

Pembuatan Desain Logo Dan Kemasan Susu Kedelai Serta Pemasaran Produk Berbasis Sosial Media

Ihsan Lubis¹, Husni Lubis², Muhammmad Fahri Effendy³, Devianita Zulkirahmadhani⁴, Mutia Iswandari Putri⁵, Rehulina Aslamiyah⁶

¹²³⁴⁵⁶Fakultas, Teknik dan Komputer, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

Email: ihsan.lubis@gmail.com*, husni.lubis82@gmail.com, fahrieffendi534@gmail.com, devianitaz.kompadu@gmail.com, mutiaiswandariputri13@gmail.com, baruslina2003@gmail.com

(* : coressponding author)

Abstrak—Pengabdian masyarakat bertujuan untuk membantu masyarakat untuk menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat. Usaha susu kedelai sehat jaya merupakan UMKM yang bergerak dibidang pengolahan kedelai menjadi minuman Kesehatan. Saat usaha susu kedelai ini masih dikelola sederhana. Ini dibuktikan dengan pengemasan sangat sederhana menggunakan plastik biasa dan pemasaran hanya sebatas wilayah sekitar saja. Atas dasar itu tim pengabdian mencoba membantu untuk meningkatkan pemasaran usaha tersebut. Untuk mengetahui kebutuhan terlebih dahulu tim melakukan survey kebutuhan yang dibutuhkan. Setelah melakukan survey tim mengambil kesimpulan perlu membuat logo yang unik sebagai ciri khas dari usaha tersebut selain itu perlu membuat kemasan yang lebih menarik. Untuk membantu meningkatkan pemasaran produk usaha tersebut perlu perluasan pengenalan produk tersebut melalui sosial media. Untuk itu perlu dibuat sosial media Instagram dan juga memberikan pelatihan penggunaan Instagram tersebut. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemasaran produk menjadi lebih baik.

Kata Kunci: Susu kedelai, logo, kemasan, media sosial

Abstract—Community service aims to help the community to solve problems that occur in the community. The healthy soy milk business is an MSME engaged in processing soybeans into health drinks. When the soy milk business is still managed in a simple way. It is very simple with very simple packaging using plastic and marketing is only limited to the surrounding area. On that basis, the service team tries to help improve the marketing of the business. To find out the needs, first conduct a needs survey. After conducting a survey, the team concluded that it was necessary to create a logo that was unique to the business, besides that it was necessary to create a more attractive packaging. To help increase the marketing of these business products, it is necessary to expand the introduction of these products through social media. For this reason, it is necessary to create Instagram social media and also provide training on the use of Instagram. The results of this activity are expected to improve product marketing for the better.

Keywords: soymilk, logo packaging, social media

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) merupakan kegiatan rutin yang dilakukan civitas akademika Universitas Harapan Medan. PkM bertujuan memberikan kontribusi nyata yang dilakukan dosen beserta mahasiswa untuk memajukan bangsa Indonesia. Khususnya mengembangkan kesejahteraan masyarakat. Dengan memecahkan masalah yang ada dimasyarakat maupun mitra usaha.

Susu kedelai merupakan minuman yang baik untuk tubuh. Susu kedelai merupakan hasil dari ekstraksi buah kedelai yang direndam air panas. Susu kedelai tersebut memiliki kandungan yang sangat diperlukan oleh tubuh manusia Adapun kandungan dari kedelai antara lain protein nabati, karbohidrat, mineral dan vitamin. Kelebihan dari susu kedelai dibandingkan susu hewani adalah tidak mengandung laktosa. Ini cocok untuk anak ataupun orang dewasa yang alergi terhadap susu kedelai. Selain itu susu kedelai ini memiliki harga lebih murah dibandingkan susu sapi pada umumnya.

Logo merupakan salah satu hal yang penting pada sebuah perusahaan. karena logo merupakan gambaran dari representasi sebuah perusahaan. Logo juga merupakan salah satu strategi jitu dalam pemasaran dikarenakan logo merupakan salah satu hal diingat konsumen dalam mengingat suatu

produk. Banyak perusahaan rela mengeluarkan banyak uang untuk menyewa konsultan untuk mendesain logo perusahaannya. Logo itu penting karena fungsi yang diemban logo tersebut antara lain logo menjadi tanda pengenal sebuah perusahaan atau merk, logo juga logomenyampaikan kepribadian, karakter atau sikap perusahaan. Logo juga melambangkan kualitas dan kepuasan.

UMKM Susu kedelai sehat jaya merupakan usaha yang bergerak di pembuatan susu kedelai. Usaha tersebut merupan usaha industri rumah tangga yang dikelola oleh bapak Arbi. Usaha susu kedelai ini berlokasi di Jl. Balai Desa Pasar XII gg bunga marindal II kecamatan Patumbak kabupaten Deli Serdang. Saat ini susu kedelai tersebut diolah secara manual dan Sebagian telah menggunakan mesin. Setelah diolah menghasilkan susu kedelai dikema menggunakan plastik biasa tanpa merk pada kemasannya.



Gambar 1. Proses Pembuatan Susu kedelai



Gambar 2. Kemasan susu kedelai

Hingga saat ini pemasaran yang dilakukan oleh susu kedelai sehat jaya masih secara *offline* yaitu secara penitipan ke tempat-tempat usaha dan juga melalui lisan ke orang lain. Disaat pandemi covid-19 cara pemasaran ini kuranglah baik dikarenakan banyaknya pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah, hal ini menyebabkan menurunnya penjualan yang dialami oleh susu kedelai sehat jaya. Akibat dari pembatasan tersebut pola belanja masyarakat mulai berubah dari sebelumnya masyarakat belanja secara *offline* mulai saat pandemi hingga hampir berakhirnya pandemi ini masyarakat lebih banyak berbelanja secara online dikarenakan mudahnya berbelanja online saat ini.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Analisis Situasi

Usaha susu kedelai ini belum memiliki logo yang baku dan menarik, sehingga terkesan hanya untuk masyarakat sekitar dan mereka menjual produknya didepan rumah. Melihat kondisi saat ini, yang mana banyak UMKM yang membuka akses secara online untuk memperkenalkan produknya ke wilayah yang lebih luas dan juga pemasaran produk tersebut secara online, maka solusi yang ditawarkan adalah mengawali dengan pembuatan logo untuk penguatan produk yang dijual, berupa logo perusahaan yang akan menjadi ikon dan menarik dari sisi penglihatan konsumen, selain itu pemasaran usaha tersebut masih terbatas lokasi skala kecil. Untuk memperluas pemasaran perlu memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran agar jarak jangkauan pemasaran lebih luas

2.2. Tahapan Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian menawarkan solusi yaitu:

- a. Pembuatan desain logo dan kemasan untuk penguatan branding produk susu kedelai yang menarik.
- b. Pembuatan sosial media khususnya instagram dan media internet untuk memasarkan produk susu kedelai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun untuk mencapai tujuan dari kegiatan ini dilakukan kegiatan sebagai berikut:

3.1 Pembuatan Logo

Logo merupakan salah satu elemen penting dan elemen pertama yang perlu dirancang dalam suatu usaha. Dalam pemasaran logo sangatlah penting, logo sebagai identitas sebuah usaha. Setiap logo memiliki ciri sendiri, logo membedakan suatu usaha dengan usaha lain. Untuk menghasilkan logo yang baik dan sesuai dengan produk dan keinginan dari pemilik terlebih dahulu tim melakukan pengamatan produk dan wawancara dengan pemilik usaha.

Setelah melakukan pengamatan terhadap produk dan wawancara dengan pemilik usaha tersebut maka tim membuat desain produk sesuai kriteria yang diinginkan oleh pemilik usaha.



Gambar 3. Desain Logo

3.2 Perbaikan kemasan

Kemasan merupakan salah satu elemen yang membuat daya Tarik dan kesan sebuah brand. Saat ini kemasan susu kedelai jaya dikemas hanya dalam bentuk plastik yang diikat dengan karet. Kemasan tersebut terkesan tidak menarik. Untuk itu tim mendesain kemasan dengan memanfaatkan botol yang ada dijual dipasaran dan menambahkan stiker logo susu kedelai sehat jaya.



Gambar 4. desain kemasan

3.3 Pembuatan sosial media

Saat ini sosial merupakan salah satu cara yang sangat baik untuk memasarkan produk maupun jasa. Di Indonesia ini pemilik akun sosial media sangat lah banyak baik dari yang muda hingga tua memiliki akun media sosial. Dikarenakan banyak pengguna membuat banyak pengusaha memanfaatkan sosial media sebagai media pemasaran produknya. Kelebihan pengenalan produk melalui sosial media adalah tanpa membutuhkan biaya yang besar dibandingkan menggunakan brosur atau spanduk. Selain itu sosial media memiliki jangkauan yang sangat luas dibandingkan secara konvensional. Berdasarkan hal tersebut tim membantu membuat sosial media berupa akun Instagram sulesehat dan memberikan pelatihan kepada pemilik usaha.



Gambar 5. kun Instagram Sulesehat

4. KESIMPULAN

Aspek branding dalam pemasaran sangatlah penting. Saat ini masih banyak pengusaha UMKM masih belum memaksimalkan pemasarannya untuk tetap dapat bertahan dalam persaingan usaha. Kegiatan PkM ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam membantu meningkatkan omset dengan pembuatan logo dan kemasan yang lebih menarik dari sebelumnya. Selain sosial media merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif dan murah, dan memiliki jangkauan yang sangat luas ini sangat baik dimanfaatkan oleh UMKM untuk memasarkan produknya

Aspek branding pasar bersifat dinamis, untuk kedepannya perlu terus dilakukan penyempurnaan. Untuk meningkatkan aspek branding adanya website khusus yang dimiliki usaha susu kedelai sehat jaya agar lebih terkesan profesional dan juga memanfaatkan media sosial lain sebagai sarana pemasaran.

REFERENCES

M. Fauzi, "Re-Design Logo Usaha Kecil Menengah Pada Toko Gibran Collection Di Pulang Untung Jawa," *J. Abdimas*, vol. 5, no. 1, pp. 93–97, 2018.

S. D. Setiawati, M. Retnasari, and Diny Fitriawati, "Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah," *J. ABDIMAS BSI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 125–136, 2019.

A. F. Muntazori and A. Listya, "Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo," *SENADA Semangat Nas. ...*, vol. 1, no. 3, pp. 342–351, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.dosenperiset.org/index.php/senada/article/view/66>.

M. Muttaqien and L. K. Wardana, "Pembuatan Desain Kemasan Ramah Lingkungan Serta Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Perluasan Pasar Kripik Singkong Semuluh Kidul," *Semin. Nas. ABDIMAS II 2019*, pp. 1946–1953, 2019.

P. D. Wulaningrum and H. R. Fajrin, "Pengembangan Branding dan Pangsa Pasar pada Industri Kreatif 'Batik Tugiran' Pandak," *ABDIMAS Univers.*, vol. 4, no. 1, pp. 9–14, 2022, doi: <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v4i1.131>.

H. D. Fadly and S. Sutama, "Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19," *J. Ecoment Glob. Kaji. Bisnis dan Manaj.*, vol. 5, no. 2, pp. 213–222, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>.