



## Memberdayakan Masyarakat Melalui Rebranding UMKM Milik Warga Desa

Fairuz Sany<sup>1</sup>✉, Alfiandi Imam Mawardi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia, 60294

E-mail: [fairuzsany2@gmail.com](mailto:fairuzsany2@gmail.com) ✉

---

### Info Artikel:

Diterima: 11 Juni 2024

Diperbaiki: 19 Juni 2024

Disetujui: 27 Juni 2024

### Keywords:

Empowerment, MSMEs,  
Rebranding

### Kata Kunci:

Pemberdayaan, UMKM,  
Rebranding

*Abstract:* NK Soya, an MSME owned by Mrs. Sriyati in Setren Village, Rejoso District, Nganjuk Regency, is a clear example of efforts to empower women through the soy milk trading sector. This business was founded with the aim of building a solid and competitive business environment, with a focus on retaining customers, increasing product value, strengthening brand awareness, and facilitating effective marketing. The work carried out to support NK Soya includes rebranding, providing more detailed product information, and creating banners. These steps were taken based on Mrs. Sriyati's decision as business owner, which reflects her commitment to developing NK Soya and increasing its competitiveness in the soy milk market.

*Abstrak:* NK Soya, UMKM yang dimiliki Ibu Sriyati di Desa Setren, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, merupakan contoh nyata upaya pemberdayaan perempuan melalui sektor perdagangan susu kedelai. Usaha ini didirikan dengan tujuan untuk membangun lingkungan bisnis yang solid dan kompetitif, dengan fokus pada mempertahankan pelanggan, meningkatkan nilai produk, memperkuat kesadaran merek, dan memfasilitasi pemasaran yang efektif. Pekerjaan yang dilakukan untuk mendukung NK Soya meliputi rebranding, penyediaan informasi produk yang lebih detail, dan pembuatan spanduk. Langkah-langkah ini diambil berdasarkan keputusan Ibu Sriyati sebagai pemilik usaha, mencerminkan komitmennya untuk mengembangkan NK Soya dan meningkatkan daya saingnya di pasar susu kedelai.



## Pendahuluan

Unit Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. UMKM tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak keluarga di pedesaan, tetapi juga mempertahankan budaya dan kearifan lokal serta memperkokoh kohesi sosial di komunitas tersebut. Dalam konteks ini, memberdayakan UMKM bukan hanya tentang meningkatkan produksi dan penjualan, tetapi juga tentang memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan. Selain itu, rebranding UMKM merupakan strategi yang dapat meningkatkan daya saing produk dan memperluas jangkauan pasar. Melalui pendekatan ini, UMKM dapat memperbarui citra dan identitas mereka, menyesuaikan dengan tuntutan pasar global yang semakin dinamis, serta meningkatkan keterlibatan dalam rantai nilai ekonomi yang lebih besar.

Program kerja ini bertujuan untuk menjelajahi bagaimana memberdayakan masyarakat melalui rebranding UMKM di desa-desa dapat menjadi katalisator untuk pembangunan berkelanjutan. Fokus utama tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari inisiatif ini. Dengan mempertimbangkan peran UMKM sebagai agen pembangunan lokal yang potensial, studi ini akan membahas strategi-strategi konkret yang dapat diterapkan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di desa, sambil mempromosikan prinsip-prinsip keberlanjutan yang kuat. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi masyarakat desa, tetapi juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan serta mempromosikan pola hidup yang lebih berkelanjutan. Dengan demikian, rebranding UMKM di desa bukan hanya menjadi strategi bisnis semata, tetapi juga merupakan upaya konkret dalam mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) secara holistik. UMKM dapat didefinisikan sebagai sebuah usaha mikro kecil menengah yang memiliki peran dalam perekonomian suatu negara terutama pedesaan karena mampu mendorong inovasi dan menyediakan lapangan kerja. UMKM juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menciptakan dan mengembangkan keterampilan serta memperluas jaringan bisnis, dan memberikan kesempatan bagi individu maupun kelompok (Vinatra 2023).

Usaha kecil, kecil, dan menengah (UMKM) mampu menarik banyak tenaga kerja. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang semakin hari semakin



**JURNAL PADMA**  
**Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat**  
**Politeknik Piksi Ganesha**  
**Vol. 04 No. 01 (2024)**

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905

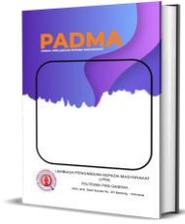


bertambah. Oleh karena itu, kehadiran UMKM dapat mengurangi pengangguran di Indonesia. Pengembangan UMKM juga perlu dilakukan. Mengembangkan UMKM merupakan strategi penting dalam memperkuat perekonomian negara. Dengan adanya UMKM yang ada, maka besar harapan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah untuk meningkatkan pendapatannya. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah perusahaan yang memproduksi barang dengan menggunakan bahan baku yang diperoleh dari pemanfaatan sumber daya alam, pengetahuan dan cara-cara tradisional. (Abdul Halim, 2020). Pada sektor UMKM diharapkan dapat menurunkan tingkat kemiskinan, memberikan peningkatan penghasilan yang lebih baik, meningkatkan pengetahuan dan kualitas sumber daya manusia, dan menyiapkan komunitas perempuan menjadi komunitas yang ramah terhadap bank (Ginting and Sihura 2020). Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat sektor UMKM harus terus didorong baik oleh pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat umum guna mewujudkan ekonomi berkelanjutan.

NK Soya yang berlokasi di Desa Setren, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, merupakan salah satu pelaku UMKM di bidang usaha perdagangan (Susu Kedelai) milik Ibu Sriyati, warga Desa Setren. NK Soya sendiri berasal dari nama kedua anak pemilik usaha ini, Ibu Sriyati. Tujuan membangun usaha kecil dan menengah adalah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kuat dan menarik sehingga dapat mempertahankan pelanggan, meningkatkan nilai produk, menunjukkan kesadaran merek dan memfasilitasi pemasaran. Pemberdayaan Perempuan melalui UMKM Pekerjaan kami meliputi rebranding, penambahan informasi produk dan pembuatan spanduk. Hal ini dilakukan berdasarkan keputusan Ibu Sriyati sebagai pemilik UMKM.

## **Metode**

Dalam jurnal ini kami melakukan metode Observasi, Observasi juga berarti melihat, mencermati, memperhatikan sebagai alat pengumpulan data penelitian. Artikel ini membahas tentang metode observasional dalam penelitian sosial. Dalam hasil survey dan wawancara Kami berbincang mendalam. Tidak hanya itu, kami memberikan pelatihan transformasi usaha kecil dan menengah produk baru "NK Kedelai". Tujuan reformasi UMKM adalah menciptakan profil bisnis yang kuat dan mengesankan sehingga dapat mempertahankan pelanggan, meningkatkan nilai produk, menunjukkan kesadaran merek dan menyederhanakan berbagai hal.



Pemberdayaan perempuan melalui UMKM kami meliputi *update* logo, penambahan informasi produk dan pembuatan banner. pertanyaan ini berdasarkan sertifikasi pemegang UMKM Susu Kedelai Ibu Sriyati. Dalam metode observasi ini kami melakukan beberapa aktivitas yaitu :

**1. Survey ke Balai Desa Setren dan Kediaman Kepala Desa Setren**

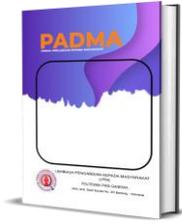
Kunjungan pertama penelitian ke balai desa Setren dan rumah kepala desa adalah untuk memperoleh informasi mengenai keadaan desa Setren serta merangkum maksud dan tujuan kunjungan penelitian kami. Pada tahap ini kita mengetahui tempat-tempat yang akan tercermin dalam rencana yang akan disampaikan kepada kepala desa Setren.



Gambar 1. Survey ke Kediaman Kepala Desa

**2. Survey ke BUMDES (Badan Usaha Milik Desa)**

Kami melakukan survei pendataan antar UMKM di Desa Setren yang dilakukan langsung oleh Badan Usaha Milik Desa atau BUMDES. Berdasarkan hasil survei dan wawancara, diketahui bahwa ada salah satu UMKM yang masih aktif yaitu pemasok susu kedelai yang berlokasi di Desa Setren.



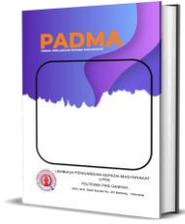
Gambar 2. Survey ke Kediaman BUMDES

### 3. Survey ke Pemilik UMKM (Ibu Sriyati)

Kunjungan kedua ke rumah Ibu Sriyati, pemilik UMKM kedelai di Desa Setren, untuk mengetahui keadaan dan mendapatkan informasi nyata mengenai usaha Ibu Sriyati agar mudah dipaparkan oleh Kelompok kami, Rencana kerja apa yang akan dibuat selanjutnya.



Gambar 3. Survey ke kediaman pemilik UMKM



#### 4. Wawancara ke Pemilik UMKM

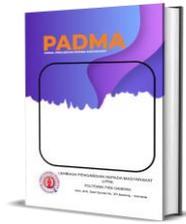
Setelah mengetahui lokasinya melalui penelitian Ibu Sriyati sebelumnya, langkah selanjutnya adalah melakukan wawancara langsung dengan Ibu Sriyati. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memaparkan program kerja yang dimaksud yaitu mengubah branding UMKM yang saat ini dikuasai oleh Ibu Sriyati serta menjelaskan manfaat yang ingin dicapai melalui rebranding.



Gambar 4. Wawancara ke pemilik UMKM

#### Hasil dan Pembahasan

Hasil dari data yang kami peroleh terhadap UMKM susu kedelai milik Ibu Sriyati di Desa Setren, Rejoso, Nganjuk, kami berjabat tangan dengan mitra untuk merubah logo UMKM susu kedelai milik Bu Sri. Tujuan dari layanan ini adalah untuk membantu meningkatkan citra produk UMKM agar pelanggan semakin puas dan percaya diri terhadap produk setelah melihat desain yang dirancang agar lebih menarik. Selain mendesain logo brand, kami juga menawarkan pembuatan banner untuk Ibu Sriyati sebagai bagian dari target pemasaran untuk menjangkau pasaryang lebih luas. Tujuan rebranding produk UMKM ini adalah untuk menciptakan model bisnis yang kuat dan menarik untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada, meningkatkan nilai produk, menunjukkan kesadaran merek dan memudahkan pemasaran. Tujuan kami juga untuk perancangan rebranding logo sebagai langkah awal untuk memperkenalkan suatu produk terhadap calon pembelinya. Logo adalah komponen terpenting pada jaman sekarang. Dalam rebranding logo bermaksud

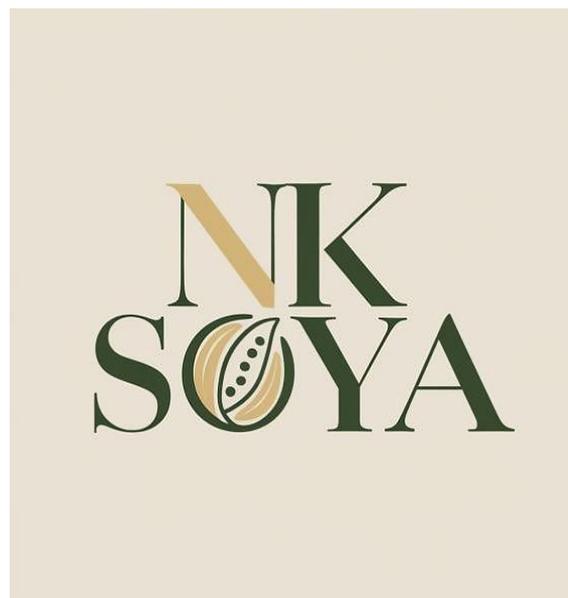


untuk memperkenalkan suatu brand agar dapat dikenal dan selalu teringat oleh konsumen. Berikut merubah desain baru yang kami tawarkan kepada mitra kami dan disetujui oleh pihak terkait.

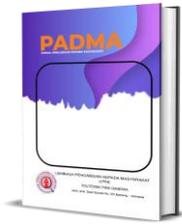


Gambar 5. Desain Logo Lama

Menggunakan logo UMKM lama yang ketinggalan jaman dapat memiliki beberapa kekurangan yang berpotensi merugikan usaha.



Gambar 6. Desain Logo Baru



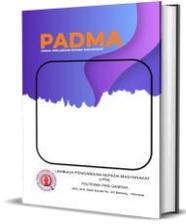
Menggunakan logo baru untuk UMKM memiliki beberapa kelebihan yang dapat memberikan dampak positif pada usaha.

Pada Gambar 5 adalah desain logo produk dari UMKM “NK Soya” kemasan lama, sedangkan pada gambar 6 merupakan desain logo baru yang kami tawarkan kepada mitra. Hasil dari perubahan desain logo tersebut yang telah diubah tetap kita diskusikan kepada Ibu Sri dikarenakan jika tidak sesuai dengan keinginan pemilik UMKM aka nada perubahan desain logo selanjutnya, tetapi mitra sangat puas kepada desain logo yang baru ini.

Permasalahan lain yang dihadapi Ibu Sriyati adalah belum memiliki produk unggulannya sendiri. Banyak pelanggan dapat menghubungi perusahaan untuk mengidentifikasi produk komersial melalui spanduk yang menampilkan nama dagang dan identifikasi produk komersial. Poster bersifat menarik dan informatif untuk menarik konsumen membeli produk. Tapi di rumah Ibu Sri tidak ada hal itu. Kami melaksanakan dengan membuat spanduk vertical yang rencana akan dipaparkan di atas depan rumah Ibu Sri yang kami buat dengan bantuan Canva. Banner status informasi mengenai logo usaha, nama usaha, produk yang dijual, Alamat usaha, nomor telfon pemilik, keterangan bahwa usaha tersebut dapat menerima pesanan. Kami bekerja sama denganmitra, dan disetujui olehnya.



Gambar 7. Pemasangan Banner Dirumah Ibu Sriyati (Pemilik UMKM)



Inovasi dalam pemasangan banner untuk UMKM milik Bu Sri di Desa Setren merupakan salah satu strategi yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan promosi usaha yang dimiliki. Tujuan utama dari inovasi ini adalah untuk memperkuat identitas merek, meningkatkan jumlah pelanggan, dan akhirnya meningkatkan pendapatan usaha.

### **Kesimpulan**

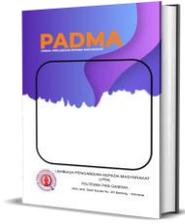
Hasil data yang kami peroleh dari UMKM susu kedelai Ibu Sriyati menunjukkan perlu adanya perubahan logo UMKM susu kedelai Ibu Sri. Kami bertujuan untuk mendorong dan meningkatkan citra produk UMKM dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain mendesain ulang logo brand, kami juga menawarkan pembuatan banner sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Permasalahan lain yang dihadapi Ibu Sriyati adalah tidak adanya produk unggulan dan banner promosi di depan rumahnya. Karena itu, kami membuat spanduk vertikal berisi informasi mengenai usaha, produk yang dijual dan kontak yang akan dipasang di depan rumah Ibu Sri. Semua desain baru ini telah disetujui oleh mitra. Ini adalah langkah awal rebranding kami dalam memperkenalkan produk kepada calon pembeli, serta membantu meningkatkan kesadaran merek dan memudahkan pemasaran.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terimakasih atas kesempatan yang diberikan kepada saya, Fairuz Sany, untuk berkontribusi dalam jurnal "Memberdayakan Masyarakat Melalui Rebranding UMKM Milik Warga Desa." Saya sangat menghargai kepercayaan dan dukungan yang telah diberikan kepada saya dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di tingkat desa. Saya berharap bahwa tulisan saya dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan dan memberdayakan masyarakat untuk mencapai potensi mereka secara penuh. Terima kasih atas kerjasama dan dukungan yang telah diberikan.

### **Referensi**

Afwan Arba Alfian, Runi Atsni Allathifa, M. Hanafi Asnan, Retno Puji Rahayu, Uci Utari. " PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PROGRAM SERTIFIKASI HALAL SERTA INOVASI REBRANDING PRODUK DI DESA



JURNAL PADMA  
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat  
Politeknik Piksi Ganesha  
Vol. 04 No. 01 (2024)

<https://journal.piksi.ac.id/index.php/Padma>

p-ISSN : 2797-6394 e-ISSN : 2797-3905



CILEMPUYANG." *LPPM UIN PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO*, 2023.

Angga Putra Dimas Pratama<sup>1</sup>, Ateng Setiawan<sup>2</sup>, R. Widyo Wibisono T.<sup>3</sup>.  
"Perancangan Rebranding Logo Sebagai Media Promosi di Kedai Kopi Garasi Kopi Buddoy ." *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 2024.

Fatzrin, Dea. "Peran Badan Usaha Milik Desa(BUMDes) dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedungwonokerto Kecamatan Prambon Kabupaten Sidoarjo." *JURNAL PEMERINTAHAN DAN POLITIK*, 2024: 97-103.

Hanun, Aqila Yusriyya. "Pengaruh Rebranding Logo terhadap Minat Konsumen di UMKM Warung Bu Ti di Tenggilis Mejoyo Kota Surabaya ." *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat* , 2024.

Pratama, Angga Putra Dimas. "Perancangan Rebranding Logo Sebagai Media Promosi di Kedai Kopi Garasi Kopi Buddoy ." *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2024.

Shafira Rahmawati 1, Moy Yustiwa 2, Nadya Putri 3, Fairuz Sany 4, Nidya Arum 5,.  
"Pemberdayaan Organisasi PKK dan UMKM Milik Bu Sri; Upaya Perbaikan Keterlibatan Wanita di Desa Setren." : *Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat* , 2024.