

Pendampingan UMKM Kerupuk Gendar MakMur Rembang Melalui Strategi Branding dan Perijinan

Najwa Naila Putri¹, Rahayu Muzahada², Inabilla Efrilian³, Siti Alliyah⁴

^{1,2,3,4} Universitas YPPI Rembang

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi masyarakat di tingkat pedesaan. Namun, dalam realitasnya, pelaku usaha lokal sering kali menghadapi kendala klasik seperti ketidakjelasan identitas merek, keterbatasan jangkauan pemasaran digital, serta belum terpenuhinya legalitas hukum usaha. Program Kuliah Kerja Usaha (KKU) ini bertujuan untuk memberikan pendampingan komprehensif pada UMKM Kerupuk Gendar MakMur milik Ibu Murtatik di Desa Turusgede, Rembang. Langkah optimalisasi yang diterapkan meliputi peremajaan (redesain) logo, pembuatan banner fisik, digitalisasi pemasaran melalui platform Facebook dan Google Maps, pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) berbasis risiko, edukasi pembukuan keuangan sederhana serta pencatatan keuangan. Hasil dari kegiatan pendampingan ini menunjukkan adanya penguatan identitas visual, perluasan akses pasar, serta penataan manajemen administrasi yang lebih rapi dan berkekuatan hukum. Melalui penguatan aspek branding dan legalitas formal ini, UMKM Kerupuk Gendar MakMur diharapkan memiliki daya saing yang lebih kompetitif dan keberlanjutan usaha yang lebih terjamin.

Kata Kunci: UMKM; Redesain Logo; Perizinan Usaha; *Digital Marketing*; Pencatatan Keuangan; Kerupuk Gendar MakMur.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have a strategic role in supporting the economic growth of communities at the rural level. However, in reality, local business actors often face classic obstacles such as unclear brand identity, limited digital marketing reach, and unfulfilled business legal legality. This Business Work Lecture (KKU) program aims to provide comprehensive assistance to Kerupuk Gendar MakMur MSMEs owned by Mrs. Murtatik in Turusgede Village, Rembang. The optimization steps implemented include logo rejuvenation, physical banner creation, marketing digitization through the Facebook and Google Maps platforms, risk-based Business Identification Number (NIB) management, simple financial bookkeeping education and financial recordkeeping. The results of this mentoring activity show that there is a strengthening of visual identity, expansion of market access, and a neater and more legal management arrangement. Through strengthening this aspect of branding and formal legality, Kerupuk Gendar MakMur MSMEs are expected to have more competitive competitiveness and more guaranteed business sustainability.

Keywords: MSMEs, Logo Redesign; Business Licensing; *Digital Marketing*; Financial Recording; Kerupuk Gendar MakMur.

Copyright (c) 2026 Najwa Naila Putri

Corresponding author :

Email Address : najwa61165@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai elemen terpenting dalam menggerakkan roda ekonomi masyarakat serta menyerap tenaga kerja dalam skala besar (Alfiansyah, 2024). Kendati memiliki potensi yang besar, sebagian besar pelaku usaha kecil di pedesaan belum menyadari pentingnya identitas merek (*brand identity*) bagi keberlangsungan bisnis mereka dalam jangka panjang (Alfiansyah, 2024). Salah satu UMKM di Kabupaten Rembang yang belum memiliki kesadaran pentingnya *brand identity* yaitu UMKM Kerupuk Gendar MakMur, yang merupakan usaha perorangan milik Ibu Murtatik yang terletak di Desa Turusgede, Rembang. Perjalanan usaha ini bermula sejak tahun 2008, dimana Ibu Murtatik mencoba peruntungan untuk membuat usaha kerupuk rambak. Walaupun usaha ini tidak berjalan lama, hal tersebut memberikan pengalaman berharga kepada Ibu Murtatik untuk mendirikan usaha baru pada tahun 2010 yang bernama Kerupuk Gendar MakMur. Berawal dari usaha skala kecil Kerupuk Gendar MakMur dapat mempertahankan kualitas rasa sehingga memperoleh pelanggan tetap dari warga lokal, meskipun proses produksi masih secara tradisional.

Melalui analisis situasi secara komprehensif, ditemukan peta kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman (SWOT) yang melingkupi eksistensi UMKM Kerupuk Gendar MakMur. Kekuatan usaha ini terdapat pada rasa produk yang konsisten serta harga yang terjangkau. Namun, kelemahan mendasar yang menjadi penghambat usaha ini meliputi ketidakjelasan identitas merek, belum adanya legalitas usaha (NIB), serta manajemen keuangan usaha yang masih bercampur dengan uang pribadi. Peluang usaha yang dimiliki oleh UMKM ini terdapat pada tingginya permintaan pasar, baik secara *offline* maupun secara *digital*. Namun, terdapat ancaman nyata berupa ketatnya persaingan terhadap produk sejenis serta penurunan omzet apabila usaha ini tidak beradaptasi dengan teknologi pemasaran masa kini.

Pembuatan logo usaha yang masih ala kadarnya, lokasi usaha yang terletak di area pedesaan menjadi kelemahan UMKM tidak dikenal oleh masyarakat luas. Kualitas produk kerupuk gendar yang baik tanpa di dukung oleh penguatan *branding* akan menjadi kendala dalam proses pemasaran. Sehingga program KCU Universitas YPPI Rembang tahun 2026 fokus terhadap strategi penguatan *branding*. Upaya dalam membangun citra visual produk bukan sekadar urusan hiasan kemasan, melainkan sebuah langkah strategis agar produk lokal memiliki daya pikat dan dapat dibedakan dari kompetitor secara konsisten (Maharani Dara Dinanti dkk., 2025).

Di samping persoalan merek, keterbatasan wawasan teknologi membuat pemanfaatan internet untuk kebutuhan bisnis belum berjalan optimal (Hendriadi dkk., 2019). Padahal, di era modern ini, teknologi informasi seperti pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan sarana yang sangat efektif untuk memperluas jaringan pasar dan meningkatkan profit secara efisien langsung dari genggaman tangan (Hendriadi dkk., 2019; Permana & Cendana, 2019). Kehadiran digital melalui platform media sosial seperti Facebook serta pencantuman lokasi pada Google Maps terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha dan memudahkan komunikasi transaksi dengan calon konsumen baru (Abidah Fauziyya dkk., 2023; Prameswari dkk., 2026).

Selain permasalahan branding dan pemasaran, UMKM Makmur juga memiliki kekurangan terkait ijin usaha. Formalitas hukum berupa kepemilikan izin usaha juga menjadi aspek fundamental yang wajib dipenuhi. Kehadiran inovasi perizinan digital melalui sistem *Online Single Submission Risk Based Approach* (OSS-RBA) kini memberikan kemudahan luar biasa bagi pelaku usaha mikro untuk memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB) secara cepat dan efisien (Duri dkk., 2024). Kepemilikan NIB ini sangat vital karena memberikan kepastian dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha, sekaligus meningkatkan kredibilitas di mata instansi perbankan maupun pemerintah (Redi dkk., 2022).

Rendahnya tingkat pendidikan pemilik UMKM menjadi salah satu faktor hambatan dalam pengembangan usaha. Salah satu hal yang juga belum menjadi pertimbangan dalam pengelolaan usaha yaitu keterbatasan pemilik UMKM terkait pengelolaan keuangan. Belum adanya pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta belum adanya pencatatan keuangan usaha juga menjadi salah satu penghambat sulitnya UMKM untuk bisa berkembang.

Hambatan-hambatan inilah yang melatarbelakangi pendampingan pada UMKM Kerupuk Gendar MakMur di Desa Turusgede, Rembang. Melalui program KKU Universitas YPPI Rembang, diinisiasi sebuah solusi integratif untuk membenahi aspek *branding*, legalitas formal, serta tata kelola administrasi usaha tersebut (Damayanti dkk., 2024).

METODOLOGI

Pendampingan ini dijalankan menggunakan metode partisipatif-kolaboratif dengan melibatkan mitra usaha secara aktif di setiap tahapan program. Kegiatan diawali dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam guna memetakan persoalan nyata yang dihadapi UMKM Kerupuk Gendar MakMur. Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, tim menyusun rencana aksi terstruktur yang meliputi redesain logo, pembuatan media promosi fisik, aktivasi media sosial, pendaftaran Google Maps, serta pengurusan legalitas usaha. Tahap implementasi dilakukan melalui pendampingan langsung secara bertahap kepada pemilik usaha. Kegiatan ini diakhiri dengan tahap evaluasi berkala untuk mengukur tingkat pemahaman mitra serta efektivitas dampak program terhadap operasional bisnis sehari-hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini diorientasikan pada implementasi strategi penguatan identitas merek (*branding*) serta pemenuhan legalitas formal untuk menjawab berbagai kendala operasional yang dihadapi oleh UMKM Kerupuk Gendar MakMur. Optimalisasi *branding* dan *digitalisasi* di era modern ini dirancang secara taktis guna mendorong perluasan jangkauan pasar, meningkatkan profitabilitas, serta menjamin keberlanjutan usaha mitra di ruang digital. Secara konkret, rangkaian hasil capaian dari program pendampingan berbasis partisipatif-kolaboratif ini meliputi beberapa poin kegiatan sebagai berikut:

1. Redesain Logo Usaha

Langkah awal penguatan identitas merek dilakukan melalui peremajaan (redesain) logo usaha Kerupuk Gendar MakMur. Mengingat logo lama yang menempel pada kemasan sudah usang, buram, dan sulit terlihat, tim melakukan perbaikan desain (*digitalisasi ulang*) agar tampilan merek menjadi lebih tajam dan modern tanpa menghilangkan karakteristik aslinya. Langkah ini krusial untuk membangun kesadaran merek (*brand awareness*) yang kuat di hadapan konsumen (Alfiansyah, 2024; Maharani Dara Dinanti dkk., 2025).



Gambar 1. Logo usaha

2. Pembuatan Banner Usaha

perbaikan logo, tim memfasilitasi Selain pembuatan banner fisik sebagai penanda lokasi usaha resmi. Banner ini dipasang di depan rumah produksi untuk memberikan informasi visual yang jelas bagi masyarakat sekitar maupun kurir yang mencari lokasi UMKM Kerupuk Gendar MakMur (Damayanti dkk., 2024).



Gambar 2. Banner Usaha

3. Pemasaran Digital Lewat Facebook

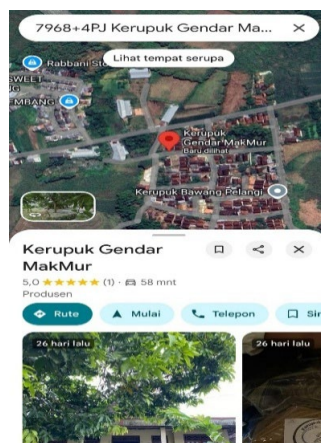
Sebagai sarana perluasan jangkauan promosi, tim mengaktifkan akun Facebook bisnis khusus untuk produk ini. Media sosial dimanfaatkan sebagai alat pemasaran interaktif yang hemat biaya namun efektif dalam menjaga kelangsungan dan eksistensi bisnis kecil (Hendriadi dkk., 2019; Permana & Cendana, 2019).



Gambar 3. Akun Facebook

4. Digitalisasi Lokasi Melalui Google Maps

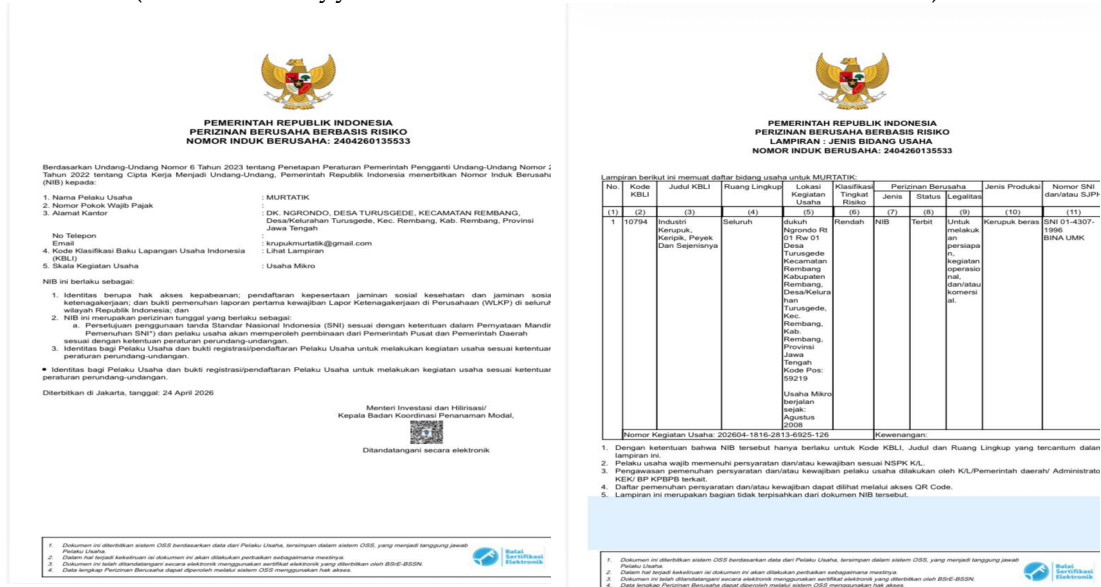
Titik koordinat tempat produksi UMKM Kerupuk Gendar MakMur didaftarkan pada aplikasi Google Maps. Digitalisasi lokasi ini berhasil meningkatkan visibilitas usaha di ruang siber, sehingga memudahkan konsumen dari luar wilayah desa untuk melacak rute pengiriman secara akurat (Abidah Fauziyya dkk., 2023; Prameswari dkk., 2026). Link Google Maps Kerupuk Gendar MakMur: <https://maps.app.goo.gl/q3YQPaV16SxAnbge9>



Gambar 4. Google Maps

5. Pengurusan Legalitas Usaha (NIB)

Pelaku usaha dibantu untuk mendapatkan Nomor Induk Berusaha (NIB) secara online melalui sistem OSS-RBA. Pemanfaatan sistem OSS berbasis risiko ini terbukti sangat efektif memangkas birokrasi, memberikan legalitas formal yang sah bagi usaha kecil, serta membuka peluang bagi mitra untuk mengakses bantuan permodalan dari pemerintah di kemudian hari (Abidah Fauziyya dkk., 2023; Duri dkk., 2024; Redi dkk., 2022).



Gambar 5. Izin Usaha (NIB)

6. Standardisasi Transaksi (Stempel dan Nota)

Guna menertibkan administrasi penjualan, tim mengadakan stempel resmi dan nota belanja terstruktur untuk UMKM Kerupuk Gendar MakMur. Fasilitas ini sangat berguna dalam menciptakan tata kelola niaga yang lebih rapi, transparan, dan memberikan citra manajemen yang profesional kepada para agen penampung.



Gambar 6. Nota dan Stempel

7. Edukasi Pembukuan Keuangan Sederhana

Tim memberikan pelatihan pencatatan arus kas harian dasar bagi Ibu Murtatik. Melalui edukasi ini, pemilik usaha kini memahami cara menghitung laba bersih secara berkala serta pentingnya memisahkan uang modal operasional usaha dengan uang belanja keperluan rumah tangga (Widodo & Rosyidi, 2021).



Gambar 7. Pendampingan Pencatatan Keuangan

8. Promosi Produk pada Event Bazar Bhina Run

Sebagai ajang uji coba pemasaran langsung, produk Kerupuk Gendar MakMur dengan kemasan logo hasil redesain diikutsertakan dalam pameran produk lokal pada acara Bhina Run. Langkah taktis ini terbukti efektif menarik perhatian masyarakat luas di Rembang sekaligus mendongkrak angka penjualan harian secara signifikan.

SIMPULAN

Program pendampingan Kuliah Kerja Usaha (KKU) pada UMKM Kerupuk Gendar MakMur telah memberikan hasil yang signifikan sesuai dengan target yang direncanakan. Melalui langkah redesain logo, citra visual produk berhasil diremajakan sehingga tampil lebih profesional. Pemanfaatan platform digital Facebook dan Google Maps sukses memperluas jangkauan pemasaran yang sebelumnya bersifat konvensional. Terlebih lagi, kepemilikan NIB melalui sistem perizinan modern OSS-RBA serta penerapan pembukuan keuangan yang tertib menjadi fondasi legalitas dan manajerial yang kokoh bagi keberlanjutan bisnis Ibu Murtatik di Desa Turusgede.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang tulus kepada Ibu Murtatik selaku pemilik UMKM Kerupuk Gendar MakMur atas kerja sama dan semangatnya selama proses pendampingan. Penghargaan yang tinggi juga kami hantarkan kepada Pemerintah Desa Turusgede, Kecamatan Rembang, atas izin dan fasilitasi tempat yang diberikan. Akhir kata, terima kasih kepada Dosen Pembimbing Lapangan serta segenap anggota tim KKU Universitas YPPI Rembang yang telah bersinergi menyukseskan program pengabdian ini.

Referensi :

- Abidah Fauziyya, P., Ayu Rashida, F., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1837–1847. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1214>
- Alfiansyah, R. (2024). Strategi Peningkatan Brand Awareness Untuk Membentuk Brand Recognition dan Brand Identity Pada UMKM Di Desa Kebonturi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 625–632. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2765>

- Damayanti, A. I., Nurhidayati, A., Ihsan, S., & Rohman, M. H. A. (2024). *Pendampingan dan Pengembangan Usaha UMKM Anis Tempe melalui Branding Produk di Era Digital*. 509–515.
- Duri, R., Hidayat, B. A., & Sinaga, R. D. (2024). *Efektivitas Online Single Submission Risk Based Ap- proach (OSS RBA) Inovasi Perizinan Usaha Mikro Kecil di Perkotaan*. 8, 103–115.
- Hendriadi, A. A., Sari, B. nurina, & Padilah, T. N. (2019). *Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang*. *J-Dinamika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 120–125. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v4i2.1133>
- Maharani Dara Dinanti, R. N., Dewi Maryam, M., Hati, R., Mukti, R. H., & Malasari, S. (2025). *Pendampingan UMKM : Pembuatan NIB, Branding, dan Digitalisasi Melalui Google Maps di Dusun Sabatan MSMEs Mentoring: NIB Making, Branding, and Digitalization Through Google Maps in Sabatan Hamlet*. 2.
- Permana, S. D. H., & Cendana, M. (2019). *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Keberlangsungan Bisnis Umkm*. *Journal Community Development and Society*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.25139/cds.v1i1.1649>
- Prameswari, D., Maruzi, A. R. C., Cahyani, S. N., Febriana, E., Endah Septi Aulia Sari , Indira Jovita Febriyanti, M. D., Fatmawati, R., & Utami, S. (2026). *PENDAMPINGAN UMKM GO DIGITAL: PENINGKATAN LAYANAN GOOGLE MAPS DAN APLIKASI SHOPEE PADA UMKM SOBAT KOPI DESA KEMLOKO*. 7(1), 46–53.
- Redi, A., Marfungah, L., Fansuri, R. F., Prawira, M., & Lafentia, A. (2022). *Perizinan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm): Bentuk Pemberdayaan, Perlindungan Hukum Dan Mewujudkan Negara Kesejahteraan*. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(1), 282–292. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.13553.2022>
- Widodo, A., & Rosyidi, S. (2021). *PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN BAGI PELAKU USAHA TERASI DESA LERAN KECAMATAN SLUKE KABUPATEN REMBANG SEBAGAI PEMBEKALAN KETERAMPILAN BERWIRUSAHA*. *Buletin Abdi Masyarakat*, 1(2), 46–52.