



PROGRAM RE-BRANDING SEBAGAI SARANA PENCIPTAAN BRAND AWARENESS PADA PRODUK UMKM PKK KELURAHAN SEDATI GEDE

Wachda Yuniar Rochmah¹, Sekar Widayarsi Putri², Darlin Aulia³,
 Wahyu Eka Thariza⁴, David Naka Nugroho⁵, Muhammad Faishal Syarif⁶

^{1,2,3,4,5,6}Institut Teknologi Telkom Surabaya, Jl. Ketintang No. 156 Surabaya, 08113278005

Post-el: wachdayuniar@ittelkom-sby.ac.id¹, sekar@ittelkom-sby.ac.id², darlinaulia@ittelkom-sby.ac.id³,
thariza@student.ittelkom-sby.ac.id⁴, davidnaka@student.ittelkom-sby.ac.id⁵,
rumregal@student.ittelkom-sby.ac.id⁶

Abstrak	Info Artikel
<p><i>Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur bertekad meningkatkan daya saing perekonomian melalui pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu upaya terwujud di tingkat kelurahan, khususnya di Kelurahan Sedati Gede Kecamatan Sidoarjo, dengan pembentukan UMKM binaan desa tersebut. Meskipun demikian, muncul kendala terkait kurangnya ketertarikan masyarakat terhadap produk UMKM tersebut, yang sebagian besar hanya dijual dalam acara kelurahan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, IT Telkom Surabaya turut memberikan solusi melalui program re-branding. Tujuan utamanya adalah meningkatkan tingkat kesadaran merek dari UMKM PKK Kelurahan Sedati Gede. Melalui pengabdian masyarakat ini, dilakukan sosialisasi mengenai konsep branding dan inovasi baru, mencakup perubahan nama UMKM dari PKK Sedati Gede menjadi UMKM Sekar Langit, modifikasi logo pada tiga produk UMKM, dan penyempurnaan desain kemasan produk UMKM. Dengan adanya pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM sehingga mampu meningkatkan pendapatan yang diperoleh. Pada pengabdian masyarakat selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan nilai pada aspek-aspek lain, seperti keuangan, operasional, atau manajemen sumber daya manusia</i></p>	<p>Diajukan : 2-07-2023 Diterima : 5-10-2023 Diterbitkan : 25-10-2023</p> <p>Kata kunci: Brand Awareness; Daya Saing UMKM; Pemasaran Digital; Pendampingan UMKM; Re-Branding</p> <p>Keywords: Assistance of MSMEs, Brand Awareness, Competitiveness of MSMEs, Digital Marketing, Re-Branding</p>
<p>Abstract</p> <p><i>The Department of Cooperatives and SMEs (Small and Medium Enterprises) of East Java is determined to enhance the competitiveness of the economy through the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). One of the efforts is realized at the village level, particularly in the Sedati Gede Village, Sidoarjo District, through the establishment of MSMEs under the village's guidance. However, challenges have emerged related to the lack of community interest in these MSME products, most of which are only sold during village events. In order to address this issue, IT Telkom Surabaya also provides a solution through a re-branding program. The main objective is to increase brand awareness for the MSMEs affiliated with PKK Sedati Gede. Through this community service, socialization is conducted on branding concepts and new innovations, including changing the name of MSMEs from PKK Sedati Gede to UMKM Sekar Langit, modifying the logos of three MSME products, and refining the packaging design of the MSME products. With this community service, it is hoped that the competitiveness of MSMEs can be improved, thereby increasing the income they generate. In future</i></p>	

community service initiatives, it is expected to add value to other aspects such as finance, operations, or human resource management.

Cara mensitasi artikel:

Rochmah, W.Y., Putri, S.W., Aulia, D., Thariza, W.E., Nugroho, D.N., & Syarif, M.F. (2023). Program Re-Branding Sebagai Sarana Penciptaan Brand Awareness Pada Produk UMKM PKK Kelurahan Sedati Gede. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 1(3), 275–279. <https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD>

PENDAHULUAN

Dampak dari globalisasi terlihat dalam sektor ekonomi global, mengakibatkan persaingan antar negara di seluruh dunia untuk meningkatkan daya saing ekonomi mereka (Al Aidhi, 2023). Di Indonesia, pemerintah telah menetapkan 10 langkah prioritas nasional menuju Indonesia 4.0, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing global di era digital saat ini (Setiono, 2019). Salah satu aspek perekonomian nasional dan daerah yang dianggap mampu meningkatkan daya saing serta meredam pertumbuhan ekonomi adalah sektor Usaha Mikro dan Kecil Menengah (Ma'rifah, 2022). Menurut Polnaya (2015), perkembangan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia menjadi faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi. Sejalan dengan hal tersebut, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Jawa Timur menegaskan komitmennya untuk memperkuat daya saing ekonomi daerah dengan meningkatkan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu tindakan konkret yang telah diambil terjadi di tingkat kelurahan, terutama di Kelurahan Sedati Gede, Kecamatan Sidoarjo, dengan pendirian UMKM sebagai fokus pembinaan desa. Meskipun demikian, timbul masalah signifikan terkait kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai produk UMKM, yang terbatas pada acara kelurahan saja.

Dalam menghadapi permasalahan tersebut, IT Telkom Surabaya menyajikan solusi melalui sebuah program re-branding. Re-branding merupakan kegiatan menciptakan Kembali identitas dari suatu produk yang sudah ada sebelumnya, dengan tujuan untuk menjaga tingkat awareness dari calon pembeli (Kotler Philip, 2019). Fokus utama dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan kesadaran merek dari UMKM PKK Kelurahan Sedati Gede. Pengabdian masyarakat ini melibatkan kegiatan sosialisasi mengenai konsep branding dan penyelenggaraan inovasi baru, termasuk perubahan nama dari PKK Sedati Gede menjadi UMKM Sekar Langit, perubahan logo pada tiga produk UMKM, dan penyempurnaan desain kemasan produk. Upaya ini diharapkan dapat menciptakan citra yang lebih menarik dan mengakar di benak masyarakat terkait produk-produk UMKM tersebut.

Melalui upaya kolaboratif ini, harapannya dapat tercapai peningkatan daya saing UMKM, yang pada gilirannya diharapkan akan membawa peningkatan pendapatan. Dengan menjalankan pendekatan ini, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur bersama dengan mitra pengembangan UMKM, seperti IT Telkom Surabaya, menandai langkah awal yang tangguh dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Untuk pengabdian masyarakat selanjutnya, diharapkan dapat dilakukan peningkatan nilai pada aspek-aspek lain, seperti keuangan, operasional, dan manajemen sumber daya manusia, guna mendukung secara menyeluruh perkembangan UMKM di wilayah tersebut.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka Tim Pengusul merumuskan solusi untuk mengatasi permasalahan mitra berdasarkan prioritas aspek yang telah diidentifikasi sebelumnya. Metode penyelesaian masalah yaitu menyelesaikan permasalahan brand awareness dengan Re-branding

Saat ini, produk yang dihasilkan UMKM Desa Sedati sudah beragam, mulai dari kuliner olahan seperti stick aloe vera, pudding kelor, dan kue tradisional iwel-iwel. Namun, yang menjadi masalah adalah kemasan dari produk yang dihasilkan oleh UMKM belum menarik dan kurangnya branding dari produk yang dimiliki. Tentunya dalam jangka panjang hal ini menjadi kelemahan, karena seiring dengan semakin tinggi persaingan di pasar, para kompetitor berlomba untuk melakukan branding yang dapat menarik minat beli masyarakat. Oleh karena itu kami memberikan pelatihan terkait rebranding produk UMKM pada Desa Sedati. Adapun pihak yang terlibat dan peran sertanya:

1. Kelompok UMKM PKK Sedati Gede Mitra sebagai pelaku usaha kelompok UMKM yang berada di Desa Sedatigede, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo, yang langsung dibawah oleh PKK Desa Sedati Gede. Mitra berperan menjadi peserta pelatihan sekaligus objek dari pembinaan yang akan dilakukan. Adapun bantuan yang diberikan mitra berupa ruangan pelatihan dan perlengkapan seperti microphone dan sound system.
2. Dosen Dosen yang terlibat berjumlah tiga orang dengan bidang keahlian yang berbeda. Peran dosen pada program pengabdian masyarakat ini adalah sebagai pemberi solusi dan pembinaan terhadap permasalahan mitra. Dosen juga berperan untuk membimbing mahasiswa dalam kegiatan penyelesaian permasalahan.
3. Mahasiswa Mahasiswa yang terlibat dalam Pengabdian Masyarakat berjumlah 3 orang mahasiswa dari program studi Bisnis Digital, yang memiliki skill yang sesuai dengan topik pengabdian masyarakat ini. Adapun pembagian pekerjaan para mahasiswa adalah sebagai berikut, David Naka Nugroho menjadi asisten administrasi penelitian dan mendesain logo, Muhammad Faishal Syarif mendesain packaging dari produk. Dan Wahyu Eka Thariza membuat materi pelatihan.].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era persaingan pasar yang semakin ketat, keberadaan UMKM menjadi kunci dalam memajukan ekonomi lokal. Namun, banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam memasarkan produknya dan membangun citra merek yang kuat. Oleh karena itu, Program Re-Branding dihadirkan sebagai solusi strategis untuk meningkatkan daya saing UMKM dengan menciptakan Brand Awareness yang signifikan. Program ini tidak hanya sekadar perubahan visual, namun sebuah langkah terencana untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Melibatkan elemen desain kemasan, logo, dan strategi pemasaran.

Re-branding bertujuan untuk memberikan sentuhan segar pada produk UMKM dan meningkatkan daya tariknya di pasar yang beragam. Pentingnya brand awareness tidak hanya terletak pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada pembentukan hubungan yang lebih erat antara UMKM dan konsumen. Dengan kesadaran merek yang kuat, diharapkan konsumen tidak hanya melihat produk sebagai barang dagangan, tetapi

juga sebagai bagian dari pengalaman dan identitas lokal yang patut diperhitungkan. Berikut ini adalah Program Re-Branding pada Produk UMKM PKK Kelurahan Sedati Gede yang telah dilakukan oleh tim:

1. Rebranding UMKM PKK Sedati Gede menjadi UMKM Sekar Langit.



Gambar 1. Hasil rebranding Nama UMKM

2. Tidak hanya rebranding nama UMKM saja, kami juga melakukan rebranding nama dan logo produk UMKM. Berikut beberapa produk yang melakukan rebranding:



Gambar 2. Hasil rebranding nama dan logo produk Iwel-Iwel menjadi Iwel-Iwel Ceria.



Gambar 3. Hasil rebranding nama dan logo produk Puding Kelor menjadi Nona Moori



Gambar 4. Hasil rebranding nama dan logo produk Stick Aloevera menjadi Stick Ilovera

3. Selain itu kami juga melakukan rebranding terhadap packaging Produk UMKM.



Gambar 4. Hasil rebranding

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa kami telah berhasil menerapkan program re-branding dan brand awareness terhadap UMKM PKK Sedati Gede. Program re-branding dan brand awareness yang telah dilakukan menghasilkan perubahan nama dan logo pada UMKM, perubahan nama dan logo pada produk UMKM, dan perubahan packging pada produk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan kepada Instansi kami yakni Institut Telkom Surabaya, khususnya unit Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM).

DAFTAR RUJUKAN

- Al Aidhi, A., Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), 118-134.
- Kotler Philip, author. (2019). *Principles of marketing (Eighth edition.)*. Harlow, England: Pearson
- Ma'rifah, I., Rizqi, E. I., & Kustiningsih, N. (2022). Pengaruh Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Pada Umkm D'elixir. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 349-356.
- Kutner, M., Greenberg, E., Jin, Y., & Paulsen, C. (2006). *The health literacy of America's adults: Results from the 2003 National Assessment of Adult Literacy*. Washington, DC: U.S. Department of Education, National Center for Education Statistics (NCES) Publication No. 2006-483.
- Polnaya, G. A., & Darwanto, D. (2015). Pengembangan ekonomi lokal untuk meningkatkan daya saing pada ukm ekonomi kreatif batik bakaran di pati, jawa tengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 22(1).
- Setiono, B. A. (2019). Peningkatan Daya Saing Sumber Daya Manusia Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, 9(2), 179-185.