

Branding Logo dan Pelatihan Pengelolaan Media Sosial untuk UMKM Keripik Ayu Yoga dalam Meningkatkan Visibilitas dan Penjualan Produk Secara Digital

Rizkita Ayu Mutiarani^{1*}, Putu Satria Udyana Putra², I Gede Mahesa Putra Jatila³, I Gede Iwan Sudipa⁴

^{1*,2,3,4} Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

^{*}rizkita.mutiarani@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Submitted: 11 Mei 2025
Accepted: 12 Juni 2025
Published: 30 Juni 2025

Kata Kunci:
Logo Branding;
Media Sosial;
UMKM

ABSTRAK

UMKM Keripik Ayu Yoga merupakan usaha mikro berbasis kuliner khas Bali yang mengolah kulit ikan salmon dan ceker ayam menjadi produk keripik dengan cita rasa unik. Meskipun memiliki kualitas produk yang unggul dan pangsa pasar lokal yang stabil, usaha ini belum memiliki identitas visual yang kuat dan belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk kegiatan pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM melalui dua pendekatan utama: pembuatan branding logo profesional dan pelatihan pengelolaan media sosial Instagram bisnis. Metode pelaksanaan meliputi transfer knowledge, demonstrasi, serta praktik langsung di lokasi usaha. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya identitas visual dan strategi pemasaran digital, dibuktikan dengan penggunaan akun Instagram bisnis, posting konten berkala, dan kemampuan membaca Instagram Insights. Logo baru juga berhasil dirancang dan digunakan pada kemasan produk, memberikan nilai tambah dalam memperkuat branding. Pendekatan ini terbukti meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Program ini menunjukkan bahwa branding yang baik dan pemanfaatan media sosial yang efektif dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM tradisional di era digital.

PENDAHULUAN

UMKM Keripik Ayu Yoga merupakan usaha mikro yang berlokasi di Desa Dawan Kelod, Kecamatan Dawan, Kabupaten Klungkung, Bali. Berdiri sejak tahun 2018, usaha ini dimiliki oleh Ayu Sengkawati dan dikelola bersama keluarganya. Produk utama yang dihasilkan adalah keripik berbahan dasar kulit ikan salmon dan ceker ayam, yang menawarkan cita rasa khas dengan tekstur renyah dan gurih. Keunikan rasa dan kualitas produk ini membuatnya menjadi favorit di kalangan pelanggan lokal, dan penjualannya telah mencapai berbagai daerah di luar Kabupaten Klungkung. Saat ini, Keripik Ayu Yoga mampu memproduksi dan menjual sekitar 100-150 pack per hari, dengan omset yang stabil. Produksi keripik dilakukan di rumah produksi sederhana yang dilengkapi dengan peralatan penggorengan, pengemasan, dan penyimpanan bahan baku. Bahan baku seperti kulit ikan salmon diperoleh dari pemasok lokal, sedangkan proses pengolahan dilakukan secara manual oleh Ayu Sengkawati bersama dua karyawannya. Dalam hal manajemen, pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional



Jurnal Komet is licensed under a
Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0)

melalui jaringan keluarga, teman, serta dukungan pemerintah desa setempat. Produk dipasarkan langsung kepada pelanggan tanpa adanya branding yang kuat atau strategi pemasaran digital (Hikmah Nur Karimah & Fadillah, 2021; Maulidah et al., 2024; Wijaya et al., 2024). Keripik Ayu Yoga memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh, mengingat keunikan produk yang berbasis bahan baku lokal dan daya tariknya sebagai produk khas Bali. Dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk lokal yang berkualitas (Budiman et al., 2024), pemasaran yang tepat dapat memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital. Penggunaan media sosial seperti Instagram dapat menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk kepada audiens secara luas.

Berdasarkan analisis situasi, beberapa permasalahan prioritas yang dihadapi oleh Keripik Ayu Yoga telah disepakati bersama mitra, antara lain: A) Keripik Ayu Yoga belum memiliki logo atau identitas visual yang kuat untuk mencerminkan produk dan keunikan brand mereka. Hal ini menyebabkan produk kurang dikenal dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas. B) Pemasaran produk masih bergantung pada metode tradisional, dengan interaksi yang terbatas melalui media sosial. Instagram, yang dapat menjadi platform strategis untuk pemasaran visual, belum dimanfaatkan secara optimal. C) Pemilik dan karyawan memiliki keterbatasan waktu dan pemahaman tentang strategi pemasaran digital. Pembuatan konten yang menarik serta penggunaan fitur Instagram seperti Stories dan Insights belum dapat dilakukan secara konsisten. D) Akibat kesibukan operasional, tidak ada jadwal atau strategi yang terstruktur untuk mengelola akun media sosial. Hal ini berdampak pada rendahnya interaksi dengan pelanggan dan brand awareness.

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, berikut adalah solusi sistematis yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan prioritas yang dihadapi oleh UMKM Keripik Ayu Yoga. Solusi ini dirancang untuk meningkatkan branding, mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, serta memperkuat pemasaran digital secara keseluruhan, yaitu dengan 1) Pembuatan Branding Logo Usaha (Mutiarani et al., 2020; Yanti et al., 2022). 2) Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Media Sosial (Instagram) (Mutiarani et al., 2020; Yanti et al., 2022). 3) Pembuatan Strategi Konten dan Jadwal Posting yang Konsisten. 5) Fotografi Produk dan Pengembangan Konten Visual. 6) Optimalisasi Profil dan Pemanfaatan Instagram Insights (Wiguna et al., 2021, 2024).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah transfer knowledge untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Keripik Ayu Yoga dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran digital dan memperkuat branding usaha. Kegiatan transfer knowledge ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menggunakan Instagram secara efektif untuk tujuan bisnis. Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar mengenai branding dan pentingnya memiliki identitas visual yang kuat. Pada tahap ini, peserta diajarkan konsep dasar branding dan dilibatkan dalam proses pembuatan logo profesional yang mencerminkan keunikan produk Keripik Ayu Yoga. Logo ini nantinya akan menjadi elemen utama dalam membangun identitas merek yang konsisten di semua materi promosi. Selanjutnya, peserta mendapatkan pelatihan mengenai pembuatan dan pengelolaan profil bisnis Instagram,

meliputi pengaturan informasi lengkap seperti deskripsi usaha, kontak, dan tautan pembelian. Pemahaman tentang Instagram Insights juga diberikan untuk membantu mitra menganalisis performa konten, audiens, dan interaksi. Tahap berikutnya adalah pelatihan pembuatan konten visual yang menarik. Peserta diajarkan teknik fotografi produk menggunakan peralatan sederhana untuk menghasilkan foto berkualitas tinggi. Selain itu, mereka akan mempelajari cara mendesain konten menggunakan aplikasi seperti Canva agar hasilnya lebih profesional dan menarik. Pengelolaan jadwal posting yang konsisten juga diajarkan untuk menjaga keaktifan akun Instagram dan meningkatkan interaksi dengan audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan dilakukan dengan memberikan penjelasan terlebih dahulu bagaimana tidak kalah pentingnya penggunaan media sosial sebagai bagian untuk memasarkan produk usaha. Selain itu, kami menunjukkan bagaimana perkembangan bisnis sedang trending karena konten yang diposting di media sosial. Pendekatan ini mencakup cara mendaftarkan akun Instagram untuk tujuan bisnis, cara memposting dan mengelola akun sosial media, dan cara membuat foto dan konten yang menarik untuk diposting di akun Instagram Keripik Ayu Yoga untuk menarik pelanggan. Tim PKM juga mengajarkan owner Keripik Ayu Yoga untuk melihat konten yang diposting di Instagram setelah mereka memposting produk.

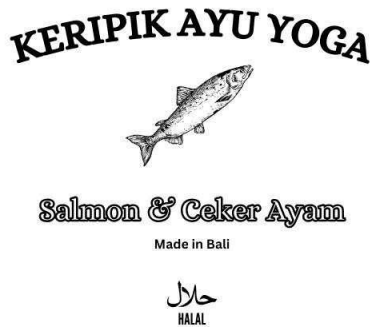


Gambar 1. Kegiatan Pendampingan Bersama Mitra

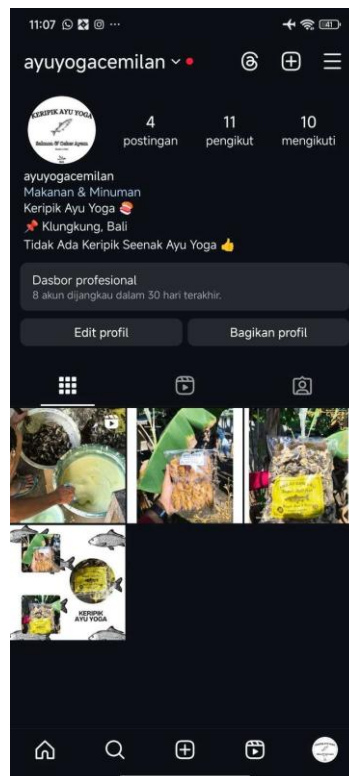
Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan yang telah dilakukan adalah membuat akun sosial media Instagram bisnis agar dapat melihat perkembangan insight akun. Ketika sosial media Instagram sudah dapat digunakan oleh owner dari usaha Keripik Ayu Yoga, maka promosi secara digital dapat dilakukan. Seperti memberikan update mengenai stock keripik yang tersedia, membuat konten seperti reels untuk menarik pelanggan baru, serta kegiatan promosi lainnya yang dapat menarik pelanggan dalam konten yang ditampilkan. Saat ini, pemasaran sosial media harus dilakukan oleh semua bisnis, terutama UMKM. Tujuan utama pemasaran digital adalah untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dan memperluas jangkauan produk unggulan yang dibuat, serta tentunya meningkatkan keuntungan daripada menggunakan strategi pemasaran konvensional.

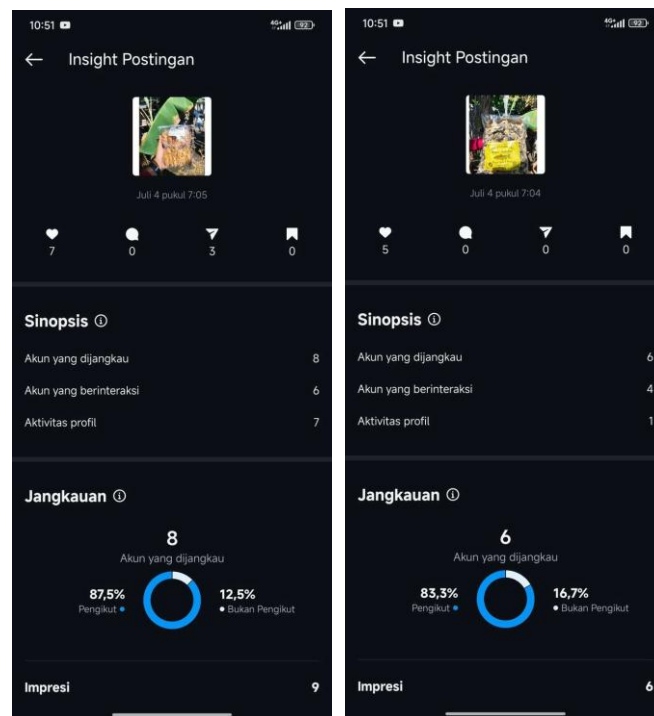
Hasil dari Pembaruan Logo yang dibuat untuk Produk Keripik Ayu Yoga dalam proses kegiatan Pendampingan. Proses pembuatan logo dilakukan berdasarkan diskusi dengan mitra terkait penciptaan logo dari usaha keripik ayu yoga. Selanjutnya dilanjutkan dengan membuat logo sehingga dapat dipergunakan pada kemasan dari produk keripik ayu yoga.



Gambar 2. Pembaruan Logo/Label pada Keripik Ayu Yoga



Gambar 3. Profil Instagram



Gambar 4. Insight Postingan

Hasil insight dari akun Instagram @keripikayuyoga_ menunjukkan adanya peningkatan interaksi pengguna terhadap konten yang diposting. Data insight mencakup metrik seperti jumlah tayangan (impressions), jangkauan akun (reach), jumlah klik pada profil, serta interaksi seperti likes, komentar, dan penyimpanan (saves). Beberapa konten dengan visual produk dan informasi harga menunjukkan performa lebih tinggi, dengan jangkauan mencapai puluhan akun baru yang sebelumnya tidak mengikuti akun tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa strategi visual yang menarik dan caption yang informatif memiliki pengaruh signifikan terhadap respons audiens. Insight juga memperlihatkan waktu-waktu optimal untuk memposting konten, serta preferensi audiens terhadap jenis konten seperti video pendek (Reels) dan Stories dibandingkan gambar statis. Dengan menganalisis insight secara berkala, UMKM dapat menyesuaikan strateginya untuk meningkatkan engagement dan konversi penjualan. Insight ini menjadi alat yang efektif dalam mengukur keberhasilan promosi, mengidentifikasi pola perilaku audiens, serta merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran ke depannya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif bagi UMKM Keripik Ayu Yoga dalam mengoptimalkan pemasaran digital dan memperkuat

identitas merek. Melalui pembuatan logo usaha, UMKM ini kini memiliki elemen visual yang kuat dan profesional untuk digunakan dalam berbagai platform promosi. Pelatihan pengelolaan media sosial Instagram memberikan keterampilan baru bagi pemilik usaha, termasuk cara membuat dan mengunggah konten menarik, memanfaatkan Instagram Stories dan Reels, serta menggunakan fitur Insight untuk menganalisis efektivitas promosi. Dengan adanya akun Instagram bisnis, @keripikayuyoga_, UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan memperluas pasar di luar jaringan lokal. Pendampingan ini juga membuktikan bahwa digitalisasi pemasaran tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga mendorong pertumbuhan penjualan secara signifikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada DRPM Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia untuk dukungan dana hibah PKM Skema Instiki Community Service dan segala pihak yang mendukung dalam kesuksesan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, D., Datya, A. I., Wartono, T., Judijanto, L., Sudipa, I. G. I., Kurniawan, H., Rakhmadani, D. P., Pasrun, Y. P., & Setiono, D. (2024). *Sistem Informasi Manajemen: Panduan Praktis dalam Pembangunan Sistem Informasi Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hikmah Nur Karimah, R., & Fadillah, F. (2021). Buzz Marketing as a New Practice of Digital Advertising. *IMOVICCON Conference Proceeding*, 2(1), 102–110. <https://doi.org/10.37312/imoviccon.v2i1.46>
- Maulidah, S. B. J., Sudipa, I. G. I., Fittryani, Y. P., Widiartha, K. K., & Winatha, K. R. (2024). Determination of MSMEs Business Feasibility Decisions using the Profile Matching Method. *Sinkron: Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika*, 8(3), 1313–1325. <https://doi.org/10.33395/sinkron.v8i3.13638>
- Mutiarani, R. A., Novitasari, D., & Andika, I. G. (2020). PERANCANGAN DESAIN LOGO UNTUK APLIKASI WEB DAN ANDROID" NULISBALI". *Jurnal Nawala Visual*, 2(1), 25–32.
- Wiguna, I. K. A. G., Parwita, W. G. S., Winatha, K. R., Meinarni, N. P. S., Mutiarani, R. A., & Aristamy, I. G. A. A. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Memaksimalkan Pemasaran Usaha Rias dan Sewa Busana SM Studio Bali. *Journal of Social Work and Empowerment*, 1(1), 37–48.
- Wiguna, I. K. A. G., Semadi, K. N., Asana, I. M. D. P., Putra, P. S. U., & Radhitya, M. L. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Media Sosial dalam Mendukung Promosi dan Penjualan Produk UMKM Ukiran Kayu. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi*, 1(1), 1–8.
- Wijaya, B. K., Radhitya, M. L., Udayana, I. P. A. E. D., & Apriliana, I. M. Y. (2024). Pendampingan Penerapan Sistem Informasi Manajemen Penilaian Karyawan untuk Peningkatan Kinerja pada Hotel Bakung Sari Kuta. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat*

-
- Berbasis* *Teknologi*, 1(2), 53–60.
<https://doi.org/https://doi.org/10.70103/komet.v1i2.16>
- Yanti, C. P., Sugiartawan, P., Yusa, M. M., Aditama, P. W., & Mutiarani, R. A. (2022). Kegiatan Bimbingan Teknis Animasi Untuk Pembelajaran dan Analisis Media Sosial pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 104–111.