

## Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan *Brand Awareness* dari UMKM Keripik Gadung

Devi Febrianti<sup>1</sup>, Sonhaji Arif<sup>2</sup>, Rachmah Nur Fitriyah<sup>1</sup>, Lilik Purwanti<sup>3</sup>,  
Vita Nur Indah Sari<sup>2</sup>, Zulfan Al Akhyar<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

<sup>2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

### Abstrak

Peran UMKM sangat signifikan terhadap perekonomian Indonesia, baik dari sisi jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja, maupun kontribusi dalam produk domestik bruto (PDB). Untuk mengembangkan usaha, UMKM tak lepas dari bagaimana mem-branding produk dengan efektif. Desa Watugolong merupakan desa yang memiliki tingkat *brand awareness* yang rendah terkait branding UMKM keripik gadung. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat pada bidang ekonomi. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini berupa penyuluhan mengenai pemahaman HKI dan arti penting HKI bagi dunia usaha. Mitra pengabdian masyarakat adalah Desa Watugolong di Sidoarjo. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat yang diperoleh adalah adanya pemahaman dan keinginan objek PKM untuk mengurus dan mendaftarkan HKI dalam kepentingan usahanya. Inovasi menciptakan desain packaging yang *eye appeal* pada sosial media Instagram dan *marketplace* Shopee dapat memudahkan UMKM memasarkan produknya dan dapat meningkatkan ketertarikan konsumen sehingga pendapatan akan meningkat pesat.

### Kata kunci

*Brand awareness*; keripik gadung; *rebranding*; UMKM

### Abstract

The role of UMKM is very significant to the Indonesian economy, both in terms of the number of business units, employment, and contribution to gross domestic product (GDP). To develop a business, SMEs cannot be separated from how to brand products effectively. Watugolong Village was a village that has a low level of brand awareness related to the branding of gadung chips SMEs. This community service aims to increase public brand awareness in the economic field. The method used in this community service is in the form of counseling about the understanding of IP and the importance of HKI for the business world. The community service partner was Watugolong Village in Sidoarjo. The results of Community Service obtained were the understanding and desire of the community service object to manage and register IP in the interests of its business.

### Keywords

*Brand awareness*; gadung chip; *rebranding*; SMEs

## Pendahuluan

Merek didefinisikan sebagai seperangkat atribut yang dirancang untuk menciptakan kesadaran dan identitas, dan untuk membangun reputasi produk dari suatu perusahaan. Pada *rebranding*, menentukan target pasar yang tepat adalah kunci keberhasilannya (Bayu Pinandoyo, Masnar and Supardianningsih, 2022). *Rebranding* merupakan pendekatan strategis yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan posisi dan citra baru yang berbeda di benak pelanggan dengan mengadopsi elemen baru, dengan melakukan perubahan atribut merek perusahaan seperti nama, logo, warna dan nilai-nilai yang dapat mempengaruhi persepsi pihak-pihak yang terkait (Muzellec and Lambkin, 2006). Berdasarkan definisi *rebranding* tersebut, kalimat “menciptakan posisi dan citra baru” menunjukkan bahwa dalam menciptakan atau membuat sebuah nama baru pada sebuah perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah tersebut.

UMKM memiliki peran sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi jumlah unit usaha, penyerapan tenaga kerja, maupun kontribusi dalam produk domestik bruto (PDB). Sebagian mayoritas UMKM belum memiliki *brand* untuk mendapatkan pelanggan seperti kartu nama, brosur/katalog, desain produk dan *packaging* yang *eye appeal* (menarik dilihat) sebagai salah satu sarana pemasaran. Sebagian besar UMKM mempertanyakan manfaat *branding*, sedangkan kondisi usaha mereka saat ini sudah mendapatkan penghasilan yang besar (Pemerintah Pusat, 2014). UD Gadung Dua Bintang merupakan sektor UMKM keripik gadung yang berlokasi di Watugolong, Krian, Sidoarjo. Usaha ini telah berdiri selama 18 tahun. Meskipun telah berdiri cukup lama tidak menjamin usaha UMKM ini untuk memiliki *branding* yang bagus sehingga dapat menghasilkan omset yang melesat tiap tahunnya. Usaha ini sedang dalam proses melakukan prosedur paten untuk mendaftarkan merek UD Gadung Dua Bintang (Gadung Dua Bintang, 2022).

Pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan sukarela yang dilakukan untuk membalas budi kepada masyarakat sekitar dan masyarakat luas (FD, Muslimatun and Damayanti G, 2019). Ada beberapa aspek dalam pengabdian kepada masyarakat yang harus dilakukan untuk terciptanya masyarakat yang beradab yakni aspek dalam segi budaya, karakter dan pola pikir (Firdaus *et al.*, 2022). Hasil diskusi dengan mitra menunjukkan adanya masalah yang dihadapi mitra yaitu sebagian UMKM yang lain telah menerapkan *branding* untuk produk mereka, namun penerapan *branding* tersebut tidak efektif sehingga perlu di *branding* kembali. Pengabdian masyarakat di Sidoarjo berupa kerajinan bordir (Wulandari, Fitri and Rahkadima, 2018), pengolahan sampah organik dan non organik (Rahmayanti *et al.*, 2018) dan air bersih (Prasetyo, Tamyiz and Achmadi, 2018) telah dilaksanakan. Namun, pengabdian masyarakat terkait keripik gadung di desa Watugolong Sidoarjo belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat pada bidang ekonomi.

## Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat “*Rebranding* UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan *Brand Awareness* dari UMKM Keripik Gadung” meliputi kegiatan pemetaan masalah mitra, tutorial, pelatihan dan pendampingan. Mitra pengabdian masyarakat ini adalah Desa Watugolong. Pengabdian masyarakat “*Rebranding* UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan *Brand Awareness* dari UMKM Keripik Gadung” ini dilaksanakan di Desa Watugolong Sidoarjo, Indonesia pada bulan Agustus hingga September tahun 2022. Alat yang digunakan pada pengabdian masyarakat ini adalah adobe illustrator dan photoshop. Pelaksana pengabdian masyarakat ini adalah pengabdian masyarakat UNUSIDA sejumlah 18 orang.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi dan diskusi yang telah dilakukan oleh mitra dan tim pelaksana, maka dilakukanlah serangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Watugolong Sidoarjo. Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan meliputi desain *packaging* asli keripik gadung “Dhar”, *rebranding* desain produk keripik gadung “Dhar” dan *marketplace* keripik gadung “Dhar”. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah diikuti oleh pengabdian masyarakat UNUSIDA sejumlah 18 orang.

### A. Desain *Packaging* Asli Keripik Gadung “Dhar”

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu *rebranding* produk UMKM di Desa Watugolong. Salah satu produk UMKM yang di *rebranding* adalah usaha Keripik Gadung. Usaha Keripik Gadung Dhar sudah berniaga kurang lebih selama 18 tahun sebelum pandemi COVID-19 mewabah. Nama brand “Dhar” sendiri diambil dari nama pemilik aslinya. Pengabdian masyarakat UNUSIDA berinisiatif untuk membuat sebuah kegiatan program menjual Keripik Gadung “Dhar” untuk membantu UMKM Desa Watugolong.

Usaha Keripik Gadung Dhar berjalan dengan baik sebelum adanya pandemi COVID-19. Tetapi, sejak pandemi COVID-19, omset usaha Keripik Gadung Dhar menurun karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat. Keripik Gadung Dhar juga menawarkan berbagai aneka varian rasa tidak hanya rasa original saja, diantaranya yaitu; rasa pedas dan rasa pedas manis. Berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik usaha Keripik Gadung Dhar, beliau mengatakan bahwa sebenarnya sudah memiliki desain *packaging* untuk keripik gadung, tetapi hanya sederhana saja yaitu berupa kertas. Sedangkan untuk pemesanan keripik yang masih mentah belum memiliki desain *packaging* yang baik, sehingga jika ada pesanan keripik mentah masih menggunakan *packaging* biasa. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat UNUSIDA membantu Ibu Hermin selaku pemilik Keripik Gadung Dhar dalam mendesain *packaging* untuk produk keripik gadung matang dan mentah nya dengan tujuan agar menarik minat konsumen.



Gambar 1. Desain *Packaging* Asli Keripik Gadung “Dhar”

Desain *packaging* tulisan kertas seperti yang ditunjukkan pada gambar 1. merupakan desain *packaging* yang digunakan oleh Ibu Hermin. Minimnya inovasi dan kreativitas membuat pelaksanaan kegiatan *rebranding* menjadi pilihan yang tepat untuk mengganti dan memperbarui desain *packaging* usaha Keripik Gadung “Dhar” agar lebih unik dan menarik. Hal ini dikarenakan kreativitas dan inovasi produk mampu meningkatkan kinerja usaha UMKM (Kalil and Aenurohman, 2020).

### B. *Rebranding* Desain Produk Keripik Gadung “Dhar”

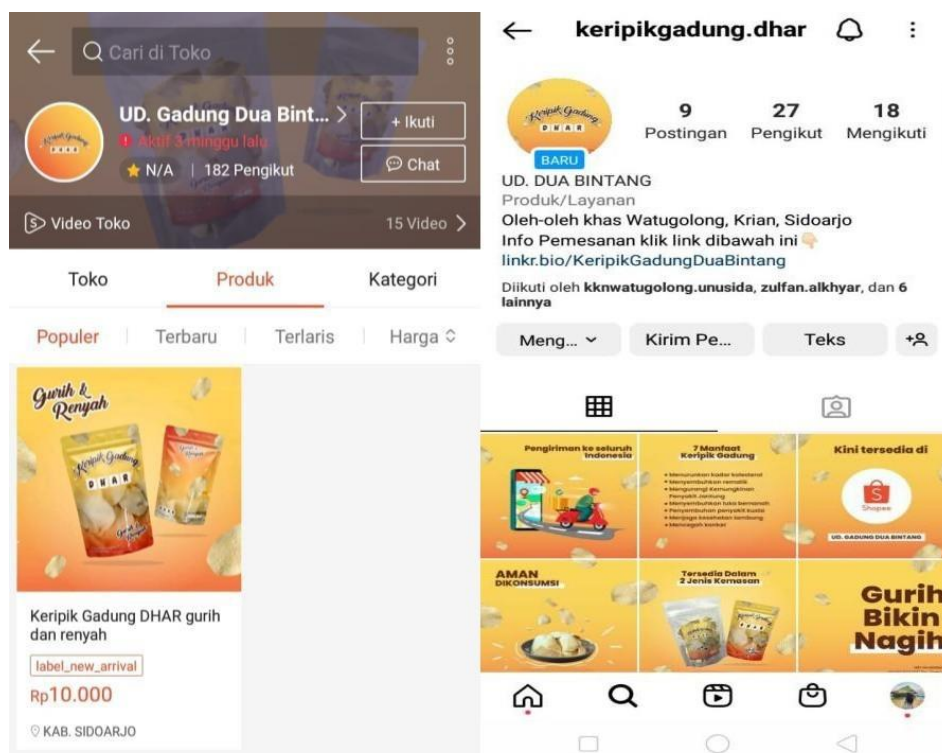
Pengabdian masyarakat UNUSIDA merancang beberapa desain *packaging* Keripik Gadung “Dhar”. *Rebranding* merupakan upaya perusahaan untuk memperbarui sebuah *brand* yang telah ada agar menjadi lebih baik, namun tidak mengabaikan dan melupakan tujuan awal perusahaan, yaitu profit (Ramadhani, Yulika and Syafwandi, 2018). Hasil akhir *rebranding* desain *packaging* Keripik Gadung “Dhar” terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Desain Packaging Asli Keripik Gadung “Dhar”

### C. Marketplace Keripik Gadung “Dhar”

Pada era saat ini, perkembangan teknologi dan komunikasi semakin canggih, pemilihan penggunaan pemasaran melalui media sosial menjadi pilihan utama yang dilakukan oleh pelaku usaha, saat ini penggunaan media sosial telah menjadi pilar utama dalam penyampaian informasi (Abidin Achmad *et al.*, 2020). Selain *rebranding* desain produk, pengabdian masyarakat UNUSIDA juga membantu proses pemasaran atau promosi produk yang dilakukan melalui media digital yaitu melalui Instagram dan Shopee serta menjelaskan cara untuk mengelola kedua akun tersebut dengan optimal.



Gambar 3. Akun Shopee dan Instagram Keripik Gadung “Dhar”

Gambar 3. merupakan akun *marketplace* Shopee dan Instagram Keripik Gadung “Dhar”. Shopee memiliki kelebihan yaitu dapat melakukan pengiriman ke seluruh daerah dan memiliki berbagai macam program promo yang dapat dinikmati pembeli, seperti program ‘Gratis Ongkir’ dimana pembeli dapat menikmati gratis ongkos kirim hingga dua puluh ribu, yang tentu akan meningkatkan minat pembeli. Penjualan Keripik Gadung “Dhar” di Shopee memiliki potensial yang besar, mengingat Keripik Gadung “Dhar” sudah memiliki Instagram sehingga *link* Shopee dapat dicantumkan pada deskripsi akun Instagram Keripik Gadung “Dhar”. Hal ini bertujuan agar pembeli di Instagram dapat membeli produk Keripik Gadung “Dhar” dengan mudah yaitu dengan cara mengklik *link* shopee yang tertera di bagian deskripsi Instagram.

## Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada tingkat desa atau kelurahan yaitu desa Watugolong di Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo.

## Kesimpulan

Rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan *Brand Awareness* dari UMKM Keripik Gadung” telah selesai dilaksanakan. Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat untuk “Rebranding UMKM Desa Watugolong Meningkatkan *Brand Awareness* dari UMKM Keripik Gadung” berupa *rebranding* desain Keripik Gabung “Dhar” Mitra dan warga menyambut baik terhadap semua kegiatan yang dilakukan oleh tim pelaksana PkM Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo.

## Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

## Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada kepala desa, tokoh dan warga desa Watugolong di Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

## Daftar Pustaka

Abidin Achmad, Z. *et al.* (2020) ‘Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik’, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), pp. 17–31. Available at: <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>.

Bayu Pinandoyo, D., Masnar, A. and Supardianningsih, S. (2022) ‘Food Packaging Rebranding Assistance for Vegetable Products of OkeFarm Neglasari Women Farmer Group’, *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), pp. 173–186. Available at: <https://doi.org/10.29062/engagement.v6i1.986>.

FD, S.A., Muslimatun, S. and Damayanti G, M. (2019) ‘Student-Led Community Service Activities in Indonesia International Institute for Life Sciences (I3I) for Building Collaborative Work And Social Awareness’, *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, pp. 897–901. Available at: <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v2i0.432>.

Firdaus, M. *et al.* (2022) *Ragam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat*, *OSF Preprints*. Available at: <https://doi.org/10.31219/osf.io/fkhry>.

Gadung Dua Bintang (2022) *Laporan UD Gadung Dua Bintang Tahun 2022*, UD Gadung Dua Bintang.

Kalil, K. and Aenurohman, E.A. (2020) ‘Dampak Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM di Kota Semarang’, *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), pp. 69–77. Available at: <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>.

Muzellec, L. and Lambkin, M. (2006) ‘Corporate Rebranding: Destroying, Transferring or Creating Brand Equity?’, *European Journal of Marketing*. Edited by J.M.T. Balmer, 40(7/8), pp. 803–824. Available at: <https://doi.org/10.1108/03090560610670007>.

Pemerintah Pusat (2014) *Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Perizinan untuk Usaha Mikro dan Kecil, JDIH BPK RI*. Available at: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/41592/perpres-no-98-tahun-2014> (Accessed: 1 September 2022).

Prasetyo, W., Tamyiz, M. and Achmadi, F. (2018) ‘Pendampingan Peningkatan Kualitas Air Bersih

Badan Pengelola Sarana Penyediaan Air Minum dan Sanitasi (BP SPAMS) Tirta Wening di Desa Kedungsumur', *Journal of Science and Social Development*, 1(2).

Rahmayanti, A. *et al.* (2018) 'Sosialisasi Pengelolaan Sampah Organik dan Non Organik di Desa Medalem Kecamatan Tulangan-Kabupaten Sidoarjo', *Journal of Science and Social Development*, 1(2).

Ramadhani, I., Yulika, F. and Syafwandi, S. (2018) 'Re-Branding Identitas Logo Abidaufa', *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia dan Industri Kreatif*, 3(2), pp. 105–117. Available at: <https://doi.org/10.22303/proporsi.3.2.2018.105-117>.

Wulandari, R.S., Fitri, M.A. and Rahkadima, Y.T. (2018) 'Peningkatan Kualitas dan Produktivitas Kerajinan Bordir di Desa Ketegan Kecamatan Tanggulangin Kabupaten Sidoarjo', *Journal of Science and Social Development*, 1(2).