

# REBRANDING UMKM DODOL IBU ROHMAH MELALUI LOGO YANG UNIK DAN MENARIK DI DESA KEMIRI

Yuda Luthfi Naufal , Yana Cahyana  
Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Buana  
Perjuangan Karawang  
Email: [tm19.yudanaufal@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:tm19.yudanaufal@mhs.ubpkarawang.ac.id) ,  
[yana.cahyana@ubpkarawang.ac.id](mailto:yana.cahyana@ubpkarawang.ac.id)

## Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah sebuah pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dimana pengabdian ini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM di Desa Kemiri dalam memperbaharui atau *re-branding* logo usaha mereka agar menjadi lebih baik dan bertahan di pasar. Selain itu *re-branding* dapat membangkitkan *brand awareness* dan *brand image* produk. Tujuan umum dari program *re-branding* atau pembuatan logo ini adalah menjadikan UMKM memiliki ciri khas tersendiri dan menjadi pembeda antara sesama pemilik UMKM. Dalam hal promosi, konsumen juga dapat dengan mudah untuk mengenali suatu produk. Adanya logo membuat sebuah produk bisnis menjadi menarik dan disukai, hal ini bertujuan agar produk lebih menarik pelanggan. Metode yang digunakan adalah observasi lapangan dan wawancara serta diskusi dengan pemilik UMKM. Hasil survei menunjukkan bahwa adanya inovasi logo baru membuat para konsumen lebih tertarik membeli dan produk yang melakukan *re-branding* menjadi lebih mudah dikenali oleh konsumen karena logonya yang unik dan menarik.

**Kata kunci:** UMKM, *re-branding*, logo

## Pendahuluan

Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang memiliki tugas dan fungsi melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang selanjutnya disebut Tri Dharma. Tri Dharma adalah kewajiban Perguruan Tinggi untuk menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat. Pengabdian pada masyarakat terdiri dari berbagai macam kegiatan, salah satunya adalah Kuliah Kerja Nyata (KKN). Tempat diadakannya kegiatan KKN hampir mencakup seluruh wilayah karawang, salah satunya adalah Kecamatan Jayakarta tepatnya di desa kemiri. Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada tahun ini bertemakan “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri “. KKN pada masa sekarang dilakukan secara Hybrid atau online dan offline, dikarenakan wabah covid19 belum mereda.

Desa Kemiri merupakan salah satu daerah pedesaan yang terletak di sebelah utara Kota Karawang yang tepatnya di sebelah utara Kecamatan Rengasdengklok, dikarenakan luas wilayahnya yang didominasi oleh tanah persawahan maka mata pencaharian masyarakatnya

didominasi oleh seorang petani ataupun buruh tani,. Tetapi, tidak sedikit juga masyarakat desa Kemiri yang mempunyai Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai mata pencaharian mereka. Salah satu UMKM yang berada di Desa Kemiri yaitu UMKM DODOL IBU ROHMAH.

Fenomena menarik yang dijumpai di Desa Kemiri nampaknya menunjukkan bahwa mayoritas para pelaku UMKM di Desa Kemiri ini merasa nyaman akan cara lama dalam melakukan pemasaran. Seharusnya para pelaku UMKM berlomba lomba dalam meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi, salah satunya dalam hal kemasan desain logo dalam *branding* yang terdapat pada *brand* UMKM.

*Branding* merupakan sebagai bagian dari komunikasi pemasaran dan seiring dengan berjalannya waktu. *Branding* sebagai poin krusial yang menjadi pertimbangan akan pengembangan usaha dan media sarana dalam menanamkan citra positif di benak konsumen. Hal ini tidak jarang para pelaku UMKM mulai berupaya untuk merubah citra dari merek dagang suatu produk menjadi lebih representatif dengan mengganti atau mengubah nama atau logo. Sejalan dengan hal tersebut, fakta yang ditemukan dilapangan logo produk dari beberapa UMKM salah satunya adalah UMKM DODOL IBU ROHMAH yang ada di Desa Kemiri masih menggunakan logo yang sama dari tahun ke tahun, tanpa adanya perancangan ulang atau pembaharuan logo produk. Padahal dengan adanya pembaharuan dan perancangan ulang logo produk yang lebih representative, dapat menjadi nilai tambah yang dapat menarik minat konsumen.

(Muzellec dan lambkin, 2006). Rebranding merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka merubah citra perusahaan melalui perubahan nama yang lebih representative serta membedakanya dari pesaing. Secara spesifik perubahan merek (*rebranding*) dikelompokan berdasarkan tiga tipe yang berbeda yaitu perubahan nama, logo, dan perubahan slogan. Namun perubahan merek (*rebranding*) juga dapat dikelompokan jadi lima jenis yaitu nama baru dan logo, nama baru, logo dan slogan baru, logo baru dan hanya slogan saja yang baru (Stuat dan Muzellec, 2004).

Melihat dari fenomena yang telah diuraikan diatas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat penting dilakukan khususnya bagi UMKM dodol ibu rohmah dalam melakukan re-branding. Adanya pembaharuan dan penggantian logo produk diharapkan dapat menjadikan UMKM dodol ibu rohmah lebih representatif, menarik, memiliki keunikan

tersendiri yang membedakan dengan UMKM lain, serta dapat menarik perhatian dan minat beli konsumen.

### **Metode**

Pengabdian Kepada Masyarakat ini sendiri dilakukan di sebuah Desa yang berada di Kecamatan Jayakarta, Kab. Karawang, tepatnya di desa Kemiri. Pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 01 Juli 2022 sampai dengan 31 Juli 2022. Target atau sasaran dari kegiatan ini adalah membantu salah satu UMKM dodol ibu Rohmah dalam melakukan pembaharuan logo yang unik dan menarik. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM dodol ibu Rohmah.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Sesuai dengan program kerja yang akan dilakukan, yaitu rebranding logo produk UMKM di Desa Kemiri, salah satu UMKM yang akan dibantu dalam rebranding logo yaitu UMKM dodol ibu Rohmah. UMKM dodol ibu rohmah adalah salah satu UMKM yang berada di Desa Kemiri, UMKM dodol ibu rohmah sudah berjualan secara turun-temurun dari generasi ke generasi jauh sebelum pandemi covid 19 mewabah. Nama brand dodol ibu Rohmah sendiri di ambil dari nama pemilik aslinya yaitu ibu Rohmah. Sesuai dengan tujuan dari kegiatan program KKN, maka penulis berinisiatif untuk membuat sebuah program kerja yang membantu UMKM di Desa Kemiri, salah satunya adalah dodol ibu Rohmah. Ibu Rohmah tidak hanya memproduksi dodol, selain memproduksi dodol Ibu Rohmah memproduksi berbagai aneka kue basah di antaranya yaitu : hunkwe, kroson, dan wajit. Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM dodol Ibu Rohmah, beliau mengatakan bahwa sebenarnya sudah memiliki logo, tapi hanya sederhana saja berupa tulisan. Oleh karena itu penulis membantu mendesain logo baru dengan tujuan agar menarik minat konsumen untuk membeli. Penulis membuat beberapa desain logo untuk diberikan kepada Ibu Rohmah agar beliau dapat memilih logo apa yang cocok untuk produk usahanya.



**Gambar 1.** Logo Asli



**Gambar 2.** Aneka Kue Basah

Logo tulisan kertas di atas merupakan logo yang digunakan oleh ibu Rohmah sebagai merek dagang dari produksi dodol yang di jualnya. Minimnya sentuhan inovasi dan kreasi membuat pelaksanaan rebranding menjadi pilihan yang tepat untuk mengganti dan memperbaharui logo usaha dodol ibu rohmah agar lebih unik dan menarik.





**Gambar 3.** Logo baru dodol Ibu Rohmah

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Kegiatan KKN Universitas Buana Perjuangan Karawang dengan sasaran UMKM di Desa Kemiri, Kecamatan Jayakarta dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang di rencanakan dalam program kerja KKN. Adapun kesimpulan dari pelaksanaan program kerja individu yaitu :

1. Program ini dapat berjalan dengan baik dan lancar berkat dukungan dan kerjasama pemilik UMKM yaitu Dodol Ibu Rohmah yang di produksi oleh Ibu Rohmah sangat membantu dan mendukung.
2. Melalui observasi di lapangan tempat usaha Dodol Ibu Rohmah di Desa Kemiri dapat mengetahui bahwa terdapat kurangnya sentuhan inovasi dan kreasi dalam logo yang dimiliki Ibu Rohmah sehingga pelaksana membuat kegiatan *re-branding* untuk mengganti dan memperbaharui logo usaha Dodol Ibu Rohmah agar lebih unik dan menarik.
3. Dapat meningkatkan kesadaran, pengetahuan, serta keterampilan kreatifitas para pelaku UMKM yang ada di Desa Kemiri dalam memperbaharui dan membuat logo (*re-branding*) UMKM yang lebih unik dan menarik sebagai upaya peningkatan daya beli konsumen sehingga omset penjualan produk UMKM dapat meningkat.

**Daftar Pustaka**

- Defri, I., Saputro, E. A., Al Furkhom, A., & Anastasia, B. W. (2022). Re-branding UMKM Kelurahan Kedundung Mojokerto Melalui Logo Baru yang Unik dan Menarik. *Abdimasin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, 2(1), 10-19.
- Muzellec, L., & Lambkin, M. (2006). Corporate rebranding: destroying, transferring or creating brand equity?. *European journal of marketing*, 40(7/8), 803-824.
- Nabila, N. I. (2018). Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT BANK BRI Tbk. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 2(1).
- Oktaviani, F., Sariwaty, Y., Rahmawati, D., Gusfiani, A., & Ramdani, D. (2018). Penguatan Produk UMKM “Calief” Melalui Strategi Branding Komunikasi. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2).
- Stuart, H., & Muzellec, L. (2004). Corporate makeovers: Can a hyena be rebranded?. *Journal of Brand Management*, 11(6), 472-482.