

Rebranding Logo UMKM (F&B) Kelurahan Klampis Ngasem**Nabil Ghibran Alwafa¹**¹Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa TimurEmail: 20042010212@student.upnjatim.ac.id**Abstrak**

Akibat dari pandemi yang terjadi di Indonesia, industri makanan dan minuman juga semakin berkembang di Indonesia untuk menambah pendapatan. Perkembangan ini juga berarti semakin meningkatnya persaingan antar produk yang satu dengan yang lain. Macnfish merupakan salah satu industri makanan minuman yang menjual produk makanan Eropa yang cukup unik, tetapi perusahaan ini masih kurang dikenali oleh masyarakat kota Surabaya karena kurangnya identitas visual yang kuat dan promosi yang dilakukan. Oleh karena itu, dibutuhkannya brand identity yang dapat menarik minat dan kesadaran konsumen dan calon konsumen akan Macnfish. Tujuan dari perancangan ini adalah membuat brand identity baru dan buku GSM (Graphic Standard Manual) yang berguna sebagai panduan dalam mengaplikasikan logo dan elemen visual lainnya untuk menjaga konsistensi brand. Penelitian menggunakan metode kualitatif, untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dan data-data tersebut akan diolah menggunakan metode analisis SWOT, dan creative brief. Selain itu juga dirancang media promosi sosial media berupa feeds Instagram dan packaging yang berguna untuk melindungi produk dan juga sebagai media promosi secara tidak langsung. Akibat dari pandemi yang terjadi di Indonesia, industri makanan dan minuman juga semakin berkembang di Indonesia untuk menambah pendapatan. Perkembangan ini juga berarti semakin meningkatnya persaingan antar produk yang satu dengan yang lain. Macnfish merupakan salah satu industri makanan minuman yang menjual produk makanan Eropa yang cukup unik, tetapi perusahaan ini masih kurang dikenali oleh masyarakat kota Surabaya karena kurangnya identitas visual yang kuat dan promosi yang dilakukan.

Kata kunci: *Rebranding, Logo, UMKM, Kelurahan Klampis Ngasem***LATAR BELAKANG**

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu program yang ada di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur sebagai salah satu implementasi kegiatan pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat. Hal ini meliputi dalam membantu dan membimbing masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya lokal serta potensi yang ada dalam wilayah tersebut. Program ini dilaksanakan dengan melaksanakan riset serta rancangan program kerja untuk pengabdian kepada masyarakat wilayah tersebut, yang disusun oleh dosen serta para mahasiswa guna mencapai tujuan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Program termasuk Kuliah Kerja Nyata-Tematik MBKM (KKN-T MBKM) yang merupakan kegiatan KKN selama 3 bulan dengan skema yang telah ditentukan.

Program KKN sendiri dibagi menjadi beberapa skema, salah satunya yaitu skema kewirausahaan. Pada KKN dengan fokus skema kewirausahaan menjadi salah satu wujud nyata kepedulian Perguruan Tinggi atas tujuan ingin turut mengatasi permasalahan dari UMKM, serta pembinaan potensi sumber daya lokal yang ada dalam wilayah tersebut. Program KKN harus memenuhi yaitu dapat dilaksanakan (*feasible*), diterima (*acceptable*), berkesinambungan (*sustainable*), dan partisipatif (*participatory*). Dalam hal inisiatifnya perlu menentukan langkah yang benar dalam merancang program kerja yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat wilayah tersebut.

Hal ini juga tengah menjadi tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM RW 09 di Kelurahan Klampis Ngasem. Dalam hal ini maka dilakukan dan dirancang program kerja untuk melakukan rebranding logo guna meningkatkan daya tarik dalam pemasaran UMKM.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ReBranding pada UMKM Berbasis Food and Beverage di RW 09 Kelurahan Klampis Ngasem dilaksanakan di rumah – rumah warga Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Penyuluhan ini diadakan karena kami menemukan beberapa masalah atau kendala yang dihadapi oleh UMKM di RW 09 Klampis Ngasem yaitu masih terbatasnya branding produk seperti logo UMKM, foto produk untuk katalog, serta promosi produk yang dilakukan baik melalui media online maupun offline, selama ini promosi yang dilakukan hanya melalui orang-orang yang mereka kenal saja.

Salah satu dari hambatan tersebut adalah branding logo yang kurang maksimal. Ditemukan beberapa UMKM RW 09 di Kelurahan Klampis Ngasem yang kurang lengkap dalam mencantumkan narahubung pemesanan, maupun deskripsi produk. Beberapa lainnya juga kurang gencar dalam melakukan promosi pada media sosial, dan kurang membangun branding produk mereka. Tentunya ini menjadi salah satu hambatan yang harus diperbaiki guna berjalannya pemasaran yang lebih baik dan optimal.

Metode pendekatan pelaksanaan kegiatan yang digunakan adalah dengan melakukan pendekatan kepada pelaku UMKM dengan cara observasi dan survey ke tempat UMKM secara door to door untuk mengetahui permasalahan dan potensi masing-masing UMKM di RW 09 Klampis Ngasem. Kemudian pelaksanaan kegiatan diberikan dalam bentuk menjelaskan kepada para pelaku UMKM mengenai pentingnya digital branding bagi perkembangan bisnis UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

F&B adalah bisnis yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan makanan maupun minuman. Usaha jenis ini tentu dapat sering kali di temui, mulai dari warteg, rumah makan sederhana, kafe, hingga restoran mewah. Hal tersebut membuktikan bahwa F&B dapat dirintis baik dengan modal besar maupun sedikit. Selain itu, F&B adalah bisnis yang tak pernah kehilangan pembeli karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok demi kelangsungan hidup. Terlebih, pengolahan bahan-bahan mentah menjadi masakan tentu memungkinkan untuk meraup banyak keuntungan. Terutama bila komponen yang digunakan merupakan hasil kebun atau peternakan sendiri.

UMKM Dapur 68

Usaha Dapur 68 ini dipegang dan dikelola oleh Ibu Edwin Irawati yang bergerak dalam bidang food and beverages yang berlokasi di Jalan Klampis Sacharosa no. 68. Dapur 68 termasuk didalam jenis usaha perseorangan, dimana Ibu Edwin mengelola dan menjalankan usahanya sendiri. Tersedia berbagai jenis produk, salah satunya yaitu kue sus, kue cucur, kroket kentang, kue bolu, dan sebagainya. Penjualan dilakukan oleh Ibu Edwin secara offline dengan mengikuti teras UMKM di kantor kecamatan dan memiliki beberapa pelanggan tetap, maupun online di media sosial instagram maupun WhatsApp.

Pada bulan Maret 2023, kelompok 76 telah melakukan kegiatan survey dan wawancara mengenai rebranding logo untuk para pelaku UMKM. Dalam hasilnya, UMKM Dapur 68 sebagai salah satu UMKM di RW 09 Kelurahan Klampis Ngasem telah memiliki logo dan stiker usaha sendiri untuk pemasaran produknya. Namun, ditemukan kekurangan yaitu pada bagian logo dan stiker tidak memiliki informasi yang lengkap mengenai narahubung dan deskripsi produk usaha. Hal ini tentunya juga dapat menjadi salah satu faktor kendala dari

UMKM Dapur 68. Karena branding juga merupakan hal yang penting terutama dalam pemasaran secara *online* di media sosial.

Setelah dilaksanakannya penyuluhan dan pendampingan digital branding, mahasiswa turut membantu mendampingi rebranding logo dari UMKM Dapur 68 atas persetujuan Ibu Edwin selaku pemilik Dapur 68. Kegiatan tersebut menjadi salah satu bentuk solusi dalam mengatasi kendala yang dihadapi oleh Ibu Edwin dalam melakukan pemasaran produknya. Logo UMKM Dapur 68 diperbarui untuk menambah kelengkapan informasi narahubung serta deskripsi produk. Selain itu, mahasiswa juga memberi edukasi kepada Ibu Edwin mengenai tata cara menggunakan aplikasi untuk melakukan proses pembuatan dan perbaikan logo.



Gambar 1. :Logo Dapur 68 sebelum dan sesudah rebranding

UMKM Pawon 35

Usaha Pawon 35 dipegang dan dikelola oleh Ibu Tita Adelia Yasmin yang bergerak dalam bidang *food and beverages* yang berlokasi di Jl. Klampis Sacharosa no.35. Pawon 35 termasuk didalam jenis usaha perseorangan, dimana Ibu Tita mengelola dan menjalankan usahanya sendiri. Tersedia berbagai jenis produk menu gorengan dan olahan daging ayam, seperti tahu bakso, pastel ayam, siomay kukus dan goreng, ote-ote, dan sebagainya. Selain itu, Pawon 35 memiliki produk andalan musim seperti hampers hari besar keagamaan seperti hari Natal dan Lebaran. Penjualan dilakukan oleh Ibu Tita secara offline dengan mengikuti teras UMKM di kantor kecamatan dan memiliki beberapa pelanggan tetap, maupun online di media sosial instagram maupun WhatsApp.

UMKM Pawon 35 menjadi salah satu UMKM yang disurvei serta diwawancarai oleh kelompok 76 mengenai rebranding logo. Hasil dari survey dan wawancara adalah UMKM Pawon 35 telah memiliki logo dan sticker yang memuat informasi narahubung serta deskripsi yang lengkap untuk pemasarannya. Branding yang dimuat oleh Pawon 35 juga maksimal, karena telah memiliki katalog untuk produknya. Maka dengan demikian, mahasiswa melakukan pendampingan terhadap Pawon 35 dengan membantu dalam pembuatan stiker produk UMKM saja.



Gambar 2. Branding Logo Pawon 35

UMKM Capriesto

Capriesto dikelola dan dijalankan oleh Bapak Setyawanto dan istrinya. Capriesto sendiri telah berdiri sejak tahun 2015 dan beralamatkan di Jl. Klampis Sacharosa No. 22, Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo. UMKM ini bergerak di bidang *food and beverage*. Capriesto merupakan UMKM yang menerima catering seperti masakan rumahan, aneka kue, masakan tradisional serta masakan *chinese*. Produk unggulan dari Capriesto yakni dadar jagung.

Pada bulan Maret 2023 kelompok KKN-T 76 melakukan survey dan wawancara terhadap para pelaku UMKM yang salah satunya yakni Capriesto. Kelompok KKN-T 76 melakukan survey terkait rebranding logo usaha. Capriesto sendiri telah memiliki logo sejak awal berdirinya usaha ini. Logo tersebut identik dengan huruf “C” yang merupakan inisial dari Capriesto itu sendiri. Selain itu logo Capriesto cenderung kurang berwarna.

Berdasarkan hasil survey, kelompok KKN-T 76 menyimpulkan bahwa logo usaha Capriesto terbilang kurang menarik. Selain itu, didalam logo tidak tercantum informasi mengenai usaha tersebut. Berdasarkan hal diatas, kelompok KKN-T 76 melakukan rebranding logo terhadap UMKM Capriesto dengan mendesain ulang logo dengan elemen yang lebih menarik serta menambahkan informasi terkait Capriesto. Meskipun begitu, kelompok KKN-T 76 tidak akan menghilangkan ciri khas dari huruf “C” dari logo Capriesto yang sebelumnya. Informasi dalam logo tersebut berupa alamat, nomor Whatsapp, dan Instagram Capriesto. Hal ini berguna agar pelanggan Capriesto dapat lebih mudah menghubungi Capriesto baik secara *offline* maupun *online*.



Gambar 3. Rebranding Logo Capriesto

UMKM Gracia's Bakery

UMKM Gracia's Bakery dikelola seorang diri oleh Ibu Evelina yang juga merupakan seorang Ibu Rumah tangga sejak tahun 2019. Lokasi UMKM ini berada di Jl. Klampis Sacharosa No. 58 Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo. Usaha ini bergerak dibidang *food and beverage* lebih tepatnya di dunia kue kering dan kue basah. Produk dari Gracia's Bakery antara lain seperti kue putri salju, klappertart, kastengel, brownis, kue coklat, risoles, kue lumpur, kue sus vla, kue sus rougut, dan lain-lain. Produk terfavorit dari Gracia's Bakery yakni klappertart dan kue kering lainnya.

Gracia's Bakery sendiri memiliki logo yang telah digunakan sejak 2019 yang dimana bersamaan dengan berdirinya usaha tersebut. Pada bulan April 2023 kelompok KKN-T 76 melakukan survey terhadap pelaku UMKM dalam hal pembuatan maupun rebranding logo. Logo dari Gracia's Bakery sendiri identik dengan warna merah dan putih. Logo dapat dikatakan menarik dikarenakan sangat minimalis. Selain minimalis, logo Gracia's Bakery juga terdapat informasi seperti nama Instagram dan nomor Whatsapp Ibu Evelina.

Menurut Ibu Evelina, logo yang telah beliau gunakan sudah tepat. Namun setelah pembuatan Whatsapp bisnis, beliau merasa nomor telepon Whatsapp bisnis harus tertera pada logo tersebut. Oleh karena itu, kelompok KKN-T 76 melakukan sedikit penyuntingan kepada

logo Gracia's Bakery dengan menambahkan nomor Whatsapp bisnis agar pelaku UMKM lebih mudah untuk mengelola usahanya.



Gambar 4. Rebranding Logo Gracia S

UMKM Olahan Bunda Hamiz

UMKM Olahan Bunda Hamiz merupakan salah satu UMKM yang didampingi oleh kelompok KKN-T 76. Olahan Bunda Hamiz dikelola dan dijalankan oleh Ibu Maharani Dyah Pawestari. Dalam menjalankan usahanya Ibu Maharani dibantu oleh anaknya sendiri. UMKM ini bertempat di Jl. Klampis Sacharosa No. 33, Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo. Berbagai produk yang ditawarkan oleh Olahan Bunda Hamiz yakni seperti catering aneka kue, masakan rumahan, hingga aneka minuman. Tidak hanya berpaku pada produk diatas, Olahan Bunda Hamiz juga menerima permintaan produk lain dari pelanggannya.

Pada bulan April 2023, kelompok KKN-T melakukan survey dan wawancara kepada beberapa UMKM yang salah satunya adalah UMKM Olahan Bunda Hamiz. Berdasarkan hasil survey tersebut kelompok KKN-T 76 mendapati bahwa Olahan Bunda Hamiz pada dasarnya telah memiliki logo yang menarik. Logo dari Olahan Bunda Hamiz sendiri identic dengan warna ungu dan merah muda yang dimana merupakan warna ceria. Selain itu UMKM ini juga memiliki elemen koki yang menggambarkan sebagai usaha yang menekuni bidang *food and beverage*. Namun terdapat poin penting yang belum tertera dalam logo usaha beliau.

Kelompok KKN-T 76 menyimpulkan bahwa logo usaha dari UMKM Olahan Bunda Hamiz harus di rebranding. Logo usaha dari UMKM ini terbilang kurang informatif sehingga kelompok KKN-T 76 menambahkan informasi yakni alamat, media sosial seperti Instagram, dan nomor telepon Whatsapp bisnis pelaku UMKM. Tidak hanya itu, kelompok KKN-T 76 juga melakukan rebranding pada elemen maskot yang sebelumnya koki menjadi dua karakter yang memakai topi koki.



Gambar 5. Rebranding logo Olahan Bunda Hamiz

KESIMPULAN

Branding merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan ketika menjalani sebuah usaha. Dalam hal ini, logo usaha merupakan salah satu hal yang termasuk dalam branding. Logo usaha dapat dikatakan sebagai elemen penting dalam sebuah usaha yakni UMKM. UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo memiliki kekurangan dalam hal branding logo usaha. Oleh karena itu, kelompok KKN-T 76 MBKM UPN “Veteran” Jawa Timur melakukan rebranding logo serta pembuatan logo usaha. UMKM yang menjadi mitra dari kelompok KKN-T 76 yakni UMKM Dapoer 68, Pawon 35, Capriesto, Gracia’s Bakery, Olahan Bunda Hamiz, dan Raga Ojek. Sebagian besar UMKM tersebut memiliki kekurangan dalam informasi didalam logo usaha. Selain itu, sebagian kecil UMKM belum memiliki logo usaha. Penulis dapat menyimpulkan bahwa kelompok KKN-T 76 mendapatkan respon dan testimoni yang memuaskan dari para pelaku UMKM terkait hasil pembuatan dan rebranding logo.

Referensi

- Awali, H. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah Dampak Covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1-14.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1), 32–36.
- Manesah, D., & Desipriani, D. (2022). Pelatihan Fotografi Produk Dengan Menggunakan Mini Box Studio Pada Ukm Walidayna. *JURNAL BESEMAH: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 49-56.
- Lie, D., Siregar, R. T., Efendi, E., Inrawan, A., & Halim, F. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Alternatif Pemasaran 4.0 Bagi Pelaku UKM Ulos Di Kota Pematangsiantar. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/12/23/fnb-adalah>
- <https://sainsbertek.machung.ac.id/index.php/sbtek/article/download/130/79/420>
- <https://sainsbertek.machung.ac.id/index.php/sbtek/article/download/136/83/436>
- <https://www.studocu.com/vn/document/truong-dai-hoc-kinh-te-ky-thuat-cong-nghiep/kinh-doanh-quoc-te/136-article-text-436-1-10-20210909/33605440>