

PENDAMPINGAN *REBRANDING* UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PADA UMKM NYEMIL YUK KELURAHAN NGINDEN JANGKUNGAN

Angelique Lady Yulietta¹, Angie Arni Giovani Sianturi², Mochamad Putra Kurniawan³
Roziana Febrianita⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
email: 20044010028@student.upnjatim.ac.id

Abstrak: *Rebranding* merupakan strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan nilai jual produk di pasar yang semakin kompetitif. Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana *rebranding* dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu produk dan menghasilkan peningkatan nilai jual. Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode survei dan wawancara. Untuk metode pelaksanaannya dilaksanakan dengan *door to door* pada UMKM Nyemil Yuk. Hasil tinjauan untuk permasalahan ini menunjukkan bahwa *rebranding* dapat membantu usaha dalam mengubah citra merek dan mencapai posisi yang lebih kuat di pasar. Dalam proses *rebranding* pada UMKM Nyemil Yuk melibatkan logo, foto produk, media sosial Instagram, dan titik gmaps. Selain itu, *rebranding* juga dapat menciptakan nilai tambah dengan memperkenalkan inovasi produk, menggali segmen pasar baru, dan mengadaptasi tren yang sedang berkembang. Penggunaan strategi komunikasi yang tepat dalam proses *rebranding* juga sangat penting untuk menyampaikan pesan yang jelas dan efektif kepada pelanggan. Dalam kesimpulannya, *rebranding* dapat menjadi strategi yang kuat untuk meningkatkan nilai jual produk pada usaha Nyemil Yuk. Dengan *rebranding* pada Nyemil Yuk diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk terhadap konsumen dan mencapai hasil yang optimal.

Kata Kunci: *Rebranding*; UMKM Nyemil Yuk; Nilai Jual; Nginden Jangkungan.

Abstract: *Rebranding is an effective business strategy to increase product selling value in an increasingly competitive market. This community service aims to analyze how rebranding can affect customer perceptions of a product and result in increased selling value. This community service uses survey and interview methods. For the implementation method, it was carried out by door to door at Nyemil Yuk MSMEs. The results of the review for this problem show that rebranding can help businesses change their brand image and achieve a stronger position in the market. The rebranding process at Nyemil Yuk MSMEs involves logos, product photos, Instagram social media, and gmaps points. In addition, rebranding can also create added value by introducing product innovations, exploring new market segments, and adapting to emerging trends. The use of the right communication strategy in the rebranding process is also very important to convey a clear and effective message to customers. In conclusion, rebranding can be a strong strategy to increase the selling value of products in the Nyemil Yuk business. By rebranding Nyemil Yuk, it is expected to increase the attractiveness of the product to consumers and achieve optimal results.*

Keywords: *Rebranding; Nyemil Yuk MSMEs; Selling Value; Nginden Jangkungan.*

How to Cite: : Yulietta, et.al.2023. Pendampingan *Rebranding* untuk Meningkatkan Nilai Jual pada UMKM Nyemil Yuk Kelurahan Nginden Jangkungan. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 275-281, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.607>

Pendahuluan

Dalam era yang kompetitif ini, *branding* seringkali menjadi topik pembicaraan di perusahaan besar. Masih sedikit UMKM yang melakukan *branding* terhadap produknya karena mereka hanya berfokus pada produk dan hasil penjualan sehingga para pelaku UMKM cenderung mengabaikan pentingnya citra merek. Branding membantu UMKM mendapatkan

identitas usaha yang mereka miliki dan terciptanya hubungan yang lebih baik dengan target pelanggan mereka. Untuk mempertahankan citra merek, sebuah merek harus berevolusi (Kaikati, et al 2003). Mengelola merek untuk jangka panjang diperlukan *rebranding*. *Rebranding* produk telah menjadi strategi yang penting bagi perusahaan untuk meningkatkan nilai jual dan daya saing mereka di pasar.

Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi pentingnya *rebranding* dalam meningkatkan nilai jual produk dan bagaimana dapat memanfaatkannya secara efektif. *Rebranding* adalah langkah yang serius bagi perusahaan, karena melibatkan perubahan signifikan dalam elemen-elemen inti produk seperti desain logo, kemasan, pesan promosi, dan bahkan slogan. Tujuan utama dari *rebranding* adalah untuk menciptakan persepsi yang baru dan lebih positif di mata konsumen, sehingga menciptakan keinginan dan minat yang lebih besar untuk membeli produk tersebut. Salah satu manfaat utama dari *rebranding* adalah meningkatnya nilai jual produk. Dengan mengubah citra dan identitas sebuah produk, perusahaan dapat mengubah persepsi konsumen tentang nilai dan kualitas produk tersebut. Misalnya, jika sebuah merek sebelumnya dikenal dengan produk yang kurang berkualitas, melalui *rebranding* yang tepat, perusahaan dapat mengubah persepsi konsumen dan menciptakan asosiasi yang positif dengan merek tersebut. Hal ini dapat menghasilkan peningkatan harga jual, keuntungan yang lebih besar, dan daya saing yang lebih tinggi di pasar. Selain meningkatkan nilai jual, *rebranding* juga dapat membantu perusahaan menjangkau segmen pasar baru. Dengan mengubah citra dan pesan promosi, perusahaan dapat menarik minat konsumen yang sebelumnya tidak tertarik pada produk mereka.

Rebranding merupakan salah satu cara untuk memperluas pasar produk UMKM Nyemil Yuk, Kelurahan Nginden Jangkungan. Memberikan pengetahuan kepada pemilik UMKM Nyemil Yuk tentang pentingnya *branding*, pemahaman logo dan merek melalui pendampingan *rebranding* untuk meluruskan dan memperkuat *brand* mereka. Tujuan akhir dari *rebranding* ini adalah memperkuat produk UMKM Nyemil Yuk Kelurahan Nginden Jangkungan menjadi produk yang melekat di benak konsumen. Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam proses *rebranding*, serta strategi-strategi yang dapat digunakan.

Metode

Kegiatan pendampingan *rebranding* ini diadakan dalam rangka Kuliah Kerja Nyata Tematik MBKM oleh mahasiswa Kelompok 78 Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang dilaksanakan pada UMKM Nyemil Yuk Kelurahan Nginden Jangkungan, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya pada tanggal 30 Mei 2023 dengan *rebranding* mengenai logo, akun media sosial produk usaha, foto produk, dan titik gmaps untuk usaha Nyemil Yuk.



Gambar 1. Peta Lokasi Rumah UMKM Nyemil Yuk

Sasaran atau mitra dari kegiatan tersebut yaitu salah satu pihak UMKM di Kelurahan Nginden Jangkungan yang sudah kami observasi dan akhirnya dipilih untuk dilakukan pendampingan *rebranding* untuk UMKM Nyemil Yuk. Pendampingan ini diadakan karena kami menemukan beberapa masalah seperti logo, foto produk UMKM yang kurang menarik, pemasaran dalam *online* yaitu media sosial khususnya instagram, dan titik gmaps yang tidak sesuai dengan usaha UMKM Nyemil Yuk.

Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan menggunakan survei dan wawancara kepada UMKM Nyemil Yuk. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri pendampingan UMKM yang dilakukan secara *door to door* pada usaha UMKM Nyemil Yuk.

Langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan tersebut dilaksanakan dengan melaksanakan koordinasi bersama mitra terkait kesepakatan untuk pelaksanaan kegiatan serta lokasi dan waktu untuk pelaksanaan kegiatan, sehingga dapat dilakukan dengan maksimal dan tepat sasaran. Setelah itu, dari kami mendatangi rumah UMKM Nyemil Yuk sesuai dengan kesepakatan pemilik UMKM tersebut untuk di *rebranding* logo, foto produk, pembaharuan akun media sosial, dan pembuatan titik gmaps.

Hasil dan Pembahasan

Usaha Nyemil Yuk merupakan pemilik dari Ibu Esti yang sudah membuka usaha dari tahun 2020 hingga sekarang dan sudah melewati banyak proses dari permasalahan produksi maupun permasalahan dalam bidang promosi. Produk UMKM Ibu Esti yaitu makanan yang salah satu produknya yaitu makanan Sosis Solo dan minuman herbal yaitu Beras Kencur dan Kunyit Asam. Dari hasil kedatangan mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur kelompok KKN-T 78 yang sedang melaksanakan KKN-T MBKM 2023 di daerah tersebut berhasil membantu usaha Nyemil Yuk dalam pendampingan *rebranding* logo, foto produk, pembaharuan dalam media sosial Instagram, dan pembaharuan dalam titik gmaps untuk keperluan usaha.

Hasil dalam kegiatan ini memberikan contoh peluang usaha untuk meningkatkan nilai jual dari usaha UMKM Nyemil Yuk melalui *rebranding*. Hal tersebut dimaksudkan sebagai strategi dari pemasaran dengan menciptakan suatu *brand* lalu mengubahnya untuk meningkatkan citra usaha UMKM tersebut, karena dapat menjadi salah satu usaha untuk menonjolkan *brand* tersebut dibandingkan kompetitor lain.

Berikut merupakan hasil yang dicapai melalui adanya kegiatan pendampingan *door to door* ke UMKM Nyemil Yuk :

1. Survei dan wawancara terkait permasalahan ke pemilik UMKM Nyemil Yuk dilaksanakan pada 25 Mei 2023 untuk memberitahukan permasalahan yang dialami.
2. Kelompok KKN 78 mengusung konsep untuk permasalahan yang dialami oleh pemilik UMKM Nyemil Yuk pada 29 Mei 2023.
3. Pelaksanaan pendampingan oleh kelompok 78 secara *door to door* pada usaha Nyemil Yuk tanggal 30 Mei 2023 dengan *rebranding* mengenai logo, foto produk, pembaharuan media sosial yaitu Instagram, dan pembaharuan titik gmaps untuk usaha Nyemil Yuk.

Dari hasil yang dicapai tersebut akan menemukan solusi dan luaran yang dicapai. Berikut ini hasil luaran yang dicapai dari pendampingan *door to door* ke UMKM Nyemil Yuk untuk *rebranding* logo, foto produk, pembaharuan akun media sosial Instagram, dan pembaharuan titik gmaps sebagai berikut :

- a. Untuk meningkatkan ciri khas dan lebih dikenal bagi calon konsumennya terhadap produk Nyemil Yuk melalui logo, maka kami mendesain ulang logo sebagai berikut :

Sebelum



Gambar 2. Logo Sebelum Diperbarui

Sesudah



Gambar 3. Logo Sesudah Diperbarui

- b. Pendampingan mengenai foto produk yaitu bagaimana cara menarik ketertarikan konsumen dari penyajian visual gambar dengan pengambilan gambar yang tepat, cahaya, dan *editing*. Lalu hasil produk tersebut di unggah ke *feeds* instagram UMKM Nyemil Yuk. Berikut hasil dari foto produk sebelum dan sesudah kami buat :

Sebelum



Gambar 4. Foto Produk Sebelum Diperbarui

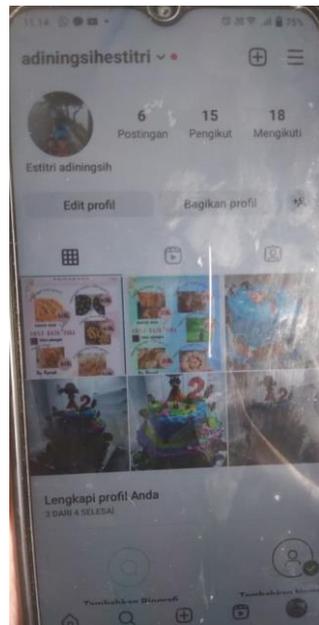
Sesudah



Gambar 5. Foto Produk Sesudah Diperbarui

- c. *Rebranding* dalam usaha Nyemil Yuk juga dilakukan pada pembaharuan media sosial melalui perbaikan Bio Instagram dan *Feeds* Instagram. Bio Instagram untuk tingkatkan *brand awareness* dan *feeds* Instagram untuk promosi agar dijangkau dan memiliki pengguna yang banyak dari berbagai kalangan. Berikut merupakan Bio Instagram dan *Feeds* Instagram sebelum dan sesudah *rebranding* :

Sebelum



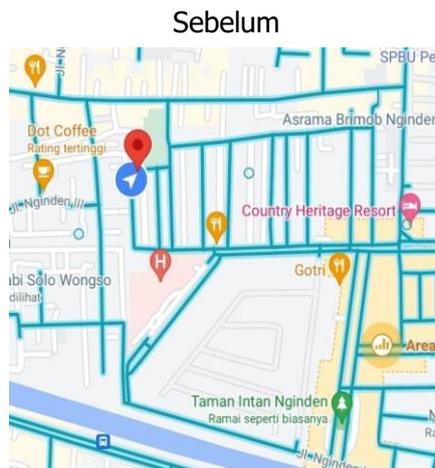
Gambar 6. Bio dan *Feeds* Sebelum Diperbarui

Sesudah



Gambar 7. Bio dan *Feeds* Sesudah Diperbarui

- d. Pembaharuan titik gmaps dimaksudkan untuk mengetahui lebih jelas titik lokasi usaha Nyemil Yuk jika ada yang ingin membeli produk usaha tersebut. Berikut ini hasil *rebranding* sebelum dan sesudah pembaharuan titik gmaps :



Gambar 8. Titik Gmaps Sebelum Diperbarui



Gambar 9. Titik Gmaps Sesudah Diperbarui

Kesimpulan

Usaha UMKM Nyemil Yuk merupakan salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Nginden Jangkungan, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Kelompok KKN Tematik MBKM 78 memilih salah satu UMKM yang ada di Kelurahan Nginden Jangkungan untuk didampingi. Kegiatan pendampingan *rebranding* UMKM merupakan bentuk pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh kelompok 78 yang bertugas di Kelurahan Nginden Jangkungan. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan kelompok 78 yaitu mampu membantu mengembangkan UMKM Nyemil Yuk melalui *rebranding*. Hal tersebut dibuktikan dengan pembaharuan logo untuk keseluruhan produk UMKM Nyemil Yuk, foto produk agar menarik konsumen, pembaharuan instagram untuk meningkatkan *brand awareness*, dan pembaharuan titik gmaps agar sesuai dengan alamat usaha Nyemil Yuk.

Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada UPN "Veteran" Jawa Timur, Dosen Pembimbing Lapangan kelompok 78, *Person In Charge* (PIC) kelompok 78, Seluruh perangkat Kelurahan Nginden Jangkungan, Para pelaku UMKM Nginden Jangkungan, dan teman – teman kelompok 78 yang sudah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Referensi

- Kaikati, J. G., & Kaikati, A. M. (2003). A rose by any other name: Rebranding campaigns that work. *Journal of Business Strategy*, 24(6), 17–23.
- Laily, N., Rihardjo, I. B., Prijati, P., Kurnia, K., & Sidharta, Y. (2022). Sosialisasi Strategi Rebranding Pada Umkm Produk Kreatif Di Kabupaten Gresik. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(4), 521.
- Mahanani, A. P., Noerrochamah, I., & El Ayubbi, S. (2020). *Peningkatan Kapasitas Pelaku Mikro*

Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Desa Anggrawati melalui Kegiatan Pendampingan (Capacity Enhancement of Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Anggrawati Village through Mentoring Activities). 2(3), 488–492.

Nabilah Nur Amalina , Sulis Andriani , Adinda Meriayusti , Erlita Widiya Putri , Lingga Gusti Kusuma , Tamara Lisna , Tetin Wulandari, S. A. (2022). *PENDAMPINGAN REBRANDING PADA USAHA JAVA KOKEDAMA SOERABAJA KELURAHAN DUKUH PAKIS. 01(02), 67–73.*

Safira, I. A., Hasan, M. N., Ramadhani, A. A., Arroziqi, L. A., Wikartika, I., & Husein, M. A. (2022). *Pendampingan Dan Pengembangan UMKM Di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar Melalui Re-Branding Dan Integrated Marketing Communication (IMC). Literasi: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 2(2), 1154–1162.*