

Rebranding Untuk UMKM Ce Nyai HM Zein Di Kota Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta

Imron Khasani^{1*}, Ade F Al Ayyubi², Ahmad Mubaro Nurdiansyah³ Arrazkhan F Arfad⁴,
Ichsan Naufal Soerosomito⁵ Syaman Bagus Putra Ritonga⁶, Tnajel Leander⁷

Sekolah Tinggi Desain Interstudi

Abstract:

The culinary business is the favorite, so every culinary business must continue to innovate, include creat a good brand identity in order to compete with similar competitors. Ce Nyai HM Zein Restaurant is one of the culinary to sell home food, but it does not yet have a brand identity, it mean a logo for the business, besides that there are no support products in the form of packaging and so on as a differentiator from other businesses. So this community service activity was carried out to Ce Nyai HM Zein Restaurant by rebranding in the form of made a business identity in the form of a logo, new brand image and made support products such as product packaging and others. The expected result of this rebranding is an increase in the number of sales from both old and new consumers and can compete with similar competitors.

Key Words: Rebranding, Culinary Business, Logo

Abstrak:

Bisnis kuliner telah menjadi primadona, sehingga setiap bisnis kuliner harus terus melakukan inovasi diantaranya menciptakan identitas brand yang baik agar dapat bersaing dengan kompetitor yang sejenis. Rumah Makan Ce Nyai HM Zein merupakan salah satu UMKM kuliner dengan menjual makanan rumah, belum memiliki identitas brand yaitu logo untuk bisnisnya, selain itu belum ada produk pendukung berupa kemasan dan lain sebagainya sebagai pembeda dari bisnis lain. Maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kepada Rumah Makan Ce Nyai HM Zein dengan melakukan rebranding berupa pembuatan identitas usaha berupa logo, citra brand baru dan pembuatan produk pendukung seperti kemasan produk dan lain-lain. Hasil yang diharapkan dari rebranding ini ialah peningkatan jumlah penjualan baik dari konsumen lama maupun konsumen baru serta dapat bersaing dengan kompetitor sejenis.

Kata Kunci: Rebranding, Bisnis Kuliner, Logo

PENDAHULUAN

Rebranding adalah proses mengubah citra perusahaan dari suatu organisasi. Ini adalah strategi pasar memberikan nama baru, simbol, atau perubahan desain untuk merek yang sudah mapan. Ide di balik rebranding adalah untuk menciptakan identitas yang berbeda untuk sebuah merek, dari pesaingnya, di pasar. Ada beberapa alasan perusahaan melakukan rebranding. Salah satu faktor utama adalah terhubung dengan pelanggan. Rebranding bagus untuk bisnis, tetapi pada saat yang sama bisa berisiko. Selalu ada kemungkinan konsumen tidak menyukai merek baru. Ada dua jenis rebranding, yaitu Proactive rebranding dan yang lainnya Reactive rebranding. Rebranding proaktif dilakukan ketika sebuah perusahaan menyadari bahwa ada peluang untuk tumbuh, berinovasi, memasuki bisnis atau pelanggan baru, dan terhubung kembali dengan penggunanya. branding tidak lepas dari desain packaging yang akan menjadi identitas visual pada suatu brand usaha (Rahmawaty, 2021).

Kegiatan Rebranding diharapkan minat konsumen terhadap UMKM Rumah Makan Ce Nyai HM Zein menjadi lebih banyak pelanggan. Selain itu Rebranding kepada UMKM juga sebagai wadah peran serta mahasiswa dalam usaha memajukan masyarakat sebagai sumber daya manusia di Indonesia. Mahasiswa pun mampu belajar hidup bermasyarakat untuk memperoleh pengalaman tentang Rebranding yang luas, Salah satu cara melaksanakan Rebranding kepada UMKM Rumah Makan Ce Nyai HM Zein sesuai dengan jurusan Desain Komunikasi Visual adalah membantu UMKM tersebut mengubah citra perusahaan.

Atas dasar uraian-uraian diatas, Perencanaan Rebranding merupakan media atau sarana dalam melatih mahasiswa untuk hidup bermasyarakat dengan objek yang sesungguhnya, dan mengamalkan serta memanfaatkan semua keilmuan yang telah diperoleh dari kegiatan belajar di Sekolah Tinggi Desain InterStudi salah satunya dengan menyalurkan ilmu untuk membantu mendesain ulang identitas UMKM milik masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Waktu pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yaitu sejak bulan April sampai bulan Agustus 2021. Tempat pelaksanaan kegiatan PKM ini dilakukan di rumah mahasiswa praktik dengan memanfaatkan media internet, dikarenakan bertepatan dengan adanya pandemik Covid-19. Dan dilakukan 2 kali pertemuan langsung dengan pemilik usaha Ce Nyai HM Zein untuk melakukan distribusi hasil produk pengabdian masyarakat. Khalayak sasaran yang dituju dalam kegiatan ini terdiri dari 3 aspek:

1. Demografis:
 - a. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - b. Usia : 12-40 tahun
 - c. Pendidikan : SLTA & Mahasiswa
 - d. Pekerjaan : Skala Umum
2. Geografis: Berada di kawasan pinggiran perkotaan di Kota Jakarta Selatan, Provinsi DKI Jakarta.
3. Psikografis: Psikografis target *audience* ini adalah ibu rumah tangga dengan mobilitas tinggi sehingga memerlukan olahan makanan siap saji dengan harga terjangkau, suka berbelanja diwarung dekat rumahnya, dan memiliki gaya hidup yang praktis serta peduli kesehatan.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah berperan aktif dalam setiap kegiatan yang di programkan dan sanggup mengimplementasikan hasil kegiatan. Waktu kegiatan untuk menghasilkan solusi masalah yang ditawarkan kepada mitra, disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

No.	Nama Kegiatan	Waktu Kegiatan				
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Penetapan Judul Kegiatan					
2.	Analisis Produk					
3.	Pembuatan Proposal					
4.	Persiapan Rebranding Desain Identitas Usaha					
5.	Pelaksanaan Rebranding Desain Identitas Usaha					
6.	Proses Produksi Rebranding Desain Identitas Usaha					
7.	Mendistribusikan Hasil Rebranding Desain Identitas Usaha					
8.	Penyelesaian Hasil Proposal					

Rincian anggaran biaya dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dijabarkan ke dalam beberapa komponen-komponen yang sangat menunjang keberhasilan kegiatan tersebut

Tabel 2. Rincian Anggaran Biaya

No	Jenis	Keterangan	Jumlah	Harga
1	Dana Operasional	Makan, Transportasi, Observasi	-	Rp. 1.200.000
2	Cetak Sticker & Cutting	Sticker Vinyl	300	Rp. 250.000
3.	Cetak Paper Craft	Kertas Coklat	100	Rp. 200.000
4.	Cetak Packaging	Kotak Makanan	100	Rp. 350.000
3.	Cendaramata	Untuk owner Ce Nyai HM Zein	1 paket	Rp. 500.000
Total				Rp. 2.500.000

HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa desain logo baru Rumah Makan Ce Nyai HM Zein. Dengan desain logo baru diharapkan konsumen maupun calon konsumen mengingat secara visual dan tertarik untuk membeli makanan di Rumah Makan Ce Nyai HM Zein. Target konsumen rumah makan ini adalah ibu rumah tangga dengan mobilitas tinggi sehingga memerlukan olahan makanan siap saji dengan harga terjangkau, suka berbelanja diwarung dekat rumahnya, dan memiliki gaya hidup yang praktis serta peduli Kesehatan. Maka citra yang dibangun ialah, makanan rumahan, sehat dan terjangkau.



Gambar 1. Logo Ceu Nyai HM Zein

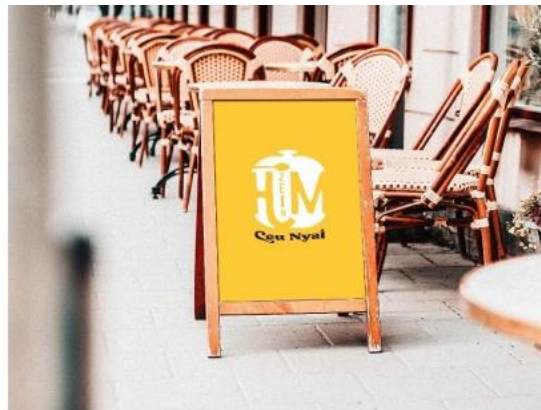
Penerapan desain logo diterapkan pada Mock up, berikut hasil dari penerapan tersebut:

a. Apron



Gambar 2. Apron

b. Logo Display



Gambar 3 Logo Display

c. Packaging



Gambar 4. Packaging

d. Paper Craft



Gambar 5. Paper Craft

e. Stationery



Gambar 6. Stationery.

SIMPULAN

Rumah Makan Ceu Nyai HM Zein sejak berdiri belum pernah melakukan rebranding seperti pembuatan logo maupun packaging atau kemasan yang menarik. Rebranding yang dilakukan pada Rumah Makan Ceu Nyai HM Zein ialah:

1. Logo baru dengan merepresentasikan Rumah Makan Ceu Nyai HM Zein
2. Citra yang dibangun untuk brand Rumah Makan Ceu Nyai HM Zein ialah makanan rumahan, sehat dan terjangkau.
3. Langkah yang dilakukan untuk mengembangkan identitas usaha, dengan menerapkan logo brand Rumah Makan Ceu Nyai HM Zein pada display toko, packaging serta stationery seperti apron, menu, kartu nama, maupun pembungkus alat makan yang digunakan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan ini. Selain itu terimakasih juga kepada Sekolah Tinggi Desain Interstudi yang memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan PkM ini di masa pandemic Covid-19.

DAFTAR RUJUKAN

- Calvin, Mozari; Kartasudjana, Tata. 2018. Skripsi: Perancangan Rebranding Serta Aktifitas Promosi Terhadap Produk UMKM Bir Pletok Alifah. Bandung: Universitas Pasundan.
- Purnama, Vera, Et Al,. 2019. Perancangan Rebranding UMKM Keripik Tempe Reza. Surabaya. Universitas Kristen Petra
- Rahmawaty, D. (2021). The Influence of Product Packaging Design, Product Materials, Shop Service On Buying Decisions Al Insan Elemnetary Scholl Bekasi City. *NATURAISTIC: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2b), 903–910.
- Thomas, Jerry. F. 2015. Analisa Pengaruh Rebranding Terhadap Brand Association Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Terhadap Customer Loyalty Pada PT Telkom Indihome Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra