

RE-BRANDING PRODUK UMKM MIE UWEL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI DESA PANGLUNGAN

Angelina Rahmawati¹, Sulastris Irbayuni²

^{1,2} Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

¹E-mail Penulis 21012010047@student.upnjatim.ac.id

Abstract

The development of industry in Indonesia, which continues to increase every year, has a rapid impact on changes for micro, small and medium enterprises (MSMEs) in competition to meet consumer needs, so that MSMEs must have the ability to recognize business opportunities and take advantage of business developments by changing designs. their logo (rebranding). Rebranding is one way that can be done as a solution to several problems being faced by MSMEs, such as the lack of marketing strategies used and unattractive designs. This MBKM KKN-T community service activity began with observing Ms. Umi's Mie Uwel MSME and finding an obstacle, namely that the product did not have an attractive logo. Seeing the existing problems, the East Java "Veteran" UPN MBKM KKN-T, which carries the SDGs scheme, is trying to provide several improvements to MSME actors by choosing a work program for re-branding the logo of MSME products in Panglungan Village, namely Mrs. Umi's Mie Uwel, which aims to increase sales and so that the product can have a strong brand so that it can be widely known.

Keywords: *Re-branding, MSMEs, product logo, Mie Uwel Bu Umi, sale*

Abstrak

Perkembangan industri di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya, berdampak secara pesat pada perubahan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sehingga UMKM harus memiliki kemampuan untuk mengenali peluang bisnis dan memanfaatkan perkembangan usaha dengan mengubah desain logo mereka (*re-branding*). *Re-branding* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan sebagai solusi dari beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh UMKM seperti kurangnya strategi pemasaran yang digunakan serta desain yang kurang menarik. Kegiatan pengabdian Masyarakat KKN-T MBKM ini diawali dengan dilakukannya observasi pada UMKM Mie Uwel Milik Bu Umi dan menemukan kendala yaitu produk belum memiliki logo yang menarik. Melihat permasalahan yang ada KKN-T MBKM UPN "Veteran" Jawa Timur yang mengusung skema SDGs berupaya untuk memberikan beberapa perbaikan kepada pelaku UMKM dengan memilih program kerja *Re-branding* logo produk UMKM yang berada di Desa Panglungan yaitu Mie Uwel milik Bu Umi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta agar produk dapat memiliki brand yang kuat sehingga dapat dikenal secara luas.

Kata Kunci: *Re-branding, UMKM, logo produk, Mie Uwel Bu Umi, penjualan*

Submitted: 2024-08-01

Revised: 2024-08-13

Accepted: 2024-09-05

Pendahuluan

SDGs Desa merupakan adaptasi lokal dari *Sustainable Development Goals (SDGs)* global yang digagas oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), yang fokusnya diperluas menjadi 18 bidang untuk memastikan keberlanjutan dan kesejahteraan masyarakat desa. *Sustainable Development Goals (SDGs)* merupakan sebuah gagasan skema terkait 3 capaian Pembangunan berkelanjutan dunia yang digagaskan oleh PBB yang mana mempunyai tujuan untuk melindungi bumi, memberantas kemiskinan, serta menjamin kemakmuran bagi seluruh umat manusia di dunia (Andreas Suwandi, 2022) . Penerapan konsep SDGs Desa dalam pembangunan berkelanjutan di desa dapat mendukung pencapaian pembangunan nasional secara berkelanjutan. Hal ini tercermin dalam Indeks Desa Membangun (IDM), yang mengukur tingkat kemandirian desa yang berdasar pada implementasi Undang-Undang Desa, peran Pendamping Desa, dan dukungan Dana Desa. IDM membantu menentukan kebijakan yang tepat dengan mengarahkan intervensi pembangunan yang sesuai dari pemerintah, sejalan dengan adanya partisipasi aktif masyarakat serta mempertimbangkan karakteristik wilayah desa seperti tipologi dan modal sosial.

KKN-T MBKM UPN Veteran Jawa Timur memberikan tantangan kepada mahasiswa untuk membantu dalam tercapainya Goals SDGs Desa. Kegiatan KKN-T ini dilaksanakan di Desa Panglungan Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Berdasarkan program SDGs 1 yang bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan dan SDGs 8 yang fokus pada peningkatan mata pencaharian dan pertumbuhan ekonomi, KKN-Tematik UPN Veteran Jatim merancang program yang berhubungan dengan strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Panglungan. Program ini diharapkan dapat menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan bagi UMKM yang sudah ada di desa tersebut.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja baru dan menyediakan layanan ekonomi yang luas bagi masyarakat. UMKM dapat berkontribusi dalam upaya pemerataan pendapatan, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan mendukung stabilitas nasional. UMKM mempunyai peran yang sangat penting pada pertumbuhan ekonomi dan industri dalam suatu negara, hal ini dikarenakan, selain menjadi sumber terwujudnya lapangan pekerjaan dengan mengurangi angka pengangguran, kontribusi UMKM dalam bidang usaha di seluruh dunia mencapai 80%, hal ini dapat menunjukkan bahwa UMKM sangat menunjang pertumbuhan ekonomi baik dalam lingkup nasional ataupun regional (Eka Ashri Nurhamidah, 2023). Kontribusi UMKM terhadap ekonomi Indonesia mencakup kemampuan untuk mempekerjakan 97% tenaga kerja nasional dan mampu menarik investasi sebesar 60,4% dari total investasi yang tersedia (Riski Febriyanti, 2023). Di Kecamatan Wonosalam, terutama di Desa Panglungan, terdapat kurang lebih 40 unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Perkembangan industri di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya, berdampak secara pesat pada perubahan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam persaingan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Di era ekonomi digital, UMKM perlu memiliki keahlian dalam mengidentifikasi peluang usaha dan memanfaatkan perkembangan bisnis dengan melakukan perubahan pada desain logo mereka (*re-branding*). *Branding* adalah sebuah program yang memfokuskan atau mengkhususkan serta memproyeksikan suatu nilai pada sebuah merek, program ini meliputi penciptaan perbedaan antara produk dengan pelanggan pada saat proses pengambilan keputusan pembelian dan pemberian nilai-nilai pada suatu Perusahaan (Nur Farida, 2023). Sementara istilah *re-branding* adalah upaya memperbaiki sebuah merek yang sudah ada, hal ini bisa berupa pembuatan logo maupun perbaikan kemasan agar tampilan produk menjadi lebih menarik, akan tetapi tidak merubah tujuan awal perusahaan yaitu untuk mendapatkan keuntungan (Dian Nova Kurniasari, 2023).

UMKM Mie Uwel merupakan salah satu usaha kecil menengah yang memproduksi mie tradisional khas daerah setempat. Meskipun produknya memiliki cita rasa yang khas dan digemari oleh masyarakat lokal, UMKM Mie Uwel belum memiliki branding yang kuat dan identitas visual yang memadai. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah logo yang kurang menarik. Logo UMKM Mie Uwel saat ini terlihat sederhana dan kurang memiliki daya tarik visual. Desain logo yang kurang kreatif dan tidak mencerminkan citra produk yang berkualitas menjadi hambatan dalam membangun branding yang kuat. Selain itu, identitas visual yang tidak konsisten dalam berbagai media pemasaran dan kemasan produk juga menjadi permasalahan tersendiri. Penggunaan warna, font, dan elemen visual lainnya yang tidak terlihat terintegrasi menyebabkan citra merek yang dibangun menjadi kurang kuat.

Akibat dari branding yang belum optimal, UMKM Mie Uwel juga mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Keberadaan merek masih belum dikenal secara luas di luar lingkup lokal, sehingga berdampak pada terbatasnya jumlah pelanggan dan minimnya peluang untuk ekspansi pasar. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, UMKM Mie Uwel perlu melakukan rebranding dengan merancang logo baru yang lebih menarik, kreatif, dan mampu merefleksikan identitas serta keunikan produknya. Pengembangan identitas visual yang konsisten juga diperlukan untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan eksposur merek di pasar yang lebih luas. Dengan rebranding yang efektif, diharapkan UMKM Mie Uwel dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

Metode

KKN-T MBKM Kelompok 03 di Desa Panglungan ini dilaksanakan selama 3 bulan penuh, dimulai dari tanggal 20 Maret sampai 28 Juni 2024. Salah satu program kerja yang dilaksanakan adalah pengembangan UMKM yang dilakukan pada UMKM Mie Uwel Bu Umi yang merupakan salah satu UMKM yang beradada di Dusun Arjosari. Metode yang dilakukan dalam penulisan jurnal pengabdian masyarakat ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui studi literatur dan wawancara terstruktur kepada pelaku UMKM. Dalam penyelenggaraan metode ini dilaksanakan beberapa tahapan sebagai berikut:

a. Survey dan Observasi

Pada tahap yang pertama, kami melakukan survey dan observasi pada beberapa umkm yang ada di Desa Panglungan untuk mengetahui permasalahan serta potensi yang bisa dikembangkan di Desa Panglungan dalam bidang ekonomi.

b. Wawancara

Setelah mengidentifikasi potensi serta mengetahui permasalahan atau kendala yang sedang dihadapi oleh para pelaku usaha kami mendapatkan umkm yang bersedia untuk dibantu dalam pengembangan usahanya yaitu Bu Umi dengan produknya (Mie Uwel) dengan cara *re-branding* logo produk.

c. Implementasi

Berdasarkan tahapan yang telah dilalui sebelumnya kami melaksanakan program kerja yang telah ditentukan yaitu *re-branding* produk dengan merubah label produk salah satu umkm yang bertujuan untuk memperkuat identitas merek usaha dan daya saing. Selain itu *re-branding* bertujuan untuk meningkatkan citra dan daya tarik merek di pasar.

Hasil dan Pembahasan

Desa Panglungan termasuk kedalam wilayah Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang yang berbatasan langsung dengan Wilayah Mojokerto. Desa Panglungan memiliki 5 Dusun yaitu Dusun Panglungan, Dusun Arjosari, Dusun Dampak, Dusun Sranten, Dusun Mendo dan memiliki 15 RT dan 6 RW. Jumlah penduduk Desa Panglungan mencapai kurang lebih 3187 jiwa, dengan luas wilayah 526.740 hektar yang kebanyakan area daratan tinggi. Desa Panglungan sendiri mempunyai banyak potensi antara lain dalam bidang pertanian, perkebunan, peternakan dan UMKM.

Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat di dunia saat ini, tim pengabdian Mahasiswa KKN-T Kelompok 03 berupaya untuk memberikan beberapa perbaikan kepada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dari banyaknya UMKM yang ada di Desa Panglungan kami mengambil salah satu yang bersedia kami bantu dalam perbaikan pengembangan usahanya adalah produk UMKM dari Mie Uwel milik Ibu Umi yang bertempat di Dusun Arjosari Desa Panglungan Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. UMKM ini sebenarnya sudah mempunyai banyak produk seperti mie uwel, keripik singkong, keripik pisang dan keripik talas. Akan tetapi produk yang masih terus diproduksi adalah mie uwel yang memiliki cita rasa yang enak, gurih, renyah, pedas, manis dan terdiri dari berbagai varian rasa seperti balado, jagung, pedas. Namun, produk olahan umkm ini belum memiliki logo yang menarik, sehingga memerlukan sebuah langkah yang signifikan seperti perubahan desain pada label produknya guna mengembangkan bisnisnya serta mencari target pasar baru.



Gambar 1. Proses wawancara kepada pelaku UMKM Mie Uwel

Industri rumahan camilan ini di produksi pada setiap harinya yang mana proses pembuatannya dilakukan secara konvensional serta individual. Untuk pemasaran yang dilakukan masih menggunakan sistem dari mulut kemulut dan dititipkan di toko-toko dikarenakan kurangnya pemahaman teknologi pelaku usaha dalam pemasaran lewat media sosial. Selain itu, pembuatannya juga masih memakai alat yang manual sehingga membuat jumlah produksi sedikit. Untuk kendala yang lain terdapat pada logo dan kemasan. Sehingga perlu dilakukannya *re-branding* pada produk ini agar produk tersebut bisa bersaing dengan produk yang serupa.

Dalam pelaksanaan *re-branding* logo produk mitra UMKM Mie Uwel Bu Umi yang mana pada logo produk awal hanya terdapat tulisan selamat menikmati, dan ucapan terima kasih. Tidak terdapat nama merek dari produk tersebut. Oleh karena itu dilakukannya pembaharuan pada logo produk tersebut agar menjadi lebih informatif dan menarik. Dalam desain logo produk dapat ditambahkan beberapa informasi mencakup tentang merek, target pasar, serta pesan yang ingin disampaikan kepada para konsumen. Sehingga pada label produk yang sudah diperbarui terdapat nama brand, penjelasan varian produk, komposisi bahan yang digunakan, nomor handphone penjual, expired date dan tempat produksi. Hal ini bertujuan agar konsumen dapat mengetahui deskripsi produk secara lengkap.



Gambar 2. Sebelum di *re-branding*



Gambar 3. Sesudah di *re-branding*

Elemen logo pada label produk memiliki peran yang sangat penting untuk merepresentasikan visual yang unik dari sebuah merek. Tujuan utamanya yaitu untuk membuat merek agar mudah dikenali dan diingat oleh para konsumen. Strategi *re-branding* dengan perubahan logo pada kemasan produk ini bertujuan menarik konsumen agar membeli produk tersebut. Dengan perubahan logo produk yang tepat dan menarik, produk tersebut akan menggambarkan identitas dan karakteristik sebuah merek yang kuat guna mempengaruhi keputusan pembelian.



Gambar 4. Proses penyerahan logo produk yang baru

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat Program KKN Tematik MBKM Kelompok 03 yang dilaksanakan di Desa Panglungan yang mengusung skema SDGs berupaya untuk memberikan beberapa perbaikan kepada pelaku UMKM dengan melaksanakan program kerja *Re-branding* logo produk Mie Uwel milik Bu Umi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta agar produk dapat memiliki brand yang kuat sehingga dapat dikenal secara luas. Pelaksanaan program kerja ini telah berhasil dilaksanakan dan mencapai sasaran yang sesuai dengan apa yang ditargetkan. Program ini dapat dikatakan sebagai bentuk upaya meningkatkan dan mengembangkan daya saing UMKM sebagai produk unggulan desa. Perbaikan yang dilakukan pada produk UMKM dengan *re-branding* logo produk yang telah diimplementasikan diharapkan dapat menjadi peluang yang bermanfaat untuk merancang kemajuan pelaku UMKM dalam berwirausaha.

Tercapainya sasaran dari strategi pengembangan UMKM Mie Uwel Bu Umi dengan merubah logo produknya adalah memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan perkembangan usahanya. Hal ini bertujuan untuk mencapai kemajuan yang optimal dalam kewirausahaan berbasis industri kreatif di Desa Panglungan. Di samping itu, respons positif yang diberikan oleh pelaku UMKM di Desa Panglungan terhadap setiap program kerja Mahasiswa KKN-T MBKM diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mereka tentang konsep *re-branding* produk. Selain itu, bantuan dalam *re-branding* produk bagi mitra UMKM diharapkan dapat meningkatkan penetrasi pasar dan jumlah penjualan, sehingga produk-produk UMKM di Desa Panglungan dapat lebih dikenal di kalangan masyarakat secara luas.

Daftar Pustaka

- Andreas Suwandi, Z. N. (2022). Pengembangan UMKM Desa Kertarahayu Melalui Lokakarya Pengembangan Desain Kemasan. *Journal Tourism and Creativity*, 6 (3), 2.
- Dian Nova Kurniasari, T. I. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Legalitas Usaha dan Re-branding Produk di Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2 (4), 2.
- Eka Ashri Nurhamidah, N. P. (2023). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA WEBSITE DESA SEBAGAI SARANA PENUNJANG PROMOSI TERHADAP UMKM DI DESA PASIRJENGKOL. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3 (1), 2.
- Fitri, N. (2023). Bersama Menumbuh Kembangkan UMKM Desa Kertarahayu . *Journal of Tourism and Creativity*, 7 (1).

Jefri Setyawan, H. A. (2023). PERSEPSI STAKEHOLDER DAN PRODUSEN UMKM TENTANG REBRANDING: STUDI KASUS PENCIPTAAN LOGO "DOLLY SAIKI POINT". *JURNAL ABDIMAS BINA BANGSA*, 4 (1).

Nabilah Nur Amalina, S. A. (2022). PENDAMPINGAN REBRANDING PADA USAHA JAVA KOKEDAMA SOERABAJA KELURAHAN DUKUH PAKIS. *Jurnal Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 01 (02).

Nur Farida, P. D. (2023). Pengembangan Logo dan Citra UMKM Melalui Rebranding. *Jurnal Pengabdian Hasil Implementasi & Diseminasi*, 2 (2), 2.

Prasetyo Wibowo, M. Y. (2023). MENDESAIN LOGO UMKM. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3 (1).

Riski Febriyanti, A. A. (2023). MENUMBUHKAN JIWA ENTREPRENEURSHIP MASYARAKAT MELALUI WORKSHOP DAN PELATIHAN UMKM DI DESA TALAGAMULYA. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3 (1), 2.

Susi, J. Y. (2023). PASIRKEMUNING, EDUKASI CARA MENDAFTAR NOMOR INDUK BERUSAHA KEPADA UMKM DESA. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3 (1).