

Pentingnya Inovasi Rebranding UMKM Yang Maju Sebagai Syarat Menjadi Pewirausahaan Sukses

Zahrotul Firda¹ Jamaaluddin Jamaaluddin^{2*}

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,
Jl. Raya Gelam, Candi, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

*jamaaluddin@umsida.ac.id

Abstract.

Due to the lack of introduction to the latest insights about ideals from an early age it makes one's mindset far from thinking of becoming an entrepreneur. Small home industries that have experienced the development of various technologies currently have a broad reach on the MSME scale and on a larger scale. In branding innovation it uses the PALS method. With the aim of increasing the economic income of local residents, it is necessary to implement branding innovations in MSMEs

I. PENDAHULUAN

UMKM dalam sejarah Indonesia memiliki peranan besar bagi pendapatan negara. Karna, menjadi prioritas utama pada pelaku usaha yang menjadi pioner utama bagi para wirausahawan . Berdasarkan data yang didapatkan bahwa perkembangan UMKM Indonesia terus meningkat dari hasil otoritas jasa keuangan (OJK) didapatkan hasil catatan UMKM terus bertumbuh menjelang akhir tahun 2020 dan kredit dapat berpotensi bertumbuh seiring dengan melonjaknya kebutuhan modal usaha baru pada akhir tahun 2021. Dan ada catatan yang menunjukkan lebih dari UMKM yang menyebar diberbagai daerah di Indonesia [2].

Penjelasan tentang rebranding merupakan aktifitas yang sangat wajib diprioritaskan, yang bertujuan untuk mendukung peningkatan industri UMKM di berbagai wilayah melalui kestabilan ekonomi yang kreatif Salah satu jenis kegiatannya seperti yang dilakukan pada kelompok UMKM . Dimana penguatan brand dilakukan dengan memberikan pemaparan tentang sosialisasi penggunaan dan tata cara menggunakan platform WhatsApp web, pendaftaran dan penentuan titik lokasi Google Maps.



Salah satu kegiatannya seperti yang dilakukan pada kelompok UMKM yang Dimana penguatan brand dilakukan dengan memberikan pemaparan tentang sosialisasi penggunaan dan tata cara menggunakan platform WhatsApp web, pendaftaran dan penentuan titik lokasi Google Maps.. Dan cara yang bisa dilakukan yaitu dengan memperbaharui identitas merek dan produk [4].

Di desa yang berkembang memiliki hal menarik sangat besar berpengaruh untuk mejadi desa yang maju, mandiri, kreasi. bahkan berpeluang besar menjadi percontohan desa tangguh bagi desa lainnya yang ada diberbagai daerah indonesia dalam menghadapi permasalahan dua tahun kebelakang. Hal ini dibuktikan dengan teresedia sumber daya yang mumpuni dan juga semangat para ibu rumah tangga untuk membuat perubahan besar bagi ekonomi keluarga maupun potensi di desanya. Didesa berkembang ini, terdapat kelompok penaug yang selalu aktif untuk melakukan kegiatan produktivitas yang mampu memiliki nilai jual yang ekonomis seperti pembuatan variasi jamu dan juga pembuatan batik ikat celup [6].

Dalam perkembangannya, kesadaran mengenai nilai brand pada produk yang dibuat oleh sekelompok UMKM belum terlalu dikenal masyarakat secara luas. Identitas merek, logo, simbol dan desain suatu luaran produk bisa dikenal secara lebih luas dengan adanya rebranding pada produk UMKM ini. tarik untuk mengembangkan identitas merek berdasarkan pada produk UMKM. I [7].

Dalam berbisnis maka para pewirausahawan wajib melakukan pengembangan pada industri bisnis yang akan dikembangkan dengan cara baik , jujur , tekun dan bertanggung jawab untuk menunjang perkembangan bisnisnya , maka langkah awal yang wajib dilakukan adalah berusaha mengembangkan bisnis dengan keuntungan yang dapat menunjang berjalannya usaha agar menjadi modal dalam berkembang lebih naju dan lebih baik kedepannya [1]

II. MASALAH

Pada kegiatan berwirausahaan UMKM tidak mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Beberapa hal menjadi penyebab faktor permasalahan ini. Faktor pertama yaitu kurangnya anggota anak muda sekitar UMKM untuk pengembangan produknya. Dimana hal itu masih menjadi titik berat dalam proses berkembagnya produk unggulan UMKM pada proses rebrandingnya.

Faktor selanjutnya yaitu kurangnya sosialisasi tentang pemasaran produk UMKM atau pendampingan pada kelompok UMKM, beberapa aspek memungkinkan menjadi permasalahan untuk kemajuan UMKM. Terlebih anggota UMKM ini adalah ibu rumah tangga. Dan seluruh permasalahan

yang menjadi kendala dalam sekelompok UMKM dan diperlukan pendampingan dari beberapa pihak salah satunya dimulai dari diri pengusaha wirausaha itu sendiri.

Tabel 1. Permasalahan yang ada di UMKM

Aspek	Aspek Proses Pendampingan UMKM	Aspek pengembangan produk UMKM
Permasalahan UMKM	Belum memiliki pendampingan dan sosialisasi terkait perkembangan produknya	Branding, packaging dan sosialisasi pengembangan WA Business

Tabel 1. Menunjukkan beberapa ringkasan permasalahan yang harus dilakukan oleh para pelaku UMKM berdasarkan pemaparan analisis masalah maka langkah yang bisa dilakukanyaitu membuat rancangan prioritas dan juga kesepakatan bersama dengan para kelompok UMKM. untuk langkah ini dibantu dengan melakukan sosialisasi pengembangan produk diawali dengan merubah desain sticker dan packaging produk , kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi pemasaran melalui sosial media yaitu menggunakan platform whatsapp bisnis. Agar bisa terbentuknya kelompok UMKM sebagai pion dalam ekonomi bermasyarakat

III. METODE

Metode diambil dari permasalahan yaitu dengan menggunakan metode PALS (Participatory Action Learning System), pada metode dengan cara melibatkan pada kegiatan kewirausahaan guna memberikan perubahan menuju perbaikan dalam program kewirausahaan. Dimana dalam metode ini pembelajaran yang dilakukan fokus pada fase kesadaran para kewirausahaan, fase pemodalan dan pendampingan para pelaku usaha dan fase kelembagaan usaha.

Tabel 2. Permasalahan dan solusi terkait program pemajuan usaha wirausaha

Permasalahan UMKM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya anggota anak muda sekitar UMKM untuk pengembangan produknya. 2. Kurangnya sosialisasi tentang pemasaran produk UMKM atau pendampingan pada kelompok UMKM
-------------------	--

- Solusi
1. Membuat rancangan prioritas dan juga kesepakatan bersama dengan para kelompok pengusaha UMKM .
 2. Wajib adanya sosialisasi pengembangan produk diawali dengan merubah desain sticker dan packaging untuk pengembangan produk UMKM
 3. Sosialisasi pemasaran melalui sosial media yaitu menggunakan platform whatsapp bisnis

Pendekatan

1. Dilakukan observasi, wawancara untuk menentukan apa saja faktor penghambat selama proses kegiatan sosialisasi UMKM ini.
 2. Diberi sosialisasi terkait branding ke platform digital dan proses penggunaannya.
 3. Dilakukan sosialisasi produk dan pendampingan sehingga bisa mewujudkan kemandirian ekonomi bermasyarakat.
-

Pada perkembangannya adapun beberapa tahapan yaitu :

a. Perencanaan awal

Pada tahapan ini dilakukan observasi, wawancara untuk menentukan apa saja faktor penghambat selama proses kegiatan abdimas ini. Lalu dilakukan rapat koordinasi antar anggota wirausaha yang tergabung UMKM di lapangan untuk membahas faktor perencanaan

b. Proses sosialisai produk dan pendampingan proses branding, packaging

Pada kelompok UMKM diberi sosialisasi terkait branding ke platform digital dan proses penggunaannya, selanjutnya diberi pendampingan terkait packaging yang lebih menarik yang mampu membuat konsumen lebih terkait dengan produk unggulan ini.

c. Evaluasi kegiatan UMKM

Hasil evaluasi program yang dilakukan bersama UMKM khususnya para pengusaha UMKM terkait sosialisasi produk dan pendampingan sehingga bisa mewujudkan kemandirian ekonomi bermasyarakat di desa berkembang maupun daerah warga sekitar

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di desa berkembang berkelompokkan yaitu ibu rumah tangga yang ada pada sekitar rumah, maupun dari para awam pelaku usaha [4]. yang bertujuan pembentuk dan pengembang perilaku wirausaha, yang mampu lebih kreasi, menciptakan hal baru, dan aktif dalam menjalankan perkembangan lingkungan dalam berwirausaha [5]. Pembuatan WhatsApp Business dengan tujuan bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk dengan mendatangi tempat toko, namun sekarang bisa melalui pembelian menjadi online. UMKM harus cukup kreatif dalam pemasaran WA business dengan keberhasilan 70% [3]. Proses pembuatan akun platform digital whatsapp bisnis dimulai dari memfoto, pengumpulan dilanjutkan menyeleksi hasil jepretan foto produk, dilanjutkan dengan pemberian tanda kepemilikan hak foto hingga proses upload foto ke dalam catalog whatsapp bisnis. Dan dilanjutkan dengan mengambil Photoshoot produk. Proses pengambilan foto di yang dilakukan pelaku usaha.

Pada pelaksanaan ini metode PALS yang merupakan metode dengan cara melibatkan masyarakat sekitar yang bertujuan secara alamiah agar memberikan perubahan menuju perbaikan dalam program kewirausahaan. Metode PALS ini melatih kemandirian antar entrepreneurship untuk meningkatkan kompetensi didalam dunia kerja serta membuka sebuah bisnis sesuai kompetensi entrepreneurship capacity building.

Pemaparan tentang branding merupakan kegiatan yang perlu dilakukan agar memperbaiki pada setiap aspek yang ada dalam sistem kewirausahaan dapat ditingkatkan. Hal yang perlu dilaku pelaku usaha, Dimana dalam kegiatan branding ini bertujuan untuk memperkuat kualitas produk UMKM dari beberapa aspek [8]. Branding ada berbagai macam, yang pertama yaitu istilah digital branding yang bertujuan untuk pemasaran dengan perantara menggunakan akses internet. Yang kedua, yaitu branding packaging yang bertujuan untuk menarik calon konsumen di UMKM dalam menentukan keputusan agar transaksi dapat dilakukan

V. KESIMPULAN

Pelaksanaan diikuti oleh beberapa ibu rumah tangga yang ada pada kelompok UMKM .yang bertujuan pembentuk dan pengembang perilaku wirausaha, yang mampu lebih kreasi, menciptakan hal baru, dan aktif dalam menjalankan perkembangan lingkungan dalam berwirausaha. Dan dilanjutkan dengan mengambil foto pada produk foto di yang dilakukan oleh anggota mahasiswa pengabdian masyarakat.

Pada pelaksanaan menggunakan metode PALS , yang merupakan metode dengan cara melibatkan mahasiswa yang bertujuan secara alamiah agar memberikan perubahan menuju perbaikan dalam program kewirausahaan. Dimana dalam kegiatan branding ini bertujuan untuk memperkuat kualitas produk UMKM dari beberapa aspek. Branding ada berbagai macam, yang pertama yaitu istilah digital branding yang bertujuan untuk pemasaran dengan perantara menggunakan akses internet. Yang kedua, yaitu branding packaging yang bertujuan untuk menarik calon konsumen di UMKM dalam menentukan keputusan agar transaksi dapat dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "jadi satu- BUKU _ KEWIRAUSAHAAN _ JAMAALUDDIN"
- [2] Dewi, S. R. (2021). *Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19*. 7(1), 95–101.
- [3] Made, A., Putri, A., Wayan, N., Ulandari, A., Sri, I. N., & Kusuma, J. (2020). *PKM Pemanfaatan Media Sosial & Aplikasi Pengolahan Angka dalam Peningkatan Penjualan*. 2(3), 67–78.
- [4] Setiawan, D., Mumtahana, H. A., & Saputra, B. (2022). Literasi Branding & Packaging Kelompok UMKM Desa Sidorejo Dusun Kopen. 80–84.
- [5] Shodikin, A., Muhajir, A., Sumarno, W. K., Matematika, P., Islam, U., Ulum, D., Islam, U., Ulum, D., Ekonomi, F., Islam, U., Ulum, D., Inggris, P. B., Islam, U., & Ulum, D. (2017). *PENDAHULUAN IbK di Universitas Islam Darul Ulum merupakan suatu sistem yang dirancang untuk berperan lebih dari sekedar tempat diselenggarakannya pelatihan manajemen bagi tenant , tetapi untuk juga memiliki evaluasi terhadap seluruh aktivitas yang telah d. September*, 316–321.
- [6] Sukmawan, V. P., Ningsih, S. W., & ... (2021). Digitalisasi Lokasi Umkm Warga Rw O5 Pasir Biru. ... *Uin Sunan Gunung ...*, 9(November).
<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/239%0Ahttps://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/download/239/201>
- [7] Susu, M. O. (2021). *PENINGKATAN PENJUALAN UMKM YOGHURT OUTY (YOOOUTY)*. *Ciastech*, 711–716.
- [8] Dan, Sosialisasi, Inovasi Olahan, Jamu Cair, Menjadi Jamu, and Bubuk Pada. 2019. "Kata Kunci :"
1(2):118–25

