

## RE-BRANDING UMKM KERUPUK KEMPLANG LEMBAK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN DI DESA LEMBAK

Putri Aisa Oktavia<sup>1</sup>, Meisha Salsabila<sup>2</sup>, Raisa Ananda Putri<sup>3</sup>, Asri Maulana<sup>4</sup>,

Endah Dewi Purnamasari<sup>5</sup>, Leriza Desitama Anggraini<sup>6</sup>, Try Wulandari<sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup>Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri Palembang

e-mail: 2020510062@students.uigm.ac.id

### Abstrak

Kerupuk Kemplang merupakan produk UMKM yang di hasilkan oleh warga Desa Lembak Potensi penghasilan warga Desa Lembak mayoritas dari penjualan kerupuk kemplang. Kemasan dan logo usaha merupakan satu hal yang penting dalam usaha, masyarakat desa Lembak masih belum memiliki pengetahuan yang lebih mengenai pentingnya branding dalam suatu produk. Pemberian label atau logo dan kemasan yang kurang menarik dapat menurunkan minat pembeli yang akan berdampak pada proses penjualan. Tujuan kegiatan ini adalah untuk melakukan Re- Branding memperbaiki dan memperbaharui label atau logo dan kemasan pada produk kerupuk kemplang. Kegiatan ini mendapatkan respon yang positif dan antusias warga desa Lembak terutama untuk pemilik usaha UMKM kerupuk kemplang. Hasil dari kegiatan ini adalah masyarakat desa Lembak jadi lebih memahami mengenai pentingnya branding yang baik untuk suatu usaha, dan memiliki tampilan kemasan dan logo atau label yang lebih menarik sehingga diharapkan mampu untuk meningkatkan minat beli konsumen.

**Kata kunci:** Kemasan, Branding, Logo, Wirausaha

### Abstract

Kemplang Crackers are an MSME product produced by residents of Lembak Village. The majority of Lembak Village residents' income potential comes from selling kemplang crackers. Packaging and business logos are important things in business, the people of Lembak Village still do not have more knowledge about the importance of branding in a product. Providing unattractive labels or logos and packaging can reduce buyer interest which will have an impact on the sales process. The aim of this activity is to carry out Re-Branding, repair and update the label or logo and packaging on kemplang cracker products. This activity received a positive and enthusiastic response from the residents of Lembak village, especially the MSME business owner of kemplang crackers. The result of this activity is that the people of Lembak village understand more about the importance of good branding for a business, and have a more attractive packaging and logo or label appearance so that it is expected to be able to increase consumer buying interest.

**Keywords:** Packaging, Branding, logos, Entrepreneurship

### PENDAHULUAN

Untuk menjadi negara maju dan menjadi contoh bagi negara lain, suatu negara mengalami proses modernisasi, juga dikenal sebagai era digitalisasi. Modernisasi dimaksudkan untuk meningkatkan mentalitas, standar, dan cara hidup masyarakat tradisional suatu negara atau wilayah. Semua bidang kehidupan akan mengalami inovasi baru setelah modernisasi, dan industri makanan dan minuman adalah salah satunya. Dalam era digital, industri ini semakin modern dan memiliki inovasi terbaru. Karena perubahan dan peluang pasar yang ada, dana dan media untuk promosi, sumber daya manusia untuk inovasi dan teknologi, pengetahuan bisnis, dan strategi pemasaran internasional, para pelaku UMKM di daerah menghadapi kesulitan. Salah satu masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah mereka tidak memahami manfaat branding, tidak tahu tentangnya, tidak memiliki jiwa entrepreneurship yang baik, dan, yang lebih penting, belum mendapatkan pelatihan atau bimbingan tentang strategi branding. Dalam teknik pemasaran, branding berfungsi untuk menanamkan citra positif di ingatan konsumen, yang harus dipahami oleh para pelaku UMKM.

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) harus pandai melihat peluang bisnis dan memanfaatkannya dengan rebranding logo mereka untuk berkembang di era ekonomi digital. Swasty (2016:15) menyebutkan bahwa branding adalah program yang berfokus pada nilai-nilai merek dan mempromosikannya. Program ini mencakup memberikan nilai kepada perusahaan dan membuat produk dan pelanggan berbeda dalam proses pengambilan keputusan mereka. Namun, "rebranding" adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan, produk, atau jasa untuk mengubah bagaimana mereka dilihat orang dengan cara yang berbeda dari pesaingnya dengan mengubah nama, merek, atau

repositioning. Branding telah menjadi bagian penting dari komunikasi pemasaran dan seiring berjalannya waktu, menjadi elemen penting dalam pengembangan bisnis dan media untuk menciptakan citra yang baik di mata pelanggan (Oktaviani et al., 2018). Dengan demikian, penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kerupuk Kemplang Desa Lembak yang ada di Kecamatan Lembak Kabupaten Muaraenim terus menggunakan logo yang sama setiap tahunnya, tanpa perubahan apa pun. Padahal, jika logo tersebut diubah menjadi lebih menarik bagi konsumen, itu akan menjadi nilai tambah. Sementara istilah "rebranding" sendiri berasal dari kata "re", yang berarti "kembali", dan "branding", yang berarti "menciptakan citra merek" atau sesuatu yang menuju keadaan yang lebih baik. Oleh karena itu, rebranding adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengubah atau memperbarui sebuah merek yang telah ada untuk menjadi lebih baik.

Logo adalah bagian penting dari desain dan merupakan identitas visual sebuah perusahaan, sehingga rebranding logo terjadi karena logo selalu digunakan dalam aplikasi identitas visual lainnya. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya merencanakan logo yang mencerminkan jiwa dan karakter perusahaan. Fenomena yang menarik di Desa Lembak tampaknya menunjukkan bahwa sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Lembak merasa nyaman dengan metode pemasaran lama. Untuk meningkatkan daya saing mereka, UMKM seharusnya melakukan inovasi. Ini termasuk memasukkan desain logo ke dalam branding mereka. Branding terus berkembang sebagai bagian dari komunikasi pemasaran. Branding adalah elemen penting dalam pengembangan bisnis dan media untuk menciptakan citra yang baik di mata pelanggan. Hal ini tidak jarang bahwa bisnis kecil dan menengah (UMKM) mulai berusaha untuk membuat merek dagang suatu produk lebih menonjol dengan mengubah atau mengubah nama atau logo.

Untuk mengembangkan UMKM di Desa Lembak Kecamatan Lembak Kabupaten Muaraenim, mahasiswa KKN Tematik Universitas Indo Global Mandiri merumuskan masalah pendampingan strategi pemasaran melalui branding atau re-branding produk UMKM untuk menciptakan citra merek yang baik. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan penjualan kemplang Desa Lembak. Dalam persaingan usaha, para pelaku usaha masyarakat harus berdagang dengan cara yang baik untuk bersaing dan mampu bertahan dan unggul dalam berdagang. Barang-barang yang dibuat dan ditawarkan kepada masyarakat harus diperhatikan, dan inovasi pemasaran dan produk berkontribusi pada ketertarikan pelanggan. Akibatnya, hanya sedikit pelaku pedagang yang dapat meningkatkan kinerja dagang mereka. Ini karena teori bahwa banyak penyebab kinerja pemasaran usaha salah satunya adalah inovasi pemasaran, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat hasil bahwa inovasi pemasaran dapat meningkatkan usaha.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui program kegiatan Kuliah Kerja

Nyata (KKN) Tematik dengan skema Desa Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan yang dilaksanakan di Desa Lembak Kabupaten Muaraenim. Waktu pelaksanaan berlangsung dimulai dari tanggal 04 July September 2023 sampai dengan 14 Agustus 2023. Pada kegiatan pengabdian ini dilakukan metode pelaksanaan berupa observasi, wawancara, analisis data mengenai umkm kerupuk kemplang di desa Lembak, rebranding dan terakhir evaluasi.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

### 1. Observasi

Metode pelaksanaan pertama adalah observasi lapangan. Kami melakukan observasi di lingkungan sekitar Lembak untuk mempelajari produk dan kondisi UMKM Kerupuk Kemplang.

### 2. Wawancara

Pada langkah selanjutnya, tim mewawancarai pemilik UMKM Kerupuk Kemplang untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Wawancara tersebut mencakup sejarah UMKM, visi dan misi, proses pembuatan produk, target pasar, keunggulan produk, masalah yang dihadapi, dan kebutuhan saat ini. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang UMKM Kerupuk Kemplang dari sudut pandang pemilik.

### 3. Analisis Data

Untuk menentukan peluang, potensi, dan kemampuan UMKM untuk menerima program kerja rebranding, data yang diperoleh dari pelaksanaan sebelumnya akan dianalisis dan dibandingkan dengan calon subjek UMKM lainnya.

### 4. Re-Branding

Setelah melakukan analisis data dan menentukan apa yang dapat dilakukan dengan program rebranding, langkah selanjutnya adalah bekerja sama dengan UMKM Kerupuk Kemplang untuk menyampaikan rencana rebranding yang mencakup perubahan logo dan desain produk. Perencanaan dilakukan untuk mendapatkan persetujuan dari UMKM untuk menjalankan program rebranding. Rebranding dilakukan sesuai dengan keinginan pemilik UMKM, karakteristik UMKM, dan kesesuaian dengan target pasar.

### 5. Evaluasi

Untuk mengetahui seberapa puas pemilik UMKM dengan hasil rebranding, kami akan menerapkan logo dan desain kemasan produk untuk UMKM Kerupuk Kemplang setelah kami mendapatkan hasil akhir. Setelah implementasi rebranding, tim akan mengevaluasi hasilnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rebranding adalah proses membangun kembali citra bisnis untuk membuat merek atau barang terlihat berbeda dari merek lain, membuatnya lebih menarik dan membuatnya lebih mudah diingat oleh orang. Salah satu prioritas utama para pelaku bisnis adalah branding. Namun, sebagian besar pelaku UMKM Kerupuk Kemplang Desa Lembak mulai berjualan tanpa

merek dan merasa tidak penting memiliki merek. Padahal, memiliki merek dapat membantu pemasaran produk.

Kegiatan ini dimulai dengan analisis bisnis mikro kecil yang akan dibantu untuk rebranding logo. Tahap analisis ini termasuk membuat daftar pertanyaan dan pengumpulan data. Tahap ini penting untuk mengembangkan logo yang sesuai dengan gambar UMKM Kerupuk Kemplang. Berdasarkan hasil observasi ditemukan bahwa label tidak memiliki logo dan informasi yang tertulis tidak lengkap .



Gambar 2 . Kegiatan Observasi UMKM Kerupuk Kemplang

Setelah melakukan observasi dan analisis, beberapa ide ditemukan dan ditawarkan. Setelah berbicara tentang ide-ide alternatif untuk logo yang dipilih, akhirnya logo baru dipilih untuk UMKM Kerupuk Kemplang karena logo sebelumnya terlalu tua dan tidak menarik. Logo baru ini diharapkan dapat menarik konsumen dengan gambar atau kesan baru.



Gambar 3 . Design Logo Baru UMKM Kerupuk Kemplang



Gambar 3. Logo baru re-branding

Branding produk kemplang meningkat melalui pelaksanaan program, yang mencakup pembentukan merek dan nama kemplang serta pelabelan pada kemasan kemplang. Rebranding suatu UMKM dapat membantu menjaga agar UMKM tersebut tetap bersaing dengan UMKM lainnya. Oleh karena itu, setelah program rebranding logo UMKM Kerupuk Kemplang yang menjadi unggulan di Desa Lembak, diharapkan UMKM tersebut akan mampu dan siap bersaing secara kualitas, promosi, dan pemasaran dengan UMKM lain, baik di dalam atau di luar Muaraenim.

Logo tersebut merupakan hasil akhir logo untuk Kerupuk Kemplang. Makna logo tersebut adalah gambar buah kelembak dan berwarna hijau yang menggambarkan nuansa cerah sangat pas untuk menarik perhatian konsumen dan mengingatkan konsumen atas nama daerah Desa Lembak. Pemberian tulisan dan nomor telepon disertakan di dalam logo ditujukan agar konsumen dapat berinteraksi dengan mudah kepada pemilik usaha ketika memesan Kerupuk Kemplang.

Setelah berpartisipasi dalam berbagai program dan pendampingan pengembangan logo, usaha mikro dan kecil (UMKM) telah menyadari pentingnya menciptakan citra perusahaan dan merek. Mereka sekarang memiliki logo baru, yang diharapkan akan meningkatkan visibilitas UMKM. Konsumen akan lebih yakin untuk menggunakan atau membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM karena mereka memiliki branding yang kuat.

## SIMPULAN

Menurut survei yang dilakukan oleh kelompok KKN Tematik, UMKM Kerupuk Kemplang di Desa Lembak harus dikembangkan. Salah satu masalah yang dihadapi UMKM adalah kurangnya branding pada produk yang dipasarkan, salah satu solusi untuk masalah ini adalah UMKM Kerupuk Kemplang mendampingi rebranding logo.

Diharapkan UMKM Kerupuk Kemplang dapat meningkatkan nilai merk dan menarik perhatian lebih banyak pelanggan melalui rebranding ini. Ini adalah langkah strategis untuk menghadapi persaingan usaha yang ketat dan akan membantu bisnis ini berkembang dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada warga dan Kepala Desa Lembak desa Lembak Kecamatan Lembak Kabupaten Muaraenim atas partisipasinya. Kampus Universitas Indo Global Mandiri dan pihak media yang telah mendukung kegiatan ini, sehingga terlaksana dengan baik dan lancar.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chairul Putri, C., Sukma Garini, L., Rafi Syafuddin, M., & Puspaningtyas, A. (2023). Pengembangan UMKM Desa Bejijong Guna Meningkatkan Perekonomian Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Re-Branding Usaha ABDI MASSA: Jurnal Pengabdian Nasional (e-ISSN: 2797-0493), 3(02), 16–22.
- Illahi, Moch., Rafi Rivai, Luqy Fakhroh, Ignatius Dewa, Desi Puspitasari, and G.Warmana. 2023. "Pengembangan Dan Pendampingan UMKM Chacha Kitchen Melalui Re-Branding". Jurnal ABDIMAS Indonesia 1 (2)
- Defri, Ifwarisan, Arif Furkhon, Bella Anastasia, and Erwan Saputro. 2022. "Re-Branding UMKM Kelurahan Kedundung Mojokerto Melalui Logo Baru Yang Unik Dan Menarik". Abdimesin 2 (1): 10-19.
- Peran Kkn Mahasiswa Dalam Mendorong Perilaku Inovasi Umkm Di Desa Telarsari. (2023).Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buan Perjuangan Karawang, 3(1), 1412-1417.
- Kurniasari, D., T, T., & Roidah, I. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Melalui Legalitas Usaha dan Re-Branding Produk di Desa Kedungdalem Kabupaten Probolinggo. Nangg roe: Jurnal Pengabdian Cendikia, 2(4).
- Rizka, S., & Susanti, E. (2023). Optimalisasi Branding Dan Re-Branding Produk UMKM Di Kelurahan Rungkut Tengah, Kecamatan Gunung Anyar, Kota Surabaya. Jurnal Insan Pengabdian Indonesia, 1(3), 68-78.
- Farida, N., Dewi, P., & Destriani, E. (2023). Pengembangan Logo dan Citra UMKM Melalui Rebranding. JURNAL HASPI: Jurnal Pengabdian Hasil Implementasi dan Diseminasi Masyarakat , 2(2), 103-108.
- Pratiwi, L., Putri, L., Wati, D., & Wulandari, R. (2023). Re-Branding Produk Sebagai Daya Tarik Pemasaran pada UMKM Jamu di Dusun Kedurus Kabupaten Sidoarjo. Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara, 7(2), 588-596. doi: 10.29407/ja.v7i2.18748