

Rebranding Logo sebagai Upaya Peningkatan Value Added pada UMKM Menyenk Cafe

Hendry Hermawan

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Ratih Mukti Azhar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Korespondensi penulis: 21012010229@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: November 25, 2023

Accepted: Desember 29, 2023

Published: Januari 31, 2024

Keywords: Rebranding logo, MSME, Value Added.

Abstract. *This journal examines the benefits of logo rebranding as an effort to increase value added in MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises). In the case of this journal, it focuses on Menyenk Cafe MSMEs located in the Tenggilis Mejoyo Village area, namely MSMEs in the field of food and beverages whose sales have decreased and the lack of attractiveness of buyers. In this case we use a community service approach between us as researchers and the owner of Menyenk Cafe in Bina Desa activities with the theme of entrepreneurship and we go directly to MSMEs in the place where we conduct Bina Desa in Tenggilis Mejoyo Village. In rebranding the logo is adjusted to the identity and needs to increase value added to Menyenk Cafe MSMEs that experience sales and attractiveness constraints. So that this logo rebranding effort is expected to be successful in increasing sales and attracting buyers.*

Abstrak.

Jurnal ini meneliti tentang manfaat rebranding logo sebagai upaya peningkatan value added pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Pada kasus jurnal ini terfokus pada UMKM Menyenk Cafe yang terletak di wilayah Kelurahan Tenggilis Mejoyo, yaitu UMKM di bidang makanan dan minuman yang penjualannya menurun serta kurangnya daya tarik pembeli. Dalam hal ini kami menggunakan pendekatan pengabdian masyarakat antara kami sebagai peneliti dan pemilik Menyenk Cafe dalam kegiatan Bina Desa yang bertemakan kewirausahaan dan kami terjun langsung kepada UMKM yang ada di tempat kami melakukan Bina Desa di Kelurahan Tenggilis Mejoyo. Dalam melakukan rebranding logo disesuaikan dengan identitas dan kebutuhan guna meningkatkan value added pada UMKM Menyenk Cafe yang mengalami kendala penjualan serta daya tarik. Sehingga upaya rebranding logo ini diharapkan berhasil untuk meningkatkan penjualan serta daya tarik pembeli.

Kata kunci: Rebranding logo, UMKM, Value Added.

LATAR BELAKANG

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi, usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman ialah salah satu bisnis yang termasuk UMKM. Merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran yang cukup besar dalam pertumbuhan perekonomian nasional (Irawan & Affan, 2020). Tidak hanya berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi Indonesia, tetapi juga berperan sebagai motor penggerak diseminasi capaian pembangunan di seluruh wilayah Indonesia (Rico Elhando Badri et al., 2022). Pemberdayaan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi angka pengangguran (Pudjoprastyono et al., 2023). Oleh karena itu pemerintah melalui instansi terkait perlu melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap UMKM (Khairani & Pratiwi, 2018). Dalam berjalannya tak jarang juga menghadapi tantangan dalam berjalannya usaha tersebut, penjualan serta daya tarik pembeli adalah salah satu tantangan yang dihadapi oleh pelaku. Upaya yang dapat dilakukan dalam peningkatan nilai jual produk salah satunya melalui kegiatan branding (Dita et al., n.d.). Dari aspek pemasaran, kemasan merupakan media yang paling tepat sebagai ujung tombak pencitraan (branding) dan aktivitas pemasaran (marketing) (Widyamurti, 2021). Para UMKM dapat memanfaatkan berkembangnya teknologi untuk media promosi sampai penjualan bisnis mereka. Promosi melalui kemasan umumnya dituangkan pada desain grafis kemasannya (Kusumah et al., 2021)

Pada UMKM yang kami bantu yaitu Menyenk Cafe yang mengalami kendala dalam penjualan serta daya tarik pembeli. Hal itu disebabkan oleh tidak adanya logo menarik yang dimiliki Menyenk Cafe yang membuat daya tarik pembeli kurang sehingga menyebabkan penjualannya juga berkurang. Maka dari itu disini kami membantu Menyenk Cafe ini agar dapat keluar dari tantangan yang dihadapi tersebut dan juga dapat berkembang penjualannya dengan cara Rebranding Logo agar dapat memiliki daya tarik pembeli sehingga penjualannya meningkat.

Penelitian ini bertujuan pada pengabdian masyarakat yang dilakukan pada Menyenk Cafe, sebuah UMKM yang terletak di Kelurahan Tenggilis Mejoyo. Menyenk Cafe termasuk salah satu UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman yang saat ini menghadapi tantangan dalam penjualan serta daya pengunjung.

KAJIAN TEORITIS

Pada saat ini sudah banyak cara rebranding produk, salah satunya yakni pembuatan logo baru pada usaha. Tujuan dari kajian Pustaka yang dicantumkan dalam artikel ini adalah untuk memberikan Batasan-batasan yang akan digunakan selanjutnya. Referensi yang digunakan adalah sebagai berikut.

“Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun” (Fauzi et al., 2022). Dalam referensi ini memberikan arahan bahwa pentingnya sebuah UMKM juga menggunakan logo sebagai identitas usahanya. Sehingga value usaha juga akan meningkat dengan baik dari segi branding.

“Training Makes A Business Logo Using The Canva Application For Enterprise Students” (Santi & Mubaraq, 2020). Referensi ini memberikan acuan dalam artikel. Dalam pembuatan logo, banyak aplikasi yang dapat digunakan, salah satunya yakni aplikasi canva. Dalam referensi ini menuliskan bahwa penulis membuat logo menggunakan aplikasi canva, dan dijadikan acuan karena penulis juga menggunakan aplikasi canva untuk pembuatan logo Menyenk Café.

METODE PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini kami lakukan dalam kegiatan Bina Desa UPN ‘Veteran’ Jawa Timur 2023 yang berlokasi di wilayah Kelurahan Tenggilis Mejoyo. Dilakukan di UMKM Menyenk Cafe dengan tujuan menjelaskan rebranding logo sebagai upaya peningkatan value added. Melalui analisis kualitatif yang melibatkan pengumpulan data dari wawancara, observasi, dan umpan balik. Beberapa metode yang kami lakukan hingga kami bisa sampai pendekatan ke UMKM Menyenk Cafe, berikut beberapa tahapan yang kami lakukan.

1. Pertemuan dengan pelaku UMKM melalui acara program UMKM

Pertama kami melakukan kegiatan pelatihan program UMKM tentang positioning branding yang mengundang pelaku UMKM, dimana itu juga sebagai program kerja kami dalam kegiatan Bina Desa kegiatan tersebut diadakan di Pendopo Kelurahan Tenggilis Mejoyo dengan mengundang pelaku UMKM yang berasal dari RW 03 dan 06 di wilayah Tenggilis Mejoyo. Setelah acara kami mengadakan sesi tanya jawab bagi para pelaku UMKM untuk mempertanyakan permasalahan yang dihadapinya, lalu kami akan memberikan pendampingan dan bantuan bagi hingga permasalahan tersebut memiliki jalan keluar. Pada tahap inilah kami bertemu dengan Bapak Ilyas selaku pemilik Menyenk Cafe.

2. Wawancara Pemilik Menyenk Cafe

Selanjutnya kami melakukan wawancara dengan Bapak Ilyas selaku pemilik UMKM Menyenk Cafe untuk mendapatkan informasi mengenai masalah yang dihadapi oleh UMKM beliau.

3. Observasi Permasalahan

Dari situ kami mendapat informasi bahwa Menyenk Cafe memiliki permasalahan dalam penjualannya yang menurun serta kurangnya daya tarik pembeli. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya logo sebagai identitas pada UMKM Menyenk Cafe yang menyebabkan kurang daya tarik minat pelanggan.

4. Kegiatan Pelatihan Rebranding

Pada akhirnya setelah kami mendapat informasi tersebut kami memutuskan untuk melakukan Rebranding pada UMKM Menyenk Cafe. Kami memutuskan melakukan Rebranding logo agar Menyenk Cafe memiliki penyegaran atau citra yang baru sehingga akan nantinya diharapkan akan menambah daya tarik pembeli sehingga juga dapat meningkatkan penjualan. Dalam hal tersebut kami melakukan Rebranding Logo baru yang sebelumnya belum memiliki logo, lalu kami juga membuatkan banner serta stiker pada kemasan makanan.

Melalui metode tersebut kami memiliki pendekatan personal dengan Bapak Ilyas selaku pemilik UMKM Menyenk Cafe, sehingga dapat melakukan Rebranding yang nantinya diharapkan dapat membantu Menyenk Cafe dalam memiliki daya tarik serta peningkatan penjualan.



Gambar. 1 Pelatihan Program UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari jurnal ini menunjukkan bahwa rebranding logo pada Menyenk Cafe berhasil meningkatkan value added dalam beberapa aspek, antara lain:

1. Peningkatan daya tarik visual: Logo yang baru memberikan kesan yang lebih segar, modern, dan relevan dengan target pasar Menyenk Cafe.
2. Peningkatan citra merek: Rebranding logo membantu memperbarui citra merek Menyenk Cafe dan memberikan kesan bahwa kafe ini selalu berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan tren.
3. Peningkatan daya saing: Dengan rebranding logo, Menyenk Cafe dapat membedakan dirinya dari pesaing dan menarik perhatian calon pelanggan baru.

Rebranding logo pada UMKM Menyenk Cafe ini merupakan salah satu program kerja dijalankan pada kegiatan Bina Desa UPN ‘Veteran’ Jawa Timur 2023 di Kelurahan Tenggilis Mejoyo. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 23 September sampai 3 November 2023 di UMKM Menyenk Cafe yang terletak di wilayah RW 06 Kelurahan Tenggilis Mejoyo.

UMKM Menyenk Cafe milik Bapak Ilyas ini berdiri sejak tahun 2018, UMKM ini berjualan makanan dan minuman yang beraneka ragam mulai dari berbagai macam menu nasi dan juga es aneka rasa. Namun ayam geprek dan juga es aneka rasa yang menjadi menu andalan di UMKM ini. Setelah kami melakukan pelatihan program UMKM Positioning Branding lalu kami bertemu Bapak Ilyas selaku pemilik UMKM ini, kami melakukan observasi dan juga wawancara untuk mengumpulkan berbagai informasi hingga akhirnya memutuskan untuk melakukan Rebranding logo yang sesuai dengan identitas dan kebutuhan guna meningkatkan value added pada UMKM Menyenk Cafe yang mengalami kendala penjualan serta daya tarik. Sehingga upaya rebranding logo ini diharapkan berhasil untuk meningkatkan penjualan serta daya tarik pembeli.



Gambar. 2 Pelatihan Program UMKM

Pertama kami melakukan pelatihan program UMKM dengan tema Positioning Branding, dimana kegiatan itu kami jalankan sebagai program kerja Bina Desa yang diadakan di pendopo Kantor Kelurahan Tenggilis Mejoyo. Dalam acara tersebut di sesi terakhir kami mengadakan sesi tanya jawab bagi para pelaku UMKM yang mungkin memiliki kendala atau masalah yang dihadapi dalam menjalankan bisnis mereka, yang nantinya akan kami gunakan sebagai lanjutan program kerja Bina Desa kami dan juga sebagai kegiatan pengabdian masyarakat kami terhadap pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Tenggilis Mejoyo. Dari sesi tanya tersebut kami mendapati beberapa UMKM yang ingin diberi bantuan oleh kami dalam menghadapi kendala mereka, salah satu nya yaitu Bapak Ilyas pemilik dari UMKM Menyenk Cafe. Untuk lebih mendalami permasalahan yang dihadapi oleh Menyenk Cafe kami mengadakan pertemuan bersama dengan Bapak Ilyas untuk mendapatkan informasi mengenai masalah yang dihadapi oleh UMKM beliau.



Gambar. 3 Wawancara Bapak Ilyas Pemilik Menyenk Cafe

Setelah melakukan wawancara dengan Bapak Ilyas kami observasi dan mendapatkan titik temu permasalahan yang dihadapi oleh Menyenk Cafe, dimana UMKM tersebut memiliki permasalahan dalam penjualannya yang menurun serta kurangnya daya tarik pembeli. Hal itu disebabkan oleh tidak adanya logo yang dimiliki Menyenk Cafe sehingga tidak ada identitas UMKM Menyenk Cafe yang dapat dikenali oleh pembeli yang pada akhirnya membuat kurangnya daya tarik pembeli dan minat pembeli untuk datang membeli jualan UMKM Menyenk Cafe.

Pada akhirnya untuk mengatasi permasalahan tersebut kami memutuskan untuk melakukan Rebranding logo agar Menyenk Cafe memiliki identitas dan juga penyegaran atau citra baru yang nantinya diharapkan akan menambah daya tarik pembeli sehingga meningkatkan penjualan Menyenk Cafe.

Setelah itu kami membuatkan logo baru untuk UMKM Menyenk Cafe agar memiliki identitas baru yang kuat agar membedakan diri dari pesaing, memperkuat identitas merek, dan juga memperkuat citra profesional. . Dengan memiliki identitas visual yang khas, logo baru dapat menciptakan kesan yang lebih menarik dan membedakan dari merek-merek sejenis. Hal ini memungkinkan Menyenk Cafe untuk menonjol dan menarik perhatian pelanggan potensial. Dari hal itu semua tercipta logo baru yang kami buat untuk Menyenk Cafe yang juga telah disetujui oleh Bapak Ilyas selaku pemilik Menyenk Cafe. Berikut ialah logo baru Menyenk Cafe



Gambar. 4 Logo baru UMKM Menyenk Cafe

Diatas merupakan logo baru dari Menyenk Cafe yang terdiri dari warna hitam dan putih, gambar sendok dan garpu, serta elemen alam dedaunan. Secara keseluruhan logo tersebut memiliki filosofi tentang kesederhanaan, keberagaman menu, kualitas bahan alami dan elegansi, dimana logo ini mencerminkan nilai-nilai dan pengalaman yang ingin ditawarkan oleh Menyenk Cafe kepada pelanggan mereka.

Selain melakukan Rebranding logo kami juga membuatkan banner dan stiker baru untuk UMKM Menyenk Cafe, tujuan dari banner tersebut adalah untuk menarik perhatian calon pelanggan, memperkenalkan Menyenk Cafe lebih luas, dan juga tentunya untuk menunjukkan logo sebagai identitas baru Menyenk Cafe. Lalu kami juga membuatkan stiker untuk kemasan produk agar memberikan kesan kemasan yang menarik, memperkenalkan merek kepada pelanggan, dan memberikan informasi produk yang relevan.



Gambar. 5 Banner baru untuk Menyenk Cafe



Gambar. 6 Stiker kemasan untuk Menyenk Cafe

Tabel. 1 Tabel Perubahan

| Sebelum | Sesudah |
|-------------------------------|-------------------------|
| Belum ada logo | Ada logo baru |
| Banner lama tidak ada logo | Banner baru ada logo |
| Stiker kemasan tidak ada logo | Stiker kemasan ada logo |

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan kolaborasi antara kami mahasiswa Bina Desa dan juga UMKM Menyenk Cafe diharapkan rebranding Logo sebagai upaya peningkatan value added pada UMKM Menyenk Cafe dapat menjadi strategi yang efektif bagi UMKM seperti Menyenk Cafe dalam meningkatkan value added atau nilai tambah pada bisnis mereka. Dalam konteks Menyenk Cafe, rebranding bertujuan untuk memberikan identitas yang kuat, membedakan dari pesaing, dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan pelanggan potensial. Rebranding juga membantu Menyenk Cafe dalam membedakan diri dari pesaing di pasar, dengan memiliki identitas visual yang khas, Menyenk Cafe dapat menonjol dan menarik perhatian pelanggan potensial. Dengan rebranding, Menyenk Cafe berhasil meningkatkan value added pada bisnis mereka. Identitas merek yang kuat, penonjolan dari pesaing, dan kesadaran merek yang meningkat membantu memperkuat citra profesional dan membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Hal ini dapat menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan, peningkatan penjualan, dan peluang ekspansi atau diversifikasi bisnis di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Dita, D. J. A., Huda, S., & Utami, A. F. (n.d.). *Branding Produk UMKM Tempe Mendoan Cah Gombong Melalui Desain Logo dan Kemasan*.
- Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Ningrum, I. I. P., Marisa, P. I., & Anggraida, R. W. (2022). Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, dan Pembukuan Sederhana pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman Kota Madiun. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3(1), 27–31. <https://doi.org/10.51747/abdipancamarga.v3i1.970>
- 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). <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Kusumah, W. I., Kusumawati, D. N. I., Wibisono, W., & Darma, A. D. (2021). Desain Kemasan Produk UMKM Bir Pletok sebagai Branding Meningkatkan Citra Minuman Khas Tradisional Jakarta di Masa Covid-19. *New Media*.
- Pudjoprastyono, H., Layli, R. M., Wicaksono, T. M. A., & Faajri, M. S. (2023). *Pemberdayaan UMKM Rolade Sawi Melalui Peningkatan Branding Digital dan Inovasi Kemasan*. 2(1).
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Santi, I. N., & Mubaraq, R. (2020). *Pelatihan Membuat Logo Usaha Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Mahasiswa Wirausaha*. 8.
- Widyamurti, N. (2021). Pemasaran Pariwisata Melalui Kemasan Produk UKM Standing Pouch Berbahan Paper Metal di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v1i1.45>