Mekar: Jurnal Dinamika Manajemen dan Akuntansi Modern
Volume: 1, Nomor: 3, (2026), September: 906 - 923
Website: https://ejournal.ojs-lppm.com/index.php/Mekar/article/view/398
E-ISSN: 3124-890X

PERANCANGAN LOGO UMKM BAWANG GORENG DAN SIWANG IBU GEDE

Putri Laura Mardani[1], Dzulfiqar Fickri Rosyid[2], Ine Rachmawati[3]
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia, Cirebon, Indonesia [1,2,3]
Corresponding Author: *arifahsalma71@gmail.com[1*], Dzulfiqar.fickrirosyid@cic.ac.id[2], ine.rachmawati@cic.ac.id[3]*

Info Artikel
Received: *26 Juni 2026*
Revised : *13 Juli 2026*
Accepted: *27 Juli 2026*
Published: *10 Agustus 2026*

Keywords: *logo, UMKM, fried onion, siwang.*

Abstract
The growth of the culinary industry in Indonesia presents significant opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to develop local products with economic value. One culinary product with market potential is fried onions and siwang, widely used as accompaniments to various foods. The "Ibu Gede" Fried Onion and Siwang MSME, located on Jalan Pekalangan Tengah, Gang Kartawi, is a home-based business that began operations in May 2025. Despite its potential for growth, the MSME does not yet have a logo that represents its business character, making its products difficult to recognize and lacking a strong differentiation compared to similar products on the market. This study aims to design a logo for the "Ibu Gede" Fried Onion and Siwang MSME as a product identifier that represents the business's character and facilitates consumer recognition. Data collection methods included observation, interviews, documentation, and literature review. Data analysis used the 5W+1H method to identify design challenges and needs. The result of this research is a logo that embodies the character of traditional culinary products through the harmonious use of onion illustrations, typography, shapes, and colors. The resulting logo is expected to provide a distinctive product, strengthen brand recognition, and differentiate the "Ibu Gede" Fried Onion and Siwang MSME from the competition of similar products.

Kata Kunci*:* logo, UMKM, bawang goreng, siwang.

Abstrak
Perkembangan usaha kuliner di Indonesia memberikan peluang yang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan produk lokal yang memiliki nilai ekonomi. Salah satu produk kuliner yang memiliki potensi pasar adalah bawang goreng dan siwang yang banyak digunakan sebagai pelengkap berbagai jenis makanan. UMKM Bawang Goreng dan Siwang “Ibu Gede” yang berlokasi di Jalan Pekalangan Tengah Gang Kartawi merupakan usaha rumahan yang mulai beroperasi pada bulan Mei 2025. Meskipun memiliki potensi untuk berkembang, UMKM tersebut belum memiliki logo yang mampu merepresentasikan karakter usaha sehingga produk masih sulit dikenali dan belum memiliki pembeda yang kuat dibandingkan dengan produk sejenis di pasaran. Penelitian ini bertujuan untuk merancang logo UMKM Bawang Goreng dan Siwang “Ibu Gede” sebagai penanda produk yang mampu merepresentasikan karakter usaha dan memudahkan konsumen dalam mengenali produk. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, sedangkan analisis data menggunakan metode 5W+1H untuk

mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan perancangan. Hasil penelitian ini berupa sebuah logo yang mengangkat karakter produk kuliner tradisional melalui penggunaan ilustrasi bawang, tipografi, bentuk, dan warna yang disusun secara harmonis. Logo yang dihasilkan diharapkan mampu memberikan ciri khas pada produk, memperkuat pengenalan merek, serta menjadi pembeda bagi UMKM Bawang Goreng dan Siwang "Ibu Gede" di tengah persaingan produk sejenis.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Multidisipliner

PENDAHULUAN

Produk olahan makanan berbahan dasar bawang merah seperti bawang goreng dan siwang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kekayaan kuliner Nusantara. Bawang goreng yang dihasilkan dari irisan tipis bawang merah yang digoreng hingga kering dan renyah, kerap dijadikan pelengkap berbagai hidangan tradisional Indonesia. Keberadaannya mampu menambah aroma, cita rasa, dan tekstur pada makanan, sehingga menjadikan setiap sajian terasa lebih istimewa.

Menurut Iis suami dari Sri sebagai pemilik UMKM Bawang goreng dan siwang (2026). Bawang goreng merupakan salah satu produk pelengkap makanan yang banyak dicari oleh masyarakat, dengan tingkat preferensi konsumen yang mencapai sekitar 95% dalam penggunaannya sebagai topping pada berbagai hidangan tradisional. Selain bawang goreng, terdapat pula produk siwang atau terasi bawang, yakni olahan yang memadukan rasa gurih bawang dengan cita rasa khas terasi, sehingga menghasilkan varian pelengkap makanan yang memiliki karakter rasa yang kuat dan berbeda. Salah satu pelaku usaha yang bergerak dalam bidang produksi bawang goreng dan siwang adalah UMKM milik Ibu Sri yang berlokasi di Jalan Pekalangan Tengah Gang Kartawi. Usaha ini mulai dirintis pada bulan Mei tahun 2025 sebagai usaha rumahan yang memproduksi bawang goreng dan siwang untuk dipasarkan kepada masyarakat sekitar. Meskipun usaha ini masih tergolong baru, produk yang dihasilkan memiliki potensi untuk berkembang karena kualitas rasa yang baik serta kebutuhan pasar terhadap produk pelengkap makanan yang cukup tinggi.

Meskipun produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, UMKM bawang goreng dan siwang milik Ibu Sri masih menghadapi permasalahan dalam aspek visual produk. Produk yang dipasarkan hingga saat ini belum memiliki logo sebagai identitas yang mampu menjadi ciri khas dan pembeda dari produk sejenis di pasaran. Padahal, logo memiliki peran penting dalam membantu konsumen mengenali dan mengingat suatu produk melalui tampilan visual yang khas (Prasetyo, 2021). Tanpa adanya logo, produk akan sulit memiliki karakter yang kuat serta kurang mampu

menarik perhatian konsumen di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, produk bawang goreng dan siwang milik Ibu Sri memiliki keunggulan pada kualitas bahan baku yang digunakan, yaitu bawang merah jenis Sumenep yang dikenal memiliki aroma dan rasa yang lebih kuat. Proses pengolahan bawang goreng juga dilakukan tanpa menggunakan campuran tepung sehingga menghasilkan tekstur yang lebih renyah dan cita rasa yang lebih alami. Keunggulan tersebut menjadi karakter khas produk yang seharusnya dapat diperkuat melalui sebuah logo yang mampu merepresentasikan identitas dan karakter produk secara visual. Dengan adanya logo yang tepat, produk diharapkan dapat lebih mudah dikenali, memiliki nilai visual yang lebih baik, serta meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan logo pada UMKM bawang goreng dan siwang "Ibu Gede" sebagai identitas produk agar memiliki ciri khas visual yang jelas dan mudah dikenali oleh masyarakat. Melalui perancangan logo ini, diharapkan produk bawang goreng dan siwang "Ibu Gede" mampu memiliki identitas yang lebih kuat, meningkatkan daya tarik produk, serta membantu UMKM dalam membangun citra produk di tengah persaingan pasar yang semakin berkembang.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengangkat judul "Perancangan Logo UMKM Bawang Goreng dan Siwang Ibu Gede." Melalui perancangan ini, diharapkan dapat membantu UMKM bawang goreng dan siwang milik Ibu Sri dalam menciptakan logo sebagai identitas produk yang mampu merepresentasikan karakter dan ciri khas usaha. Logo yang dirancang diharapkan dapat membuat produk lebih mudah dikenali oleh konsumen, memiliki nilai visual yang lebih baik, serta mampu meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasaran.

METODE PENELITIAN

Konsep Perancangan

Konsep perancangan logo UMKM Bawang Goreng dan Siwang Ibu Gede dibuat berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha, yaitu Ibu Gede. Proses observasi dilakukan untuk memahami kondisi usaha, karakter produk, proses penjualan, serta tampilan visual yang sebelumnya digunakan oleh UMKM tersebut. Sementara itu, wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai sejarah usaha, tujuan usaha, target konsumen, serta harapan pemilik terhadap logo yang akan dirancang.

Berdasarkan hasil observasi, UMKM Bawang Goreng dan Siwang Ibu Gede merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang makanan olahan dengan produk utama berupa bawang goreng dan

siwang. Produk yang dijual memiliki cita rasa khas rumahan dan telah dikenal oleh masyarakat sekitar. Namun, UMKM ini masih belum memiliki logo yang mampu merepresentasikan usaha secara jelas dan konsisten pada media promosi maupun kemasan produk.

Hasil wawancara dengan pemilik usaha menunjukkan bahwa logo yang diinginkan adalah logo yang sederhana, mudah diingat, serta mampu menggambarkan produk bawang goreng dan siwang. Selain itu, pemilik usaha juga menginginkan tampilan logo yang memiliki kesan tradisional namun tetap menarik untuk berbagai kalangan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, konsep utama dalam perancangan logo ini adalah menghadirkan visual yang sederhana, khas, dan mudah dikenali. Konsep perancangan mengangkat karakter rumahan dan tradisional yang disesuaikan dengan produk yang dijual oleh UMKM Bawang Goreng dan Siwang Ibu Gede.

Dalam proses perancangan, digunakan elemen visual yang berkaitan dengan produk seperti bentuk bawang, tipografi yang mudah dibaca, serta penggunaan warna yang memberikan kesan hangat, gurih, dan menarik perhatian konsumen. Selain itu, logo dirancang agar mudah diterapkan pada berbagai media seperti kemasan produk, label, banner, dan media promosi lainnya.

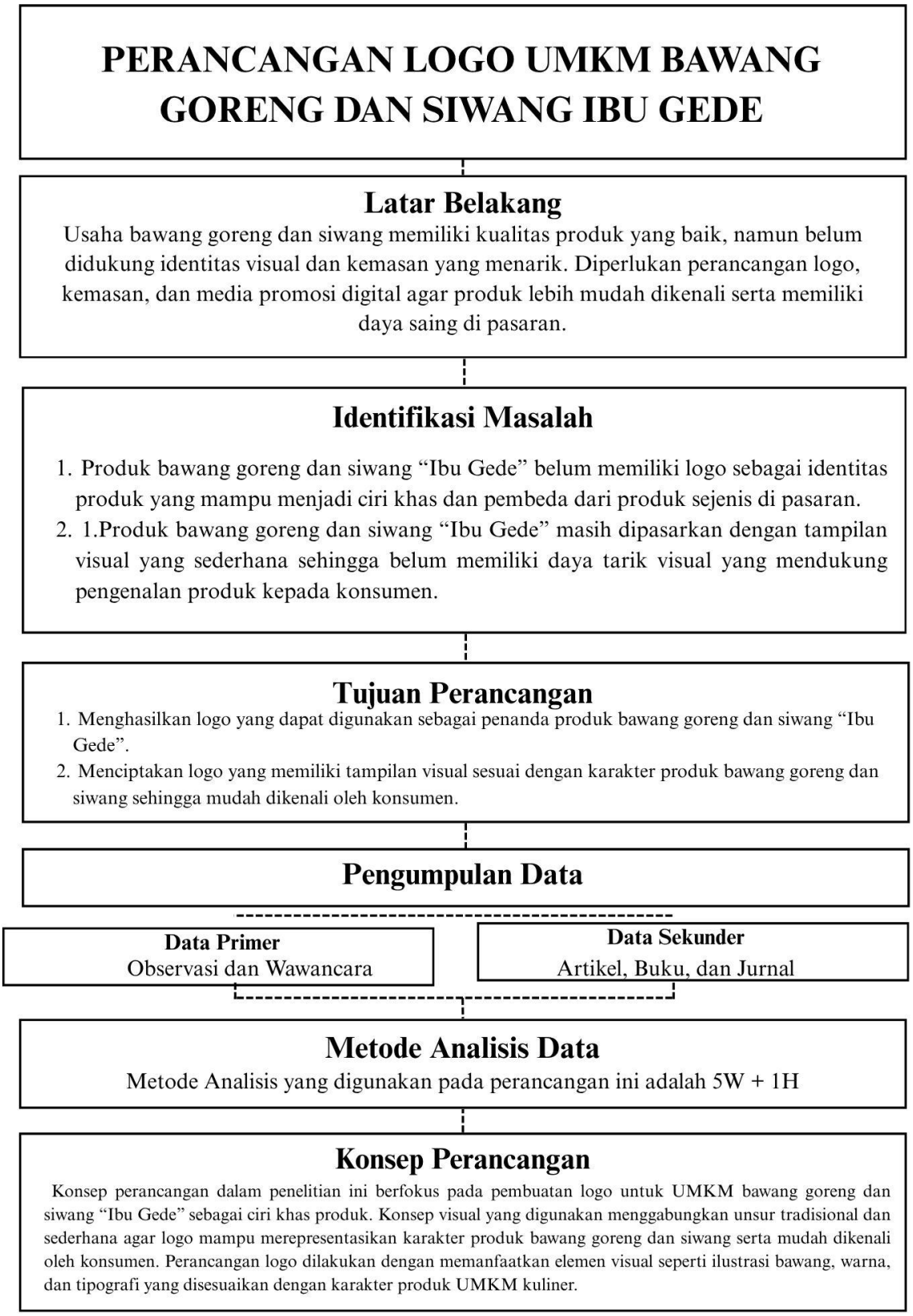
Melalui konsep perancangan ini, diharapkan logo yang dihasilkan mampu menjadi tanda pengenal usaha yang lebih kuat, meningkatkan daya tarik visual produk, serta membantu UMKM Bawang Goreng dan Siwang Ibu Gede agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Strategi Media

Strategi media yang diterapkan dalam perancangan ini disusun untuk menentukan bagaimana logo UMKM bawang goreng dan siwang “Ibu Gede” dapat digunakan sebagai penanda produk yang mudah dikenali oleh konsumen. Perancangan difokuskan pada pembuatan logo yang mampu merepresentasikan karakter produk melalui penggunaan unsur visual yang sesuai dengan konsep usaha kuliner tradisional. Melalui strategi media yang terarah, logo diharapkan dapat membantu produk memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk sejenis di pasaran.

Selain logo juga digunakan pada kemasan produk sebagai media pendukung untuk memperkuat tampilan produk bawang goreng dan siwang “Ibu Gede”. Penggunaan logo pada kemasan produk bertujuan untuk membantu menciptakan tampilan produk yang lebih menarik, mudah dikenali, serta memiliki ciri khas yang sesuai dengan karakter usaha kuliner tradisional. Dengan penerapan logo yang konsisten pada media pendukung, produk diharapkan mampu meningkatkan daya tarik dan mempermudah konsumen dalam mengenali produk di pasaran.

Skematika Perancangan



Gambar 1. *Skema Perancangan*
Sumber: Dokumentasi Penulis,2026

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain Final Logo



Gambar 2. *Desain Final Logo*
Sumber: Penulis, 2026

Logo dirancang dengan mengangkat ilustrasi bawang merah sebagai fokus utama karena merupakan bahan baku utama dalam produk bawang goreng dan siwang. Bentuk bawang divisualisasikan secara sederhana dengan pendekatan stilasi sehingga tetap mudah dikenali tanpa menghilangkan karakter aslinya. Penyederhanaan bentuk tersebut bertujuan agar logo memiliki tingkat keterbacaan yang baik ketika diaplikasikan pada berbagai ukuran media, sekaligus memberikan identitas visual yang kuat terhadap produk yang dipasarkan.

Pada bagian bawah ikon bawang terdapat elemen bergelombang yang terinspirasi dari bentuk ombak laut. Elemen ini dipilih untuk merepresentasikan asal daerah Cirebon yang dikenal sebagai wilayah pesisir. Selain menunjukkan keterkaitan dengan identitas daerah, bentuk ombak juga melambangkan pergerakan, pertumbuhan, dan keberlangsungan usaha yang terus berkembang mengikuti perubahan zaman tanpa meninggalkan kualitas produk yang telah menjadi ciri khas UMKM.

Elemen lengkung yang mengelilingi ikon utama berfungsi sebagai bingkai visual yang memberikan kesan utuh dan seimbang pada komposisi logo. Bentuk tersebut melambangkan perlindungan, konsistensi, serta komitmen dalam menjaga kualitas produk. Sementara itu, ornamen bunga lotus yang ditempatkan pada bagian atas dipilih sebagai simbol kemurnian, kualitas, dan harapan agar usaha terus bertumbuh menjadi lebih baik. Kehadiran ornamen tersebut juga memperkuat nuansa elegan sehingga logo tidak hanya berfungsi sebagai identitas, tetapi juga memiliki nilai estetika.

Tipografi menggunakan jenis huruf serif dengan karakter yang tegas dan dekoratif untuk memberikan kesan klasik, elegan, dan terpercaya. Pemilihan tipografi ini bertujuan menciptakan identitas visual yang mudah dikenali sekaligus memperkuat citra produk sebagai olahan tradisional yang memiliki kualitas premium. Bentuk huruf yang kokoh juga membantu meningkatkan keterbacaan nama usaha pada berbagai media promosi maupun kemasan.

Pemilihan warna marun digunakan untuk merepresentasikan semangat, kekuatan, serta cita rasa khas dari produk olahan bawang. Warna emas dipilih sebagai simbol kualitas, nilai, dan kesan premium yang ingin dibangun pada merek. Sementara itu, warna krem berfungsi sebagai warna penyeimbang yang memberikan kesan hangat, bersih, dan alami sehingga keseluruhan tampilan logo terlihat harmonis serta sesuai dengan karakter produk pangan tradisional.

Desain Final Kemasan



Gambar 3. *Desain Final Logo*
Sumber: Penulis, 2026

Perancangan desain kemasan produk Bawang Goreng dan Terasi Bawang dirancang dengan mengutamakan fungsi sebagai media pelindung produk sekaligus media komunikasi visual yang mampu memperkenalkan karakter UMKM kepada konsumen. Konsep yang diterapkan mengusung perpaduan antara nuansa tradisional dan modern sehingga mampu menampilkan citra produk lokal yang berkualitas namun tetap mengikuti perkembangan desain kemasan saat ini. Keseluruhan elemen visual disusun secara sederhana agar informasi produk dapat tersampaikan dengan jelas tanpa mengurangi nilai estetika kemasan.

Bagian depan kemasan didominasi oleh warna putih sebagai latar utama yang bertujuan memberikan kesan bersih, higienis, dan profesional. Warna putih juga memberikan ruang visual yang cukup sehingga seluruh informasi dan elemen grafis dapat terlihat lebih jelas. Pada bagian sisi kemasan ditambahkan bidang lengkung berwarna marun dan emas yang berfungsi sebagai pembatas visual sekaligus memperkuat identitas merek. Bentuk lengkung tersebut menciptakan kesan dinamis

sehingga tampilan kemasan tidak terlihat kaku serta mampu mengarahkan fokus perhatian konsumen menuju informasi utama produk.

Logo ditempatkan pada bagian kiri atas sebagai identitas utama yang berfungsi memperkenalkan merek kepada konsumen. Penempatan logo pada posisi tersebut bertujuan agar mudah terlihat ketika produk dipajang pada rak penjualan. Di bawah logo terdapat nama produk menggunakan tipografi bergaya script yang memiliki karakter lembut, dinamis, dan mudah diingat. Pemilihan jenis huruf tersebut memberikan kesan produk rumahan yang autentik sekaligus menampilkan nilai tradisional yang sesuai dengan karakter UMKM. Sementara itu, tulisan "Khas Cirebon" ditempatkan pada bidang pita berwarna emas sebagai penegasan asal daerah produk sehingga dapat meningkatkan nilai khas serta memperkuat identitas lokal.

Visual utama berupa foto produk ditempatkan pada bagian depan kemasan dengan ukuran yang lebih besar dibandingkan elemen lainnya. Penggunaan foto produk bertujuan memberikan gambaran nyata mengenai isi kemasan sehingga konsumen dapat mengenali bentuk, warna, dan kualitas produk sebelum melakukan pembelian. Selain berfungsi sebagai daya tarik visual, foto produk juga membantu meningkatkan kepercayaan konsumen karena menampilkan kondisi produk secara langsung.

Pada bagian kanan atas kemasan terdapat ilustrasi bahan baku utama berupa bawang merah Sumenep dan terasi udang yang disertai informasi singkat mengenai kualitas bahan yang digunakan. Elemen ini berfungsi sebagai media informasi untuk menegaskan bahwa produk dibuat menggunakan bahan baku pilihan sehingga mampu memberikan nilai tambah dibandingkan produk sejenis. Penyampaian informasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan keyakinan konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Informasi mengenai komposisi, nama produsen, nomor kontak, berat bersih, serta kolom tanggal kedaluwarsa ditempatkan pada sisi kanan kemasan dengan susunan yang rapi agar mudah dibaca. Penyajian informasi tersebut bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen terhadap informasi produk sekaligus memberikan kesan bahwa produk diproduksi secara lebih profesional. Penempatan setiap informasi juga memperhatikan prinsip keseimbangan visual sehingga tidak mengganggu tampilan utama kemasan.

Perbedaan warna pada masing-masing kemasan digunakan sebagai sistem identifikasi produk. Kemasan Bawang Goreng menggunakan dominasi warna kuning keemasan yang merepresentasikan warna bawang goreng matang, memberikan kesan hangat, gurih, dan menggugah selera. Sementara itu, kemasan Terasi Bawang menggunakan dominasi warna marun yang dipadukan dengan aksen emas untuk mencerminkan cita rasa yang lebih kuat, khas, dan premium. Meskipun memiliki

perbedaan warna, kedua kemasan tetap mempertahankan tata letak, tipografi, dan elemen visual yang sama sehingga identitas merek tetap konsisten pada seluruh varian produk.

Secara keseluruhan, desain kemasan dirancang tidak hanya sebagai wadah penyimpanan produk, tetapi juga sebagai media branding yang mampu meningkatkan daya tarik visual, mempermudah konsumen mengenali produk, serta membangun citra UMKM yang lebih profesional, berkualitas, dan memiliki identitas yang kuat di tengah persaingan produk kuliner lokal.

GSM *(Graphic Standard Manual)*



Gambar 4. *Graphic Standard Manual Cover*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 5. *Graphic Standard Manual Daftar Isi*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 6. *Graphic Standard Manual Pendahuluan*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 7. *Graphic Standard Manual Logo Utama*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 8. *Graphic Standard Manual Konsep Logo*

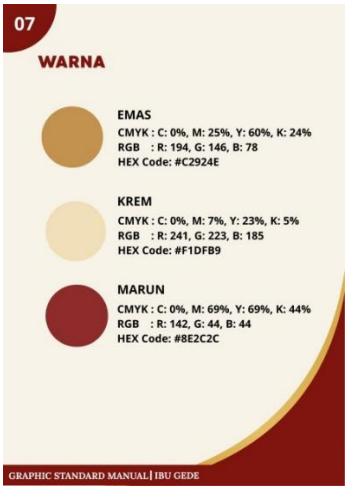
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 9. *Graphic Standard Manual Variasi Logo*
Sumber: Penulis, 2026

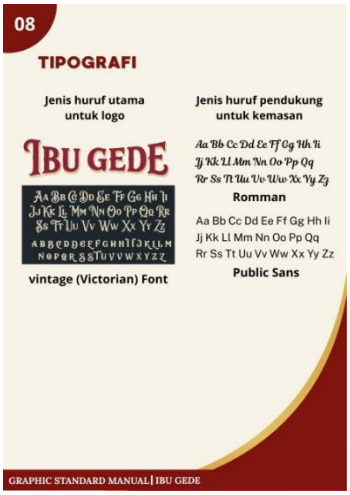


Gambar 10. *Graphic Standard Manual Ukuran Minimum*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 11. *Graphic Standard Manual warna (Color Pallet)*

Sumber: Penulis, 2026



Gambar 12. *Graphic Standard Manual Tipografi*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 13. *Graphic Standard Manual Penggunaan yang salah*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 14. *Graphic Standard Manual Logo Pada Berbagai Latarr Belakang*

Sumber: Penulis, 2026



Gambar 15. *Graphic Standard Manual Mokcup*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 16. *Graphic Standard Manual Mokcup 2*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 17. *Graphic Standard Manual Mokcup 3*

Sumber: Penulis, 2026



Gambar 18. *Graphic Standard Manual Mokcup 4*
Sumber: Penulis, 2026

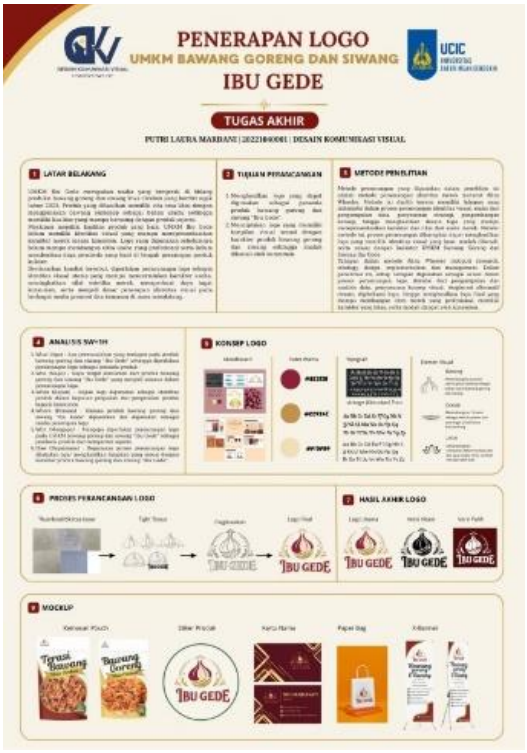


Gambar 19. *Graphic Standard Manual Mokcup 5*
Sumber: Penulis, 2026



Gambar 20. *Graphic Standard Manual Penutup*
Sumber: Penulis, 2026

Poster Pameran Skripsi



Gambar 21. *Poster Pameran Skripsi*
Sumber: Penulis, 2026

Katalog Pameran Skripsi



Gambar 22. *Katalog Pameran Skripsi*
Sumber: Penulis, 2026

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari Perancangan logo UMKM Bawang Goreng dan Siwang "Ibu Gede" dilakukan sebagai upaya menghadirkan sebuah logo yang mampu merepresentasikan karakter produk serta meningkatkan daya tarik di tengah persaingan produk sejenis. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa UMKM yang berlokasi di Jalan Pekalangan Tengah Gang Kartawi dan mulai beroperasi sejak Mei 2025 ini belum memiliki logo yang dapat menjadi pembeda dengan produk kompetitor. Kondisi tersebut menyebabkan produk belum memiliki ciri khas yang mudah dikenali oleh konsumen sehingga diperlukan sebuah logo yang mampu menggambarkan karakter dan nilai yang dimiliki oleh UMKM.

Proses perancangan diawali dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan metode 5W+1H untuk mengidentifikasi permasalahan, kebutuhan, target sasaran, serta tujuan perancangan. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menentukan konsep kreatif, pemilihan elemen desain, serta pengembangan berbagai alternatif logo hingga menghasilkan desain akhir yang sesuai dengan karakter UMKM.

Logo yang dihasilkan mengangkat ilustrasi bawang sebagai representasi produk utama, dipadukan dengan ornamen dekoratif, tipografi bergaya serif, serta penggunaan warna marun, emas, dan krem yang memberikan kesan tradisional, elegan, hangat, dan berkualitas. Keseluruhan elemen tersebut dirancang agar mampu menjadi ciri khas produk, mencerminkan kualitas yang dimiliki, serta memberikan kesan yang mudah diingat oleh konsumen.

Selain menghasilkan logo utama, perancangan ini juga dilengkapi dengan Graphic Standard Manual (GSM) sebagai pedoman penggunaan logo agar penerapannya tetap konsisten pada berbagai media. Logo kemudian diaplikasikan pada media pendukung sebagai contoh implementasi penggunaan logo sehingga menghasilkan tampilan yang seragam dan lebih profesional. Dengan demikian, hasil perancangan ini diharapkan dapat membantu UMKM Bawang Goreng dan Siwang "Ibu Gede" dalam meningkatkan daya tarik produk, mempermudah konsumen mengenali produk, serta mendukung perkembangan usaha di masa mendatang.

SARAN

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat mendukung pengembangan UMKM Bawang Goreng dan Siwang "Ibu Gede".

1. logo yang telah dirancang hendaknya diterapkan secara konsisten pada seluruh media yang berkaitan dengan produk, seperti kemasan, label, media promosi, media sosial, maupun kebutuhan komunikasi visual lainnya. Konsistensi penggunaan logo akan membantu membangun identitas merek yang lebih kuat dan meningkatkan tingkat pengenalan produk di masyarakat.
2. UMKM diharapkan terus menjaga kualitas produk, baik dari segi bahan baku, proses produksi, maupun pelayanan kepada konsumen. Identitas merek yang baik akan memberikan hasil yang optimal apabila didukung oleh kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen. Dengan demikian, citra positif yang telah dibangun melalui logo dapat dipertahankan dan memberikan nilai tambah bagi perkembangan usaha.
3. bagi peneliti atau perancang selanjutnya, hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan identitas merek pada UMKM, khususnya di bidang kuliner. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan media pendukung lainnya, seperti sistem identitas merek yang lebih lengkap, desain kemasan, media promosi digital, maupun strategi komunikasi visual yang lebih luas sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih komprehensif terhadap pengembangan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Handayani, R. (2023). Metodologi Perancangan Visual dan Pengambilan Keputusan Desain. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hidayat, M. (2023). Peran Identitas Visual dan Logo dalam Penguatan Daya Saing Produk. Bandung: Media Kreatif.

Nugraha, A. (2022). Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasinya dalam Branding. Jakarta: Graha Ilmu.

Pratama, D., & Lestari, S. (2022). Dasar-Dasar Perancangan Grafis dan Komunikasi Estetik. Surabaya: Airlangga University Press.

Prasetyo, B. (2021). Strategi Perancangan Logo untuk UMKM Menengah. Semarang: Undip Press.

Prasetyo, B. (2022). Manajemen Identitas Merek dan Komunikasi Visual Modern. Semarang: Undip Press.

Rahman, F. (2021). Komunikasi Visual: Penyampaian Pesan Melalui Elemen Grafis. Malang: UB Press.

Santoso, J., & Wijaya, K. (2024). Metode Penelitian dan Perancangan Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Kencana Prenada Media.

Saputra, D. (2023). Estetika Visual dalam Media Promosi dan Identitas Produk.Yogyakarta: Deepublish.

Wibowo, A., et al. (2025). Pengembangan UMKM Kuliner Melalui Pendekatan Desain Identitas Produk.Cirebon: UCIC Press.

Iis & Sri. (2026). Wawancara Terkait Preferensi Konsumen dan Profil Usaha UMKM Bawang Goreng dan Siwang "Ibu Gede". Cirebon: Wawancara Pribadi (Data Primer).

Sari, M. (2022). "Analisis Peningkatan Permintaan Produk Pelengkap Makanan Tradisional di Indonesia". Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kuliner Nusantara, 4(2), 115-128.