keberhasilan program desa wisata ini. Sektor pariwisata ini akan menjadi andalan dalam mendorong pemulihan ekonomi [1]. Kalau bisa desa wisata dengan yang lain memiliki koneksi atau kerjasama sehingga dapat menjadi rujukan untuk berkunjung ke lokasi wisata lain selain desa yang dituju [1].

Wisata Kampung Kelengkeng ini terletak di Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo dan memiliki produk unggulan berupa wisata dikebun kelengkeng, kolam renang dan cafe, aneka olahan dari buah kelengkeng, seperti kopi kelengkeng, sirup kelengkeng, selai kelengkeng, olahan kue kering dan kue basah dari bahan dasar buah kelengkeng dan lain sebagainya. Melalui program Matching Fund ini juga mereka memiliki produk unggulan baru, yaitu batik ecoprint daun kelengkeng. Adapun untuk segi akses menuju kampung wisata kelengkeng ini, pengunjung bisa menggunakan motor dan mobil. Akses jalan sudah bagus, sehingga dapat dilalui dengan moda transportasi tersebut.

Untuk mengembangkan desa wisata agar sukses diperlukan dukungan dari berbagai pihak seperti Pemerintah Daerah dalam mempromosikan destinasi wisata, masyarakat setempat dengan bahu membahu [2], Usaha Mikro Kecil untuk

melengkapi kebutuhan kuliner, souvenir, homestay dll, serta dukungan dari institusi pendidikan seperti universitas [3].



Gambar 1. Pendana Wisata Kampung Kelengkeng

Desa Simoketawang merupakan desa yang potensial untuk dilakukan pengembangan wisata, karena memiliki perkebunan dan olahan dari buah kelengkeng yang dijadikan sebagai ikon wisata, sehingga terciptalah nama Wisata Kampung Kelengkeng. Pembuatan berbagai produk unggulan berbahan dasar buah kelengkeng menjadi daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan ke tempat ini. Hal tersebut tentunya harus diimbangi dengan adanya branding yang baik dan menarik terhadap beberapa produk unggulan tersebut sehingga wisatawan ketika melihat brand dari produk tersebut langsung tertarik dan selalu mengingat bahwa produk tersebut berasal dari Wisata Kampung Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo.

Dalam rangka membantu para pelaku usaha pemula untuk meningkatkan produktifitas ekonominya, Untag Surabaya yang diwakili oleh beberapa tim dosen serta praktisi dan didampingi mahasiswa melalui program matching fund ini, berusaha menghubungkan dunia pendidikan dan dunia usaha dengan langkah nyata untuk membekali pelaku usaha tersebut dalam mempersiapkan diri memasuki dunia usaha sehingga dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan taraf ekonominya melalui peningkatan penjualan produk unggulan Wisata Kampung Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. Adapun upaya untuk meraih hal tersebut, antara lain adalah melakukan *re-branding* dengan cara membuat kembali desain logo serta kemasan untuk beberapa produk khas unggulan desa tersebut.

Metode

Secara umum, tahapan dalam pembuatan logo produk dan label kemasan suatu produk terdiri dari diskusi dengan klien, pengumpulan informasi, merancang konsep dan desain final.

1. Diskusi dengan klien

Diskusi dengan klien merupakan tahapan awal dalam memulai sebuah desain. Dalam tahapan ini kami saling bertukar informasi dengan klien kami, dalam hal ini adalah Ibu-Ibu Asmani Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo selaku penggerak usaha. Diskusi ini berisi tentang apa saja yang terkait dengan produk, desain logo dan label kemasan yang diinginkan oleh pihak klien. Dalam hal ini, terkait mengenai model, warna, logo, bentuk dan lain sebagainya.

2. Pengumpulan informasi

Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan informasi terkait dengan pembuatan logo produk dan label kemasan. Terdapat dua cara, yaitu observasi dan diskusi. Observasi dilakukan untuk mencari referensi mengenai berbagai jenis desain logo dan label kemasan dari berbagai sumber, sedangkan diskusi dilakukan untuk menemukan benang merah antara kemauan dari klien dengan hasil akhir.

3. Merancang konsep

Setelah melakukan diskusi dengan klien dan telah dilakukan analisa, maka langkah selanjutnya adalah membuat atau merancang konsep. Hal tersebut dimulai dari *software* apa yang akan digunakan membuat desain logo dan kemasan produk, menentukan bentuk-bentuk kemasan produk, dan terakhir adalah mengilustrasikan desain kemasan.

4. Alternatif desain dan revisi

Setelah konsep desain sudah matang, maka akan dibuat beberapa alternatif desain logo produk dan label kemasan produk yang akan digunakan untuk bahan pertimbangan oleh pihak klien sebelum masuk desain final. Setelah itu, jika dirasa terdapat beberapa perubahan, maka akan dilakukan revisi.

5. Desain final

Langkah terakhir adalah membuat desain final hasil dari revisi yang telah dilakukan bersama-sama oleh pihak klien. Kemudian hasil final tersebut akan dipresentasikan dihadapan para pelaku usaha di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo

Hasil dan Pembahasan**Tahap 1: Diskusi dengan klien**

Tahap 1 ini digunakan untuk berdiskusi dengan pelaku usaha Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo, yang dalam hal ini diwakili oleh Ibu-Ibu Asmani. Mereka merupakan pelaku usaha yang memproduksi beberapa produk khas yang akan dijadikan produk unggulan dari Wisata Kampung Kelengkeng.



Gambar 1. Proses Diskusi Dengan Klien

Pada gambar 1 ini merupakan proses diskusi dengan pelaku usaha untuk membahas beberapa produk khas unggulan desa yang akan dilakukan branding desain dan kemasan oleh tim. Branding mulai dari logo produk hingga kemasan produk. Dari diskusi tersebut, dihasilkan kesepakatan mengenai beberapa produk khas unggulan desa yang akan dibuatkan desain logo dan kemasan produk, yaitu kopi, selai, sirup, batik *ecoprint*, aneka macam kue basah, aneka macam kue kering, nasi kotak, nasi tumpeng, dan aneka produk olahan khas desa lainnya.



Gambar 2. Dokumentasi Setelah Diskusi Dengan Klien

Secara garis besar, produk unggulan khas desa tersebut berbahan dasar dari tanaman kelengkeng, semua bagian dari tanaman kelengkeng dapat dimanfaatkan

untuk menjadi produk unggulan khas desa, mulai dari daging buah kelengkeng, biji buah kelengkeng dan daun tanaman kelengkeng. Bahan dasar tersebut kemudian diolah sedemikian rupa dan dicampur dengan beberapa bahan lain sehingga menjadikan beberapa produk khas unggulan dari Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. Contohnya adalah produk kopi kelengkeng, produk tersebut merupakan kombinasi dari biji kopi robusta dan biji kelengkeng dengan proporsi tertentu sehingga menghasilkan bubuk kopi dengan varian rasa buah kelengkeng. Selain itu produk selai kelengkeng, memiliki bahan dasar dari daging buah kelengkeng yang diolah sedemikian rupa dicampur oleh beberapa bahan dasar makanan lainnya, seperti gula, air dan sebagainya sehingga menjadi selai rasa kelengkeng.

Tahap 2: Pengumpulan informasi

Langkah selanjutnya setelah diskusi dengan klien dan terjadi kesepakatan mengenai produk apa saja yang akan dibuatkan desain logo dan kemasan, maka dilakukan pencarian informasi terkait dengan pembuatan desain logo dan kemasan. Pencarian informasi dilakukan dengan berbagai sumber. Dalam tahapan ini, terdapat dua langkah, yaitu observasi dan diskusi. Observasi ini merupakan proses untuk mencari informasi dan referensi mengenai berbagai jenis desain logo dan desain kemasan. Sumber informasi didapatkan dari berbagai sumber, seperti internet dan desainer yang sudah ahli dalam membuat desain logo dan kemasan produk, terutama produk-produk dari pelaku usaha. Ilustrasi proses pengumpulan informasi dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Pengumpulan Informasi

Sedangkan proses selanjutnya adalah melakukan diskusi, dalam hal ini diskusi dengan tim mengenai hasil pengumpulan informasi yang telah dilakukan oleh tim terkait dengan pembuatan desain logo dan kemasan. Tujuan dari dilakukannya diskusi oleh tim adalah untuk mencari benang merah untuk menjembatani kemauan dari pihak klien dengan tim, sehingga terbentuklah beberapa desain logo dan kemasan yang siap dibuat. Hal ini dilakukan agar kebutuhan dan keinginan dari klien dapat dipenuhi dalam proses pembuatan desain logo dan desain kemasan produk khas unggulan dari Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo.



Gambar 3. Diskusi Setelah Pengumpulan Informasi

Tahap 3: Merancang konsep

Setelah tahap diskusi dengan klien kemudian telah dilakukan analisa terhadap informasi yang telah dikumpulkan oleh tim mengenai referensi desain logo dan kemasan produk yang digunakan untuk mencari benang merah antara keinginan klien terhadap desain logo dan desain kemasan produk, maka langkah selanjutnya adalah membuat dan merancang konsep desain logo dan kemasan. Dalam tahapan ini, langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan *software* aplikasi apa yang cocok untuk digunakan untuk proses pembuatan desain logo dan kemasan produk. Setelah diskusi, maka diputuskan untuk membuat desain logo dan kemasan produk dengan menggunakan *software* aplikasi *Canva*. Alasan menggunakan *Canva* adalah aplikasi tersebut mudah digunakan, mudah diinstall ke berbagai perangkat, tersedia untuk perangkat handphone, laptop dan juga bisa digunakan langsung secara online melalui website *canva.com*, selain itu juga *Canva* juga menyediakan beberapa fitur yang dapat digunakan secara gratis, sehingga semakin memudahkan mahasiswa untuk membuat desain walaupun fitur yang dapat digunakan relatif sedikit atau terbatas.



Gambar 5. Merancang dan Membuat Desain

Masing-masing mahasiswa telah diberikan tanggung jawab untuk membuat desain logo dan desain kemasan untuk setiap produk, tujuannya adalah agar lebih mahasiswa dapat fokus dalam membuat desain tersebut, sehingga desain yang dihasilkan dapat lebih baik serta memiliki ciri khas masing-masing dikarenakan dibuat oleh masing-masing mahasiswa. Kemudian membuat filosofi dari masing-masing produk, seperti nama brand untuk produk, desain logo dan kemasan produk, tujuan dari menentukan filosofi sebelum membuat desain dari setiap produk adalah untuk memudahkan tim dalam membuat desain berdasarkan filosofi yang telah dibuatnya selain itu juga agar dapat memberikan makna terhadap merk, desain logo dan kemasan dari masing-masing produk. Setelah itu, menentukan bentuk kemasan produk dan langkah terakhir adalah mengilustrasikan desain tersebut menggunakan *software* aplikasi *canva*. Ilustrasi desain logo dan kemasan dari pembuatan tahap pertama dapat dilihat dalam tabel 1.

Tabel 1. Desain Logo Produk Awal

No	Desain Logo	Nama Produk
1		Kopi Kelengkeng
2		Selai Kelengkeng
3		Sirup Kelengkeng
4		Batik EcoPrint
5		Aneka Kue Basah
6		Aneka Kue Kering
7		Puding Kelengkeng
8		Nasi Kuning

Tahap 4: Alternatif desain dan revisi

Tahap selanjutnya adalah pembuatan alternatif desain dan revisi. Desain logo dan kemasan yang sudah dibuat oleh tim akan dikonsultasikan kepada pihak pelaku usaha. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk mendapatkan respon dari pelaku usaha terhadap desain yang telah dibuat. Sehingga jika terdapat respon mengenai perubahan desain, dapat segera dikomunikasikan segera dilakukan revisi untuk mendapatkan desain logo dan kemasan produk yang final. Dalam hal ini juga menentukan nama brand atau merk dari masing-masing produk. Untuk ilustrasi kegiatan tersebut dapat dilihat dalam gambar di bawah ini.



Gambar 6. Koordinasi Dosen Dengan Pelaku Usaha

Dalam ilustrasi yang terdapat pada gambar 6, dapat dilihat bahwa tim yang diwakili oleh dosen sedang melakukan dialog mengenai hasil dari desain yang telah dibuat serta pembahasan mengenai adanya revisi desain logo dan kemasan produk. Dari proses dialog yang telah dilakukan dengan pelaku usaha, maka terdapat beberapa revisi mengenai desain logo dan kemasan produk. Revisi tersebut mulai dari merk produk, bentuk logo dan kemasan produk, warna dari logo dan kemasan produk, ukuran logo dan kemasan dari masing-masing produk. Selain terdapat revisi, produk yang akan dibuatkan desain logo dan kemasan bertambah, yaitu produk kerajinan. Produk ini merupakan kerajinan yang memanfaatkan daun dari tanaman kelengkeng, yang akan dibuat pigora dan kipas.



Gambar 7. Suasana Koordinasi Tim Dengan Pelaku Usaha

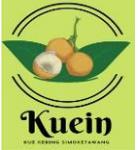
Tahap 5: Desain final

Tahap terakhir dalam kegiatan ini adalah pembuatan desain final hasil dari revisi yang telah dilakukan oleh tim dengan pihak pelaku usaha. Selain itu, juga melibatkan ketua penyelenggara matching fund dan beberapa dosen terkait dengan merk yang akan digunakan untuk produk khas unggulan di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. Merk tersebut dibagi menjadi empat, yaitu simoketawang food untuk kue kering, kue basah, puding, selai dan olahan makanan lain (nasi kotak dan nasi kuning), simoketawang drink untuk sirup dan kopi, simoketawang art untuk kerajinan dari daun tanaman kelengkeng, seperti pigora dan kipas dan simoketawang ecoprint untuk batik *ecoprint*. Merk produk tersebut dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Brand Produk Khas Simoketawang

No	Nama Brand	Logo Brand	Jenis Produk
1	Simoketawang Food		1. Kue Kering 2. Kue Basah 3. Puding 4. Selai 5. Olahan makanan (nasi kotak dan nasi kuning)
2	Simoketawang Drink		1. Sirup 2. Kopi
3	Simoketawang Art		Kerajinan dari daun tanaman kelengkeng (Pigora dan Kipas)
4	Simoketawang Ecoprint		Kain batik ecoprint

Tabel 3. Desain Logo dan Kemasan Produk Final

No	Desain Logo	Nama Produk	Desain Logo Produk Baru	Nama Produk Baru
1		Kopi Kelengkeng		Nasi Tumpeng Dalasi
2		Selai Kelengkeng		HandCraft
3		Sirup Kelengkeng		
4		Batik EcoPrint		
5		Aneka Kue Basah		
6		Aneka Kue Kering		
7		Puding Kelengkeng (tetap tidak ada perubahan)		
8		Nasi Kuning		

Tabel 4. Desain Label Kemasan Produk

No	Desain Label Kemasan	Nama Produk
1		<p>Kopi Kelengkeng</p> <p>Keterangan : Kemasan depan berisi nama brand, logo, NIB, P-IRT, dan berat bersih</p> <p>Kemasan belakang berisi komposisi, kode produksi, tanggal kadaluarsa dan tempat produksi</p>
2		<p>Selai Kelengkeng</p> <p>Keterangan : Kemasan depan berisi nama brand, logo, NIB, dan berat bersih</p> <p>Kemasan belakang berisi komposisi, kode produksi, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa dan tempat produksi</p>
3		<p>Sirup Kelengkeng</p> <p>Keterangan : Bentuk persegi panjang ditempek memutar. Berisi nama brand, logo, NIB, berat bersih, komposisi, kode produksi, tanggal produksi, tanggal kadaluarsa dan tempat produksi</p>
4		<p>Batik EcoPrint</p> <p>Keterangan : Berisi nama brand, logo, NIB dan tempat produksi</p>

Tabel 5. Kemasan Produk

No	Desain Label Kemasan	Nama Produk
1	 Two packages of KOLENG KOPI KELENGKENG coffee. The packages are white with a dark brown label featuring the brand name and a circular logo.	Kopi Kelengkeng
2	 Three bottles of Sirup Kelengkeng. The bottles are clear plastic with yellow labels featuring a kiwifruit illustration and the brand name.	Selai Kelengkeng
3	 Three jars of Sirup Kelengkeng. One jar is larger and sits on top of two smaller jars. All have white labels with a kiwifruit illustration and the brand name.	Sirup Kelengkeng
4	 A white paper bag with a dark blue label featuring the brand name and a logo.	Batik EcoPrint

Tabel 3 berisi tentang desain logo produk yang sudah *final* hasil revisi yang telah didiskusikan dengan pelaku usaha serta juga terdapat logo dari produk baru yang pada tahap 1 belum ada. Tabel 4 berisi tentang desain label kemasan produk yang sudah final. Sedangkan tabel 5 berisi tentang desain kemasan untuk beberapa produk yang rencananya akan di produksi dan di pasarkan secara reguler, yaitu kopi, selai, sirup dan batik *ecoprint*, sedangkan produk lainnya rencanya akan di produksi dan di jual berdasarkan pesanan yang masuk, sehingga untuk kemasan masih menyesuaikan. Hasil akhir dari desin logo, desain label kemasan dan desain kemasan akan dipresentasikan kepada pelaku usaha di Desa Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu Kabupaten Sidoarjo. Tepatnya di Balai Desa Simoketawang. Berikut ini merupakan beberapa dokumentasi dari presentasi hasil akhir.



Gambar 8. Presentasi Hasil Akhir

Simpulan dan Saran

Hasil yang dicapai dari kegiatan pembuatan desain logo produk dan label kemasan pada produk dari pelaku usaha yang memanfaatkan hasil olahan kelengkeng

di Kampung Wisata Kelengkeng Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo adalah logo dan kemasan baru serta merk baru.

Merk dari olahan buah kelengkeng dibagi menjadi empat, yaitu Simoketawang Food, Simoketawang Drink, Simoketawang Art dan Simoketawang Ecoprint. Simoketawang Food terdiri dari seluruh makanan olahan buah kelengkeng, seperti kue basah, kue kering, puding, selai serta olahan makanan dari buah kelengkeng lainnya. Simoketawang Drink terdiri dari kopi dan sirup. Simoketawang Art terdiri dari kerajinan daun kelengkeng, yaitu kipas dan pigora. Simoketawang Craft yaitu berupa kain batik ecoprint dari daun pohon kelengkeng.

Para peserta dalam kegiatan ini adalah ibu-ibu asmani kelasi Desa Simoketawang merasa puas dan terbantu dengan adanya inovatif dibidang ini sehingga diharapkan mampu untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk tersebut.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa matching fund ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat khususnya pelaku usaha di Kampung Wisata Kelengkeng di Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo khususnya untuk meningkatkan pengetahuan tentang peningkatan sumber daya manusia, serangkaian kegiatan telah dilakukan di dalam salah satu pelaksanaan program matching fund Untag Surabaya. Mulai dari kegiatan pelatihan hingga menghasilkan produk yang berdaya jual tinggi.

Dalam pelaksanaan kegiatan matching fund ini mitra menunjukkan antusiasme dan semangat yang luar biasa dalam mendukung kampung wisata kelengkeng dan mendukung kegiatan ini serta turut memberikan sumbangan pemikiran yang positif sehingga dapat menghasilkan inovasi dalam pembuatan desain logo produk dan label kemasan serta merk baru untuk produk UMKM Desa Simoketawang. Kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan didalam meningkatkan penjualan produk UMKM dengan memanfaatkan buah dan daun kelengkeng. Untuk semakin mengembangkan produk UMKM dari Kampung wisata kelengkeng kedepannya perlu juga diberikan berbagai pelatihan lain seperti bagaimana melakukan pemasaran produk yang baik serta bagaimana untuk melakukan *branding* yang baik. Diharapkan melalui pelatihan tersebut, proses produksi UMKM yang dilakukan dapat menjadi lebih efisien dan para calon pembeli akan semakin meningkat.

Penghargaan

Ucapan terimakasih diberikan kepada Kemendikbudristek, Rektor UNTAG Surabaya, Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UNTAG Surabaya dan perangkat pemerintahan Desa Simoketawang yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk kegiatan *matching fund* yang diselenggarakan di Kampung Wisata Kelengkeng, Desa Simoketawang, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku usaha produk unggulan khas desa yang telah mengikuti kegiatan pelatihan mengenai branding logo dan kemasan produk hingga akhir acara kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- [1] P. H. Pradnya, H. Abdul, and S. Saleh, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu)," *J. Wacana*, vol. 17, no. 2, pp. 182–193, 2015.
- [2] Erwin Dyah Astawinetu, Y. Kartika, and C. Hidayati, "Inovasi Desain Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Batik," *J. Plakat*, vol. 3, no. 2, pp. 182–193, 2021.
- [3] S. Gholami and M. Birjandi, "The Effect of market orientation and Entrepreneurial orientation on the performance of SMEs," *J. Curr. Res. Sci.*, pp. 361–369, 2016.