

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) semakin disuarakan demi dapat mendongkrak perekonomian di Indonesia, karena dampak positifnya yang dapat mengurangi pengangguran dengan adanya peluang pekerjaannya yang diciptakan. UMKM dapat menjadi salah satu langkah tepat untuk menunjang perekonomian masyarakat khususnya di daerah Desa Munca. Semakin meningkat perkembangan industri di Indonesia pada setiap tahunnya, memberikan dampak perubahan yang signifikan bagi para pelaku UMKM untuk berlomba dan bersaing memenuhi kebutuhan konsumen masyarakat. Banyak pelaku usaha yang menjadikan kaum milenial sebagai target pasar potensial, tidak terkecuali pada industri makanan dan minuman. Pada dasarnya sekarang ini pasar milenial lebih mengutamakan tampilan desain produk ketimbang kualitas rasa. Persaingan pasar produk makanan yang semakin kompetitif menjadi salah satu tantangan besar bagi UMKM Emping Munca untuk meningkatkan kualitas produk mereka agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Berdasarkan kenyataan di lapangan, Emping Munca memiliki kelemahan pada aspek *brand identity*, dalam artian produk ini tidak memiliki identitas, melainkan hanya dikemas dengan plastik transparan tanpa label, sehingga kurang menarik bagi konsumen dan tidak ada pembeda yang mencolok untuk produk Emping Munca. Adapun masalah yang terjadi pada UMKM Emping Munca yaitu tidak terdapat identitas usaha sehingga tidak ada pembeda dengan kompetitor yang membuat produk kurang dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci : *UMKM, Emping, Logo, Identitas Usaha*