

REBRANDING UMKM BU INDRI RT 04 RW 08 KELURAHAN GUNUNG ANYAR UNTUK MENGUATKAN IDENTITAS BISNIS

Abyaan Basyaar Roofif¹, Nurul Azizah²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa

Timur¹²Email: 20042010172@student.upnjatim.ac.id

Article History

Received : 2 Juli 2023

Revised : 10 Juli 2023

Published : 20 Juli 2023



Abstract

Rebranding is an activity carried out to change or improve existing perceptions of a brand in order to achieve differentiation from competitors, attract new customers and increase customer loyalty. Bu Indri's MSME rebranding is a project carried out by the 87 Thematic KKN Group as part of the Real Work Lecture (KKN) program. UMKM Mrs. Indri, which is located in RT 04 RW 08 Gunung Anyar Village. This was done to provide support and increase the marketing potential of Ms. Indri's MSMEs. The implementation method used is identification, FGD, rebranding activities, and making product photos. The results of these activities can be used as a reference for other MSMEs facing similar challenges in improving their business performance through effective rebranding.

Keywords: Rebranding, UMKM, Logo

Abstrak

Rebranding adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengubah atau memperbaiki persepsi yang ada terhadap merek agar dapat mencapai diferensiasi dari pesaing, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Rebranding UMKM Bu Indri merupakan sebuah proyek yang dilakukan oleh Kelompok 87 KKN Tematik sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN). UMKM Bu Indri, yang berlokasi di RT 04 RW 08 Kelurahan Gunung Anyar. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan dukungan dan meningkatkan potensi pemasaran UMKM Bu Indri. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah identifikasi, FGD, kegiatan rebranding, dan pembuatan foto produk. Hasil dari kegiatan tersebut dapat dijadikan acuan bagi UMKM lainnya yang menghadapi tantangan serupa dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka melalui rebranding yang efektif.

Kata kunci: Rebranding, UMKM, Logo

1. PENDAHULUAN

UPN Veteran Jawa Timur merupakan salah satu universitas yang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini didasarkan pada tema tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan khusus masyarakat, serta mempertimbangkan bidang keahlian dari masing-masing program studi atau jurusan yang terlibat. Salah satu lokasi yang menjadi fokus KKN adalah kelurahan Gunung Anyar, Surabaya.

Kelurahan merupakan salah satu wilayah administratif yang terletak di daerah tertentu, biasanya di tingkat kelurahan atau desa, yang memiliki batasan geografis dan populasi penduduk tertentu. Kelurahan dapat merujuk pada suatu kelurahan yang sebenarnya atau digunakan sebagai contoh dalam konteks tertentu. Kelurahan mungkin memiliki karakteristik dan keunikan sendiri, seperti kehidupan masyarakat yang beragam, adat istiadat yang khas, atau potensi ekonomi yang unik. Biasanya, kelurahan ini memiliki berbagai fasilitas dan pelayanan publik, seperti pusat kesehatan, sekolah, pasar, dan kantor pemerintahan setempat.

Di kelurahan Gunung Anyar, terdapat UMKM "Dapoer Mini" milik Bu Indri yang menjadi salah satu tujuan utama kegiatan KKN. UMKM ini mengkhususkan diri dalam penjualan aneka kue, kue kering, dan *snack* dengan bahan premium yang lezat, seperti donat manis, donat asin, nastar, kastengel, lidah kucing, putri salju, dan produk lainnya. Melalui KKN Tematik, mahasiswa dari UPN Veteran Jawa Timur memiliki kesempatan untuk memberikan dukungan dan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri ini.

Selama kegiatan KKN Tematik berlangsung, mahasiswa terlibat dalam berbagai aktivitas untuk membantu UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri. Mereka dapat memberikan pelatihan atau konsultasi mengenai manajemen usaha, peningkatan kualitas produk, strategi pemasaran, dan pengembangan rencana bisnis. Selain itu, mahasiswa juga dapat membantu UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri dalam hal perbaikan visual, seperti desain logo atau kemasan produk, untuk meningkatkan daya tarik dan menghadirkan citra yang lebih profesional.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan *rebranding* UMKM Bu Indri oleh mahasiswa KKN Tematik dilakukan dengan menggunakan metode *Door to Door*, yang melibatkan pendekatan langsung ke UMKM tersebut. Proses *rebranding* ini terdiri dari beberapa tahapan yang dilakukan

secara sistematis untuk mencapai hasil yang maksimal.

1. Identifikasi UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri

Tahapan pertama adalah identifikasi UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri, di mana mahasiswa melakukan penelitian dan survei untuk mengidentifikasi profil UMKM tersebut, termasuk mengenai produk yang dijual, pasar yang dituju, dan tantangan yang dihadapi. Informasi ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi *rebranding* yang tepat.

2. FGD (*Focus Group Discussion*) dengan Bu Indri

Tahapan selanjutnya adalah FGD (*Focus Group Discussion*) dengan Bu Indri, pemilik UMKM tersebut. Mahasiswa KKN Tematik melakukan diskusi intensif dengan Bu Indri untuk mendapatkan informasi mengenai visi, misi, dan nilai-nilai yang ingin diwujudkan dalam *rebranding*. FGD juga menjadi forum untuk memahami keinginan dan preferensi konsumen serta mendapatkan umpan balik dari pemilik UMKM.

3. Pembuatan *Rebranding*

Setelah itu, tahap pembuatan *rebranding* dimulai. Mahasiswa KKN Tematik menggunakan hasil identifikasi dan diskusi FGD sebagai landasan untuk mengembangkan konsep *rebranding*. Hal ini meliputi perubahan pada identitas visual, seperti desain logo yang lebih modern, pembaruan kemasan produk, dan mungkin pemilihan warna atau *font* yang baru. Selain itu, strategi pemasaran juga diperbarui dan dituangkan dalam rencana aksi yang jelas.

4. Pengambilan Foto Produk Terbaru

Tahap terakhir adalah pengambilan foto produk terbaru. Mahasiswa KKN Tematik bekerja sama dengan Bu Indri untuk mengambil foto produk dengan tampilan yang baru sesuai dengan konsep *rebranding*. Foto-foto ini akan digunakan dalam materi promosi dan media sosial untuk memperkenalkan produk yang diperbarui kepada calon konsumen.

Melalui metode *Door to Door*, mahasiswa KKN Tematik dapat terlibat langsung dengan UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri dan mengambil pendekatan yang personal dalam proses *rebranding*. Dengan kolaborasi dan kerja sama yang baik antara mahasiswa dan pemilik UMKM, diharapkan *rebranding* ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri, meningkatkan daya saingnya, serta memperluas pangsa pasar.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan rebranding UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri oleh mahasiswa KKN Tematik dilaksanakan pada periode tanggal 18 sampai 31 Mei 2023 di lokasi UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri yang terletak di RW 04 RT 08 Kelurahan Gunung Anyar, Kecamatan Gunung Anyar. Proses *rebranding* dimulai dengan tahap identifikasi UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri.

UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri telah berdiri sejak tahun 2015 dan mengkhususkan diri dalam penjualan berbagai macam kue premium berkualitas. Beberapa contoh produk yang dijual oleh UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri antara lain donat manis, donat asin, nastar, kastengel, lidah kucing, putri salju, dan produk lainnya. Produk-produk tersebut telah mendapatkan apresiasi dari pelanggan setia selama bertahun-tahun. Mahasiswa KKN Tematik melakukan identifikasi mendalam terhadap UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri. Mereka mengumpulkan informasi mengenai profil usaha, proses produksi, target pasar, dan tantangan yang dihadapi UMKM tersebut. Data ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi *rebranding* yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM "Dapoer Mini" Bu Indri.



Gambar. 2 Identifikasi UMKM Bu Indri

Setelah tahap identifikasi, langkah selanjutnya dalam kegiatan rebranding UMKM "DapoerMini" Bu Indri adalah melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan Bu Indri, pemilik UMKM tersebut. Mahasiswa KKN Tematik secara intensif berdiskusi dengan Bu Indri untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang visi, misi, dan nilai-nilai yang ingin diwujudkan dalam proses rebranding. FGD juga menjadi forum penting untuk memahami keinginan dan preferensi konsumen serta mendapatkan umpan balik langsung dari pemilik UMKM.



Gambar. 3 FGD Dengan Bu Indri

Melalui FGD tersebut, muncullah sebuah nama baru untuk UMKM Bu Indri, yaitu "Dapoer Mini". Nama ini dipilih setelah melakukan telaah dan analisis terhadap karakteristik dan keunikan UMKM tersebut. Nama "Dapoer Mini" dipandang sesuai dengan konsep dan filosofi UMKM Bu Indri yang telah dibahas bersama. Keputusan ini diambil melalui kesepakatan antara mahasiswa KKN Tematik dan pemilik UMKM Dapoer Mini setelah mempertimbangkan semua aspek yang relevan.

Dengan adanya nama baru, UMKM Dapoer Mini mendapatkan identitas yang lebih kuat dan menggambarkan karakteristik uniknya. Nama Dapoer Mini mencerminkan esensi dari UMKM tersebut, yakni sebagai dapur kecil yang menghasilkan kue-kue berkualitas premium. Nama ini diharapkan mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan kesan yang lebih profesional serta menggugah selera.

Dengan persetujuan bersama mengenai nama baru Dapoer Mini, *rebranding* UMKM Dapoer Mini mengambil langkah selanjutnya dalam merancang identitas visual yang baru, termasuk desain logo, kemasan produk, serta strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik dan nilai-nilai yang ingin diwujudkan. Melalui kolaborasi antara mahasiswa KKN Tematik dan pemilik UMKM, diharapkan *rebranding* ini dapat membantu UMKM Bu Indri, yang kini menjadi Dapoer Mini, untuk mengembangkan potensi bisnisnya, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberhasilan yang lebih besar di pasar.

Setelah tahap FGD dan pemilihan nama baru, tahap berikutnya adalah pembuatan *rebranding* UMKM Dapoer Mini. Mahasiswa KKN Tematik menggunakan hasil identifikasi dan diskusi FGD sebagai dasar untuk mengembangkan konsep *rebranding* yang sesuai dengan visi dan kebutuhan UMKM tersebut. Konsep *rebranding* ini meliputi perubahan pada identitas visual UMKM, termasuk desain logo yang lebih modern, pembaruan kemasan produk, dan kemungkinan pemilihan warna atau font yang baru.

Dalam hal identitas visual, desain logo UMKM Bu Indri direvisi agar lebih mencerminkan konsep baru yang ingin diwujudkan. Mahasiswa KKN Tematik merancang logo dengan pendekatan yang lebih modern, yang memadukan elemen-elemen yang relevan dengan produk dan karakteristik UMKM tersebut. Desain logo ini ditujukan untuk menciptakan kesan yang segar, menarik, dan dapat membedakan UMKM Bu Indri dari pesaing di pasar.



Gambar. 4 Hasil Pembuatan Logo

Selain itu, pembaruan kemasan produk juga menjadi bagian penting dari rebranding ini. Mahasiswa KKN Tematik berkolaborasi dengan pemilik UMKM untuk mengembangkan kemasan yang menarik dan sesuai dengan konsep rebranding. Pembaruan ini dapat mencakup desain kemasan yang lebih menarik secara visual, informasi yang jelas mengenai produk, serta penggunaan bahan dan material yang ramah lingkungan.

Tahap terakhir dalam kegiatan rebranding UMKM Dapoer Mini adalah pengambilan foto produk terbaru. Mahasiswa KKN Tematik bekerja sama dengan Bu Indri untuk menghasilkan foto-foto produk dengan tampilan yang sesuai dengan konsep *rebranding* yang telah dikembangkan. Tujuan dari pengambilan foto ini adalah untuk menghadirkan produk yang diperbarui dengan estetika yang menarik dan menggugah selera.



Gambar. 5 Hasil Pengambilan Foto Produk

Dalam proses pengambilan foto produk, mahasiswa KKN Tematik memastikan bahwa pencahayaan, latar belakang, dan tata letak produk mencerminkan citra dan pesan yang ingin disampaikan melalui *rebranding*. Foto-foto tersebut diambil dengan keahlian dan perhatian terhadap detail untuk memastikan bahwa produk terlihat menarik dan menggugah selera bagi calon konsumen.

Dengan beberapa kegiatan tersebut terdapat perbandingan antara sebelum dan sesudah diadakannya kegiatan KKN.

Tabel 1. Tabel Perubahan

| Sebelum | Sesudah |
|------------------------|------------------------------------|
| Belum ada nama brand | Sudah ada nama brand "Dapoer Mini" |
| Belum ada logo | Sudah ada logo |
| Belum ada katalog foto | Sudah ada katalog foto |
| Belum ada banner | Sudah ada banner |
| Belum ada papan nama | Sudah ada papan nama |

4. KESIMPULAN

Kegiatan *rebranding* UMKM Dapoer Mini oleh mahasiswa KKN Tematik dilakukan dengan tahapan identifikasi UMKM, FGD dengan pemilik UMKM, pemilihan nama "Dapoer Mini", pembuatan *rebranding*, dan pengambilan foto produk terbaru. Dalam

proses *rebranding*, mahasiswa KKN Tematik menggunakan hasil identifikasi dan diskusi FGD sebagai landasan untuk mengembangkan konsep *rebranding* yang mencakup perubahan pada identitas visual, seperti desain logo yang lebih modern, pembaruan kemasan produk, dan strategi pemasaran yang diperbarui. Pengambilan foto produk terbaru dilakukan dengan tujuan memperkenalkan produk yang diperbarui kepada calon konsumen melalui materi promosi dan media sosial. Hasil pengabdian masyarakat ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan pentingnya strategi *branding* yang efektif dan inovasi dalam pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek dan pendapatan UMKM. Melalui kolaborasi antara mahasiswa KKN Tematik dan pemilik UMKM, diharapkan *rebranding* ini dapat membantu UMKM Bu Indri menjadi Dapoer Mini dalam mengembangkan potensi bisnisnya, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberhasilan yang lebih besar di pasar, serta memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi komunitas lokal.

REFERENSI

- Abdurrahman, G., & Wahanggara, V. (2021). Branding Produk Sebagai Solusi UMKM di Masa Pandemi. *Journal of Community Development*, 2(1), 56–59. <https://doi.org/10.47134/comdev.v2i1.26>
- Azizah, N., Kriswibowo, A., Khotimah, K., & Ardhana, R. (2020). Building The Public Organization Brand Based On The Internal Branding Perspective. *Jurnal Governansi*, 6(2), 73–80. <https://doi.org/10.30997/jgs.v6i2.3059>
- Darmawan, V. E. B. (2022). Implementasi Digital Branding Pada Umkm Bidang Kuliner Di Kota Malang Dalam Rangka Akselerasi Umkm Go-Digital. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Dan Teknologi (JP2T)*, 3(1), 33. <https://doi.org/10.17977/um080v3i12022p33-39>
- Febrianti, D., Arif, S., Fitriyah, R. N., Purwanti, L., Sari, V. N. I., & Akhyar, Z. A. (2023). Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan Brand Awareness dari UMKM Keripik Gadung. *Nusantara Community Empowerment Review*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.55732/ncer.v1i1.735>
- Ifwarisan Defri, Saputro, E. A., Arif Al Furkhom, & Bella Wanda Anastasia. (2022). Re-branding UMKM Kelurahan Kedundung Mojokerto Melalui Logo Baru yang Unik dan Menarik. *Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, 2(1), 10–19. <https://doi.org/10.33005/abdi-mesin.v2i1.24>
- Laily, N., Rihardjo, I. B., Prijati, P., Kurnia, K., & Sidharta, Y. (2022). Sosialisasi Strategi Rebranding Pada Umkm Produk Kreatif Di Kabupaten Gresik. *DedikasiMU : Journal of Community Service*, 4(4), 521. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i4.4826>
- Saepuloh, A., Suryani, Y., & Halimah, H. (2023). Pendampingan Umkm Sale Pisang

Melalui Strategi Repackaging, Rebranding, Dan Digital Marketing. Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat, 8(2), 187–192. <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.19498>

Yani Sya'banniah, N., Shafiyah Rahmatul Umma, S., Andriani, I., Fachmi Ramadhan, M., & Yuningsih, E. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Digital Marketing dan Branding Produk pada UMKM Kerupuk Desa Bambayang Sukabumi. PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 413–419. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1287>

UCAPAN TERIMA KASIH

Pasca implementasi “Rebranding UMKM Bu Indri di Desa Gunung Anyar”, perlu diketahui bahwa bukan berarti implementasi konsep branding UMKM berakhir. Di sisi lain, penulis mendorong para pengusaha UMKM di desa Gunung Anyar untuk mengembangkan dan terus berinovasi guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UPN “Veteran” Jawa Timur, Dosen Pembimbing Lapangan, Kelurahan Gunung Anyar, dan Bu Indri selaku pemilik UMKM Dapoer Mini atas kerja sama dan dukungannya. Kerjasama semua pihak sangat penting untuk keberhasilan program ini. Penulis berharap kerja sama yang baik ini dapat terus berlanjut dan membawa manfaat yang nyata bagi perkembangan UMKM di Kelurahan Gunung Anyar serta meningkatkan keberlangsungan UMKM kedepannya.

PETA LOKASI

Jarak lokasi KKN T adalah 2 km dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

