https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

REBRANDING, *REPACKAGING*, PEMASARAN DAN LEGALITAS USAHA GUNA MENINGKATKAN NILAI PRODUK UMKM DI DESA SUGIHREJO, KECAMATAN KAWEDANAN, KABUPATEN MAGETAN

Rollis Ayu Ditasari[1], Sulthan Misbahul Ghifaari[2], Dwi Murniyati[3], Khamidatun Rochmah[4], Sherly Oktaviani[5], Febri Dwi Agustiyani[6]

[1,2,3,4,5,6]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

Email: rolisayuditasari@unipma.ac.id

ABSTRAK

Desa sugihrejo merupakan desa yang memiliki banyak potensi hasil pertanian, cukup banyak warganya yang memulai industri rumahan dalam pengolahan hasil pertanian berupa keripik singkong dan pisang. Hasil olahan tersebut dipasarkan melalui metode yang manual seperti dari mulut ke mulut dan dititipkan melalui penjual sayur keliling. Para pemilik UMKM ini belum sepenuhnya paham tentang metode modern yang sudah berkembang dan dapat dengan cepat membantu perkembangan UMKM mereka dikarenakan keterbatasan penggunaan teknologi dan usia. Sebagai generasi muda penggerak perubahan negara, mahasiswa dan mahasiswi yang melaksanakan KKN-T PM Universitas PGRI Madiun di Desa Sugihrejo Magetan menjadi pengemban tugas dalam menyampaikan dan mendampingi para pelaku UMKM tersebut akan pentingnya izin usaha NIB serta pentingnya rebranding, repackaging dan pemasaran digital produk UMKM.

***Kata Kunci** : UMKM, Rebranding, Repackaging, Pemasaran Digital, Perizinan Usaha*

LATAR BELAKANG

Desa sugihrejo merupakan desa yang memiliki banyak potensi hasil pertanian, cukup banyak warganya yang memulai industri rumahan dalam pengolahan hasil pertanian berupa keripik singkong dan pisang. Hasil olahan tersebut dipasarkan melalui metode yang manual seperti dari mulut ke mulut dan dititipkan melalui penjual sayur keliling. Para pemilik UMKM ini belum sepenuhnya paham tentang metode modern yang sudah berkembang dan dapat dengan cepat membantu perkembangan UMKM mereka dikarenakan keterbatasan penggunaan teknologi dan usia. UMKM, masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha dan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas (Adawiyah, 2014). Kondisi tersebut disebabkan oleh ketidakmampuan para pelaku UMKM dalam mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti kurangnya wawasan tentang bagaimana cara mengemas produk dengan baik dan cara memasarkan produk dengan efektif karena strategi pemasaran yang dilakukan masih konvensional seperti hanya mengandalkan strategi pemasaran langsung (*direct selling*) dengan cara *door to door atau mouth to mouth.*

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Kegiatan KKN melalui Program Kerja Sosialisasi ini bertujuan untuk mengedukasi para pelaku UMKM di desa Sugihrejo Melalui pendampingan tentang bagaimana menjadikan produk layak jual dan juga bagaimana menentukan strategi pemasaran yang tepat melalui strategi repackaging, rebranding dan social media marketing. Beberapa alasan mengapa UMKM tersebut dipilih adalah karena produk UMKM tersebut masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana dan juga hanya mengandalkan strategi pemasaran konvensional. Repackaging dan rebranding adalah strategi yang tepat dalam membangun reputasi produk untuk menarik minat calon pembeli sehingga terdorong untuk membeli produk. Repackaging merupakan proses pengemasan ulang produk dari kemasan sebelumnya yang dinilai kurang menarik ke kemasan baru yang lebih menarik. Sedangkan rebranding merupakan proses perubahan brand, nama, dan logo dari suatu brand yang sudah ada (Ariano, 2017). Stuart & Muzellec dalam Kurniawan, (2019) juga menyatakan bahwa rebranding mengindikasikan adanya tujuan penghapusan pernyataan atas sesuatu yang sebelumnya, misalnya penghapusan citra atau reputasi yang terbentuk sebelumnya. Kapferer (2008) dalam Ariano, (2017) juga mengemukakan bahwa rebranding sebagai upaya revitalisasi sebuah brand perlu dilakukan untuk kembali menghidupkan brand yang sudah mati, atau untuk menempatkan kembali brand tersebut ke dalam pikiran konsumen. Kemudian pemilihan strategi pemasaran digital, salah satunya melalui pemanfaatan sosial media dinilai sangat tepat karena selain praktis, cepat, murah meriah, juga dapat menjangkau lebih banyak orang. Sebagaimana dikemukakan Putra et al., (2020) bahwa sosial media tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi saja, tetapi sudah banyak dimanfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan seperti pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk. Memasarkan produk melalui sosial media lebih menguntungkan jika digunakan secara tepat, karena selain meminimalisir biaya, tenaga, waktu, juga dapat menjangkau pasar secara luas.

Selain itu, UMKM selama ini terbukti dapat digunakan sebagai pertahanan ekonomi dalam masa krisis ekonomi sehingga dipercaya memiliki sifat yang kokoh untuk menyangga perekonomian negara (Sarfiah, Atmaja, et Verawati 2019). Hal tersebut membuat UMKM dinilai mampu memberikan kontribusi yang besar bagi proses rekonstruksi perekonomian nasional serta pendapatan nasional negara. Eksistensi UMKM ini diatur ke dalam regulasi hukum Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Di dalam regulasi tersebut dijelaskan mengenai definisi usaha mikro, usaha, kecil, usaha menengah, usaha besar, dana usaha, kriteria usaha, pengembangan usaha, pembiayaan dan jaminan, dsb. Adanya regulasi hukum mengenai UMKM ini menunjukkan bahwa pemerintah telah berupaya untuk melakukan pemberdayaan pada sektor usaha ini. Hal tersebut disebabkan karena UMKM merupakan basis untuk penyaluran tenaga kerja serta sebagai pemangku kestabilan dan kedinamisan perekonomian Indonesia (Sarfiah, Atmaja, et Verawati 2019).

Berangkat dari hal tersebut, pemerintah dalam pembinaannya pada sektor UMKM ini kemudian menetapkan ketentuan mengenai perizinan sebuah usaha. Untuk mendirikan sebuah usaha, diperlukan izin yang berupa surat resmi dari pihak yang berwenang mengeluarkan perizinan usaha tersebut sehingga dapat dinyatakan sah untuk melakukan suatu kegiatan usaha.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Perizinan usaha ini juga dibutuhkan sebagai instrumen perlindungan hukum dan pengendalian atas kegiatan usaha sehingga para pelaku usaha dapat menjaga mutu produk yang dihasilkannya. Salah satu bentuk perizinan usaha adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang merupakan label kepemilikan dan diperuntukkan bagi sebuah usaha yang disesuaikan dengan bidang usahanya. Proses perizinan pada NIB ini dapat dilakukan melalui inovasi teknologi yang dibentuk oleh pemerintah yakni pada sistem web Online Single Submission (OSS).

Pelayanan berbasis elektronik ini bertujuan agar dapat mempermudah proses pendaftaran izin usaha dari para pelaku usaha serta mempermudah integrasi data yang telah masuk sehingga proses validasi data menjadi lebih efektif dan efisien. Pendaftaran izin usaha NIB pada sistem OSS ini tidak dipungut biaya dan hanya perlu memasukkan data Nomor Induk Kependudukan (NIK), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), data BPJS (bila ada), serta nomor telepon aktif yang tersambung ke aplikasi WhatsApp.

Akan tetapi, informasi mengenai perizinan usaha NIB ini masih belum menjangkau ke para pelaku usaha UMKM, dalam kasus ini adalah pelaku UMKM di Desa Siugihrejo. Banyak pelaku UMKM yang belum mengerti pentingnya perizinan usaha, pelaku UMKM tidak mengerti mengenai izin usaha NIB, sebagian pelaku UMKM lain ada yang menyatakan bahwa mereka takut akan adanya penarikan biaya atau pajak apabila mendaftar NIB. Sebagai generasi muda penggerak perubahan negara, mahasiswa dan mahasiswi yang melaksanakan KKN-T PM Universitas PGRI Madiun di Desa Sugihrejo Magetan menjadi pengemban tugas dalam menyampaikan dan mendampingi para pelaku UMKM tersebut akan pentingnya izin usaha NIB serta pentingnya *rebranding, repackaging* dan pemasaran digital produk UMKM.

METODE

Kegiatan Program Kerja KKN yang telah dilaksanakan di Desa Sugihrejo, dibagi dalam beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Sebelum pembuatan penerapan inovasi dalam pembuatan desain kemasan, pembuatan logo dan legalitas usaha terlebih dahulu dilakukan kegiatan observasi yang bertujuan untuk menganalisis kendala-kendala mitra secara spesifik produk usaha rumah tangga sehingga dapat dirumuskan solusi yang tepat dalam penanganannya.

2. Melakukan Sosialisasi *rebranding, repackaging* legalitas usaha dan pemasaran digital produk UMKM.

Hasil observasi yang telah dilakukan, memberikan pemahaman lebih tentang jenis dan langkah yang harus dilakukan untuk menjaga kualitas produk agar tetap terjamin. Desain yang dibuat diharapkan mampu meningkatkan nilai ekonomis tanpa mengurangi kualitas produk dan ramah lingkungan. Sosialisasi ini memberikan pemahaman kepada para pelaku UMKM di Desa Sugihrejo tentang pentingnya *rebranding, repackaging* legalitas usaha dan pemasaran digital produk UMKM.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA
E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

3. Pendampingan UMKM terkait Sosialisasi yang sudah dilaksanakan

Setelah dilakukan sosialisasi, Kegiatan Program Kerja KKN adalah melakukan pendampingan untuk pelaku UMKM di Desa Sugihrejo. Pendampingan ini meliputi pembuatan logo, pemasaran digital melalui marketplace, pembuatan media sosial, dan pembuatan izin usaha berupa NIB dan SP-PIRT.

4. Evaluasi Kegiatan Pendampingan

Hasil dari evaluasi kegiatan disini, dapat ditemukan bahwa penggunaan media sosial belun sepenuhnya diterima karena para pelaku UMKM sudah oran tua sehingga sulit ketika diajarkan mengoperasikan media berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kerja KKN yang telah dilaksanakan di Desa Sugihrejo, realisasi kegiatan dibagi dalam beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan observasi dengan kelompok Usaha Mikro melalui kunjungan langsung. Hasil observasi tersebut ditindaklanjuti dengan melakukan wawancara dengan mitra dan sekretaris desa untuk lebih banyak memperoleh informasi tambahan terkait pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan tersebut.



Gambar 1 : Proses perencanaan program kerja konsultasi bersama sekretaris desa Sugihrejo

2. Tahap Sosialisasi

Pada tahap ini, tim KKN TPM UNIPMA melakukan kegiatan sosialisasi yang berlokasi di desa Sugihrejo, kecamatan Kawedanan Kabupaten Magetan. Pada sesi pertama kegiatan adalah penerimaan tim pengabdi oleh kepala desa setempat dan dilanjutkan dengan sambutan ketua KKN-T PM UNIPMA.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Selanjutnya ada dua pemateri yang sudah bersedia memberikan sosialisasi terkait *rebranding, repackaging* legalitas usaha dan pemasaran digital produk UMKM dalam kegiatan tersebut.

Materi pertama yang disajikan oleh dosen dari UNIPMA terkait desain produk kemasan yang menarik, pentingnya pemasaran digital dan dilanjutkan oleh pemateri kedua yang disajikan oleh dosen UNIPMA juga terkait prosedur dan pentingnya legalitas usaha. Materi ini merupakan langkah tim dalam meningkatkan pengetahuan mitra terkait desain kemasan produk, pentingnya pemasaran digital dan legalitas usaha.



Gambar 2 : Kegiatan Sosialisasi mendatangkan Dosen dari UNIPMA



Gambar 3: Foto bersama para pemilik UMKM di Desa Sugihrejo

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

3. Tahap Pendampingan UMKM

Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan salah satu UMKM di Desa Sugihrejo yaitu Keripik singkong 45 yang dibantu oleh mahasiswa KKN-T PM UNIPMA terkait dengan pembuatan logo, pembuatan media sosial, membuat marketplace, dan pendampingan pembuatan izin usaha berupa NIB dan SP-PIRT.



Gambar 4 : Hasil dari pendampingan repackaging dan pembuatan Logo. (Kiri) logo untuk media sosial dan marketplace dan (kanan) logo untuk kemasan produk.



Citakarya, Volume 3 Issue 01, 2025

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Gambar 5 : Foto produk setelah dilakukan rebranding dan repackaging



Gambar 6: Penyerahan NIB dan SP-PIRT kepada pemilik UMKM

SIMPULAN

Kegiatan yang diberikan oleh mahasiswa KKN-T PM UNIPMA kepada para pemilik UMKM di Desa Sugihrejo ini memberikan dampak yang cukup signifikan. Meskipun jumlahnya tidak banyak, para pemilik UMKM di Desa Sugihrejo mulai memperhatikan desain kemasan dan membuat media sosial untuk tempat mereka memasarkan produknya serta banyak yang mendaftarkan usaha mereka untuk perizinan usaha di Dinas Kesehatan daerah Magetan.

DAFTAR PUSTAKA

Ditasari, Akbar, dkk. 2024. "Pendampingan Dan Pengembangan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Sebagai Keberlanjutan Bisnis Melalui Pemasaran Digital Di Dusun Bulak, Desa Gayam, Kecamatan Kendal, Ngawi". *Citakarya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1): 1-8

Ditasari, Prasetyo, dkk. 2024. "Memajukan UMKM Lokal: Pendampingan UMKM Dalam Penggunaan Digital Marketing, Digitalisasi Keuangan, dan Peningkatan Sumber Daya Manusia Pada Camilane Ifa, Wonoasri, Madiun". *Wiryakarya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1).

Ditasari, Rahmawati, dkk. 2025. " Optimalisasi Limbah Jagung Menjadi Silase: Solusi Inovatif Untuk Ketahanan Pakan Ternak di Dusun Manjung Sari". *Wiryakarya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(1): 64-71.

Ditasari, Murniyati, dkk. 2025. " Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Pembuatan Dodol Jagung Manis di Desa Wakah Kecamatan Ngrambe Kabupaten Ngawi". *Citakarya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(4).

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Ditasari, Mukminin, dkk. 2025. " Transformasi Limbah Kulit Jagung Menjadi Karya Seni Bernilai Tinggi: Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Desa Wakah, Kabupaten Ngawi". *Citakarya : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(4).

Febrianti, Devi, dkk. 2023. "Rebranding UMKM Desa Watugolong: Meningkatkan Brand Awareness Dari UMKM Keripik Gadung." *Nusantara Community Empowerment Review* 1(1): 1–6. doi:10.55732/ncer.v1i1.735.

Mundiyah, Andi Iva, dkk. 2020. "Rebranding Produk Keripik Jamur Tiram Untuk Peningkatan Penjualan Pada Umkm Sporamushroom." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI* 4(1): 77–83. doi:10.35326/pkm.v4i1.549.

Reviandani, Oktarizka, dkk. 2023. "Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pelatihan Legalitas Nomor Induk Usaha (NIB) RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9(22): 727–34.

Utami, Meilasari, dkk. 2024. "Pendampingan UMKM Kecamatan Wonokromo Melalui Manajemen Usaha Dan Legalitas Usaha Menuju UMKM Naik Kelas." *Journal Of Human And Education (JAHE)* 4(4): 136–43. doi:10.31004/jh.v4i4.1177.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.