
Rebranding UMKM “produk olahan *Aloe vera*” di kelurahan Ciptomulyo

Rahmatina Hidayati, Anis Zubair, Viry Puspaning Ramadhan, Iqbal Baghis Kenvin

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Merdeka Malang, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

Corresponding author : Rahmatina Hidayati

E-mail : rahmatina.hidayati@unmer.ac.id

Diterima: 25 Februari 2024 | Direvisi: 06 Maret 2024 | Disetujui: 08 Maret 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Di Kelurahan Ciptomulyo, Kecamatan. Sukun, Kota Malang terdapat UMKM yang bernama Warung Perempuan Mandiri. Salah satu kegiatan UMKM ini adalah membuat makanan dan minuman yang berbahan dasar *Aloe vera* (lidah buaya). Proses produksi olahan *Aloe vera* dilakukan ketika menerima pesanan. Namun, kegiatan ini terhenti semenjak pandemi *Covid-19* tahun 2020. Padahal sumber dana UMKM Warung Perempuan Mandiri adalah dari hasil penjualan. Tim Pengabdian Universitas Merdeka Malang yang terdiri dari dosen dan mahasiswa membuat program kerja membangkitkan kembali produk olahan *Aloe vera*. UMKM mengolah *Aloe vera* menjadi minuman sari, sirup, dan serabi. Pada kemasan produk sebelumnya, belum terdapat logo dan label yang digunakan belum mencantumkan komposisi, serta masa berlaku produk. Dari permasalahan tersebut, Tim Pengabdian membuat desain logo dan redesign label serta mengganti packaging. Kegiatan ini dinamakan dengan rebranding. Hasil dari pengabdian ini berupa logo, desain label baru, dan *packaging* baru.

Kata kunci: *rebranding*; UMKM; lidah buaya

Abstract

In Ciptomulyo Village, Kec. Sukun, Malang City has an UMKM called Warung Perempuan Mandiri. One of these UMKM activities is making food and drinks made from *Aloe vera*. The production process of *Aloe vera* products is carried out when receiving an order. However, this activity has been stopped since the *Covid-19* pandemic in 2020. Even though the source of funds for the UMKM Perempuan Mandiri Women Shop is from sales. The Merdeka University Malang Service Team consisting of lecturers and students created a work program to revive processed *Aloe vera* products. UMKM processes *Aloe vera* into juice, syrup and pancakes. On the previous product packaging, there was no logo and the label used did not include the composition and validity period of the product. From these problems, the Service Team made a logo design and redesigned the label and replaced the packaging. This activity is called rebranding. The results of this dedication are in the form of logo, new label designs, and new packaging.

Keywords: *rebranding*; UMKM; *Aloe vera*

PENDAHULUAN

Di Kelurahan Ciptomulyo RW 01, Kecamatan Sukun, Kota Malang terdapat UMKM yang bernama Warung Perempuan Mandiri. Salah satu kegiatannya adalah memproduksi makanan dan minuman yang berbahan dasar *Aloe vera* atau lidah buaya. Kegiatan ini dipelopori oleh (Setiadjit, Minah, & Hidayat, 2015) dengan memberikan pelatihan memproduksi jeli *Aloe vera*.

Sebelumnya, UMKM Warung Perempuan Mandiri memproduksi makanan dan minuman dari *Aloe vera* ketika menerima pesanan. Namun, kegiatan tersebut vakum semenjak pandemi *Covid-19*

pada tahun 2020. Padahal, sumber dana UMKM ini yakni dari hasil berjualan. Berdasarkan permasalahan tersebut, Tim Pengabdian Universitas Merdeka Malang membuat program kerja membangkitkan kembali produk olahan *Aloe vera*. Selain untuk meningkatkan ekonomi, produksi makanan dengan berbahan dasar *Aloe vera* juga bisa berdampak positif terhadap kesehatan tubuh karena bersifat anti virus dan anti bakteri (Endartiwi & Anggoro, 2021).

Saat ini, UMKM mengolah *Aloe vera* menjadi serabi, minuman sari, dan sirup. Berdasarkan pengamatan di lapangan, kemasan produk belum memiliki logo. Sedangkan label yang digunakan belum memenuhi standar ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan (Peraturan Pemerintah, 1999). Pada label yang lama belum mencantumkan informasi mengenai produk. Gambar 1 menampilkan produk dengan menggunakan label lama.



Gambar 1. Produk dengan Menggunakan Label Lama
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Dari permasalahan tersebut, program kerja pengabdian masyarakat akan berfokus pada *design* logo dan *redesign* label. Logo merupakan representasi visual yang mewakili identitas dari suatu entitas (perusahaan/organisasi/lembaga). Pembuatan logo bertujuan menyampaikan pesan komunikatif kepada masyarakat atau "*audience*" (Said, 2019).

Logo menjadi salah satu objek membangun persepsi, di mana pandangan yang muncul pada *audience* mengenai sebuah perusahaan, figur ataupun ide disebut *brand*. Proses membangun kesadaran masyarakat terhadap sebuah *brand* merupakan kegiatan yang dikenal sebagai *branding* (Hananto, 2019). Sedangkan kegiatan mendesain logo dan *redesign* label produk *Aloe vera* dalam kegiatan pengabdian ini merupakan proses *rebranding*.

Rebranding pada produk dapat mempresentasikan perubahan dan pembaruan dalam beberapa hal di produk tersebut. Kegiatan *rebranding* bagi perusahaan merupakan keniscayaan baik karena faktor internal maupun eksternal (Nastain, 2017). Selain membuat label baru dan logo, proses *rebranding* pada pengabdian ini adalah mengganti kemasan supaya lebih estetik untuk produk sari minuman dan lebih sesuai dengan umur simpan untuk produk sirup. Pengemasan (*packaging*) merupakan salah satu cara menyampaikan produk kepada konsumen dalam keadaan terbaik (Widiati, 2019).

METODE

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam *rebranding* produk olahan *Aloe vera* dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Tahapan Awal
Tahapan awal pengabdian adalah wawancara dengan mitra dan mengecek logo, label, serta kemasan produk yang digunakan sebelumnya. Di tahap ini, Tim Pengabdian menemukan bahwa produk olahan *aloe vera* belum memiliki logo. Sedangkan label yang digunakan belum terstandarisasi.
- 2) Tahapan Pelaksanaan
 - a. Belajar memproduksi *Aloe vera* yang akan di-*rebranding*.

Rebranding UMKM "produk olahan *Aloe vera*" di kelurahan Ciptomulyo

- b. Mendesain label baru dan logo. Sebelum memutuskan untuk menggunakan logo dan label tersebut, Tim Pengabdian mendiskusikannya dengan mitra. Setelah tidak ada revisi dari mitra, label dan logo pun siap dicetak.
 - c. Menentukan *packaging* baru. Penentuan ini berdasarkan kegunaan dan masa penyimpanan produk.
- 3) Tahapan Akhir
Menyerahkan hasil *design* dan *packaging* yang baru kepada mitra dan membuat laporan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari *rebranding* pada kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain: *design* logo, label baru, dan *packaging* baru. *Design* logo yang dibuat ditampilkan pada Gambar 2. Makna dari logo tersebut adalah:

- Lingkaran Luar: lingkup Kelurahan Ciptomulyo
- Lingkaran Dalam: inti dari Kelurahan Ciptomulyo
- Lambang *Aloe vera*: di Kelurahan Ciptomulyo terdapat *Aloe vera*
- "ALOE VERA": nama inti logo
- Karakter "Ciptomulyo": lokasi produk *Aloe vera*
- Warna Hijau: mempresentasikan warna *Aloe vera* itu sendiri



Gambar 2. Logo Produk *Aloe vera* Kelurahan Ciptomulyo
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Untuk desain label yang baru disesuaikan standar ketentuan dengan mencantumkan tanggal produksi, informasi produk, serta komposisi. Tampilan depan dan belakang label baru dari minuman sari *Aloe vera* ditunjukkan pada Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 3. Label Sari *Aloe vera* Tampilan Depan
(Sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 4. Label Sari Aloe vera Tampilan Belakang
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Label baru di atas sudah memenuhi standar pemerintah. Pada label terdapat nomor kontak pemesanan yang berupa *barcode* atau *Quick Response (QR) Code* untuk memudahkan konsumen memesan produk. Setelah pembuatan logo dan label, tahapan selanjutnya adalah mencetak dan menempelkan label pada kemasan.

Beberapa kriteria untuk menentukan pilihan pengemasan (*packaging*) yang tepat antara lain kenampakan, proteksi, fungsi, biaya, dan kemudahan membuang kemasan pasca pakai. Secara umum, kemasan diartikan sebagai bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan melindungi produk dari cuaca, guncangan serta benturan terhadap benda lain (Sucipta, Suriasih, & Kencana, 2017). Menurut Direktorat Pengawasan Produk dan Bahan Berbahaya, fungsi utama dari kemasan adalah sebagai wadah, pelindung, serta sarana promosi dan informasi. Selain itu, kemasan juga berfungsi sebagai ketelusuran (siapa produsennya, sampai kapan makanan layak dikonsumsi), kenyamanan konsumen (kemudahan dibuka dan ditutup kembali), dan segel (jaminan kemasan tersebut asli dan belum pernah dibuka) (BPOM, 2014).

Untuk produk sirup *Aloe vera*, Tim Pengabdian memilih kemasan kaca karena membutuhkan umur simpan cukup lama. Kelebihan dari botol kaca adalah tidak permeabel terhadap gas dan bersifat *inert* (tidak bereaksi dengan bahan lain) (BPOM, 2014). Keunggulan lain dari kemasan kaca adalah tidak mengkontaminasi produk yang dikemas (Rosmawati, Syam, & Sukainah, 2021). Gambar 5 menampilkan kemasan sirup *Aloe vera*. Sebelumnya kemasan yang digunakan adalah botol plastik.



Gambar 5. Kemasan Produk Sirup Aloe vera
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Untuk produk sari *Aloe vera*, Tim Pengabdian memilih kemasan botol plastik karena ringan dan tidak membutuhkan penyimpanan yang lama (hanya hitungan hari). Kemasan yang sebelumnya berbentuk bulat diganti dengan kotak untuk menyesuaikan desain label yang sudah dibuat. Sedangkan untuk produk serabi, menggunakan *paper bowl*. Gambar 6 menampilkan kemasan sari *Aloe vera* dan Gambar 7 kemasan serabi *Aloe vera*.



Gambar 6. Kemasan Produk Sari *Aloe vera*
(Sumber: dokumentasi pribadi)



Gambar 7. Kemasan Produk Serabi *Aloe vera*
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Setelah proses penempelan label pada kemasan, Tim Pengabdian pun menyerahkan kemasan tersebut kepada mitra. Selain itu Tim Pengabdian juga memberikan file desain label baru supaya bisa digunakan untuk pemasaran produk *Aloe vera* selanjutnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan *design* logo, *redesign* label, dan *packaging* produk yang lebih estetik dan sesuai umur simpan. Kemasan botol plastik untuk minuman sari *Aloe vera* dengan umur simpan sekitar 3 hari di suhu ruang, *paper bowl* tahan panas untuk serabi, dan botol kaca untuk sirup yang memiliki umur simpan paling lama di antara produk lainnya.

Hasil dari pengabdian ini bisa digunakan oleh mitra untuk memasarkan produk olahan *Aloe vera* dengan tampilan yang baru, baik dari segi kemasan maupun labelnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Merdeka Malang selaku pelaksana KKN Semester Ganjil Tahun Ajaran 2022/2023, seluruh mahasiswa peserta KKN kelompok 8, dan pelaku UMKM yang berkenan bekerja sama selama pelaksanaan pengabdian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Ariyanto, A., Wongso, F., Wijoyo, H., Indrawan, I., Musnaini, Akbar, M. F., Devi, W. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: PENERBIT INSAN CENDEKIA MANDIRI.
- BPOM. (2014). *Pedoman Pemilihan Jenis Kemasan Pangan*. Jakarta: Direktorat Pengawasan Produk dan Bahan Berbahaya.
- Endartiwi, S., & Anggoro, S. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Lidah Buaya Menjadi Makanan yang Bergizi. *Jurnal Pengabmas Masyarakat Sehat (JPMS)*, 3(2), 1-5.
- Hananto, B. (2019). Perancangan Logo dan Identitas Visual Untuk Kota Bogor. *JURNAL TITIK IMAJI*, 2(1), 19-32.
- Nastain, M. (2017). Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). 5(1), 14-26.
- Peraturan Pemerintah. (1999). Retrieved Februari 21, 2023, from <https://jdih.go.id/files/4/1999pp069.pdf>
- Rosmawati, Syam, H., & Sukainah, A. (2021). Pengaruh Jenis Kemasan dan Lama Penyimpanan Terhadap Kualitas Minuman Khas Sinjai (Ires). *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 7(1), 79-92.
- Said, A. (2019). Mendesain Logo. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar*, 6(3), 159-168.
- Setiadjit, D., Minah, F., & Hidayat, T. (2015). IbM Kelurahan Ciptomulyo Kota Malang dalam Mengolah Daun Tanaman Alloe Vera Sebagai Bahan Utama Komoditas Produk Makanan. *INDUSTRI INOVATIF*, 5(2), 13-15.
- Sucipta, I., Suriasih, K., & Kencana, P. (2017). *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif dan Efisien*. Denpasar: UDAYANA UNIVERSITY PRESS.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.