

PENGEMBANGAN STRATEGI MELALUI DIGITALISASI DAN REBRANDING PADA UMKM JAJANAN THAYA

Palahiyah¹⁾, Shoma Febriyani²⁾, Indina Dhesta Nugrahaeni³⁾, Adissya Maya Andara⁴⁾

^{1), 2), 3), 4)}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Primagraha

E-Mail:

indinadhesta@gmail.com

Submitted:

29-06-2024

Accepted:

29-07-2024

Published:

31-07-2024

ABSTRAK

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat terhadap observasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk produk hottang di perumahan taman ciruas permai RW 06 kecamatan Ciruas. Bertujuan untuk mengembangkan usaha mikro melalui digitalisasi dan Rebranding guna memaksimalkan pemasaran produk. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif menyertai informasi faktor internal dan eksternal atas keunggulan kompetitif berbentuk metode kerja atau teknologi, kemasan, promosi dan pemasaran. Sebelumnya produk dikemas memakai kemasan palastic dan belum menggunakan logo penjualan pada kemasan produk. Sewaktu kegiatan pengabdian masyarakat berlangsung, kami memberikan sosialisasi dan pendampingan usaha tersebut agar semakin meningkat mulai dari pendaftaran di google maps, implementasi pembayaran QR, serta pembuatan banner, logo dan kemasan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.

Kata Kunci: Pengembangan Strategi, Digitalisasi, Rebranding

Corresponding

Author:

Indina Dhesta

Nugrahaeni

ABSTRACT

In community service activities for the observation of micro, small and medium enterprises (MSMEs) for hottang products in Taman Ciruas Permai RW 06 Ciruas sub-district. Aims to develop micro-enterprises through digitalization and rebranding to maximize product marketing. This activity is carried out using qualitative methods accompanying information on internal and external factors of competitive advantage in the form of work methods or technology, packaging, promotion and marketing. Previously, the products were packaged using palastic packaging and had not used a sales logo on the product packaging. When the community service activity took place, we provided socialization and assistance for the business to increase starting from registration on google maps, implementation of QR payments, and making banners, logos and packaging. This activity is expected to provide benefits for business actors to develop their business.

Keywords: Strategy Development, Digitalization, Rebranding

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era sekarang, bisnis sangat digemari oleh beberapa kalangan. Mereka menerjuni bidang bisnis, karena tertarik dengan dunia perekonomian. Banyak macam-macam bidang dalam bisnis, salah satunya bisnis kuliner (makanan). Di sini kami akan membahas salah satu produk makanan, yang bernama Hottang. Hottang adalah sebuah makanan yang dibalur oleh tepung dan

kentang. Hottang ini berupa sosis, yang akan ditutupi atau dibalur dengan tepung, kemudian akan dibalur kembali dengan kentang sebagai variasinya.

Jajanan Thaya, salah satu penjual hottang ini, bertempat di Taman Ciruas Permai Blok D1 No. 62 RT/RW 004/006, Desa Pelawad, Kecamatan Ciruas, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. Hottang memiliki peminat dari anak kecil hingga orang dewasa. Namun, karena kurangnya promosi yang tersebar luas untuk produk hottang ini, menyebabkan kurangnya peminat dari luar komplek. Sehingga, tak jarang masih ada orang yang belum mengetahui bahwa "Jajanan Thaya" menjual produk hottang.

Maka dari itu, kami para melakukan pengembangan produk hottang secara digitalisasi dan rebranding, dengan cara mempromosikan melalui aplikasi Instagram dan WhatsApp, serta membuat banner dan logo yang sekiranya sangat dibutuhkan untuk membantu mempromosikan secara luas. Kami juga meng-upgrade kemasan yang lebih menarik daripada sebelumnya. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk hottang di "Jajanan Thaya".

Rumusan Masalah

Dari latar belakang Pengembangan Usaha Mikro Melalui Digitalisasi Dan Rebranding "Studi Kasus Produk Hottang" munculah umusan masalah yang penulis temukan pada saat melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu:
Bagaimana strategi digitalisasi dan rebranding dapat meningkatkan promosi online maupun langsung dalam penjualan produk UMKM Jajanan Thaya?

Landasan Teori

1. Digitalisasi
Digitalisasi adalah proses perubahan dari bentuk analog ke bentuk Digital. (Gartner IT Glossary) Sementara menurut Hess dkk. (2016), dan Horvath dan Szabo (2019) Memandang otomatisasi proses melalui teknologi Informasi sebagai Digitalisasi.
2. Rebranding
Rebranding berasal dari kata Re yang berarti "Kembali" dan Branding yang bermakna "Penciptaan Brand Image" Secara Mendasar menuju Kondisi yang lebih baik. Rebranding merupakan langkah transformasi penciptaan citra baru perusahaan yang di topang oleh management yang lebih solid dan kinerja yang lebih bagus.
3. Pemasaran
Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai konsumen (Menurut American Marketing Association 1960 dalam) (Assauri 2017).

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Primagraha bertujuan untuk mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) produk hottang di perumahan Taman Ciruas Permai RW 06, Kecamatan Ciruas. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk mengembangkan usaha mikro melalui digitalisasi dan rebranding guna memaksimalkan pemasaran produk. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, metode kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha tersebut.

Faktor-faktor ini mencakup keunggulan kompetitif dalam hal metode kerja atau teknologi, kemasan, promosi, dan pemasaran. Sebelumnya, produk hottang dikemas dengan kemasan plastik tanpa logo penjualan. Selama kegiatan pengabdian masyarakat, mahasiswa

memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku usaha dengan beberapa langkah strategis. Langkah- langkah tersebut meliputi pendaftaran usaha di Google Maps, implementasi sistem pembayaran menggunakan QR, serta pembuatan banner, logo, dan kemasan produk baru. Diharapkan, kegiatan ini dapat memberikan manfaat signifikan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan daya saing di pasar. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan usaha hottang di Perumahan Taman Ciruas Permai dapat berkembang lebih baik dan mencapai pangsa pasar yang lebih luas.

Pengabdian masyarakat menggunakan metode kualitatif untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha produk hottang di perumahan taman ciruas permai RW 06. Dengan metode ini, Diharapkan usaha produk hottang di perumahan taman ciruas permai RW 06 dapat meningkatkan daya saing dan pemasaran produk mereka melalui digitalisasi dan rebranding.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil yang telah di capai dari pelaksanaan pengabdian masyarakat sesuai dengan program yang telah kami jalankan yaitu:

1. Pembuatan Desain Logo Produk

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami berhasil membuat logo yang menarik dan kemasan yang lebih berkualitas untuk produk hottang. Dengan tujuan agar produk hottang memiliki logo yang mudah dikenal, yang meningkatkan daya Tarik dan nilai jual produk. Dan kami juga membuat dan mencetak logonya, lalu di berikan kepada mitranya agar dilanjutkan kedepannya.



Gambar 1. Desain logo untuk produk hottang

2. Pengembangan Kemasan Produk

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami berhasil mengembangkan kemasan produk hottang. Dengan tujuan agar produk hottang memiliki kemasan yang lebih menarik agar meningkatkan daya Tarik dan nilai jual. Cara mengembangkannya yaitu dengan menggunakan kemasan box dus yang lebih simple dan praktis.



Gambar 2. Kemasan produk sebelum dan sesudah

3. Pembuatan Banner Promosi

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami juga membuat desain banner sekaligus di cetak banner promosi tersebut agar lebih informatif dan menarik, serta pemasangannya di depan perumahan area jualan. Dengan adanya banner dapat menarik perhatian konsumen.



Gambar 3. Desain Banner



Gambar 4. Tempat Usaha Sebelum dan Sesudah

4. Pendaftaran Usaha Di Google Maps

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami juga mendaftarkan usaha hottang di google maps. Profil usaha dilengkapi dengan informasi lengkap dan foto produk. Dengan tujuan agar usaha hottang lebih mudah ditemukan oleh konsumen melalui pencarian digoogle map, yang meningkatkan kunjungan.



Gambar 5. Tampilan lokasi di google maps

5. Pembuatan Sistem Pembayaran QR

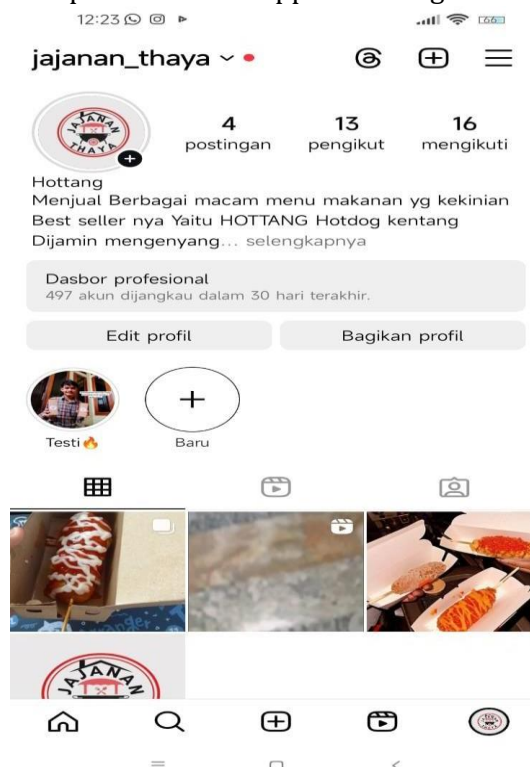
Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami juga memberikan pelatihan pelaku usaha tentang penggunaan system pembayaran QR, Serta bantuan dalam pengaturan akun pembayaran digital. Dengan tujuan agar pelanggan dapat melakukan pembayaran dengan lebih mudah dan cepat, yang meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.



Gambar 6. QRIS

6. Peningkatan Promosi Lewat Sosial Media

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami memanfaatkan teknologi digital dalam rangka meningkatkan penjualan dan pemasaran produk lewat sosial media agar dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat melalui platform whatsapp dan Instagram.



Gambar 7. Promosi melalui media sosial yaitu instagram

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh penulis yang dilaksanakan di kedai jajanan thaya yaitu produk hottang. Di perumahan taman ciruas permai RW 06 kecamatan Ciruas. Telah berjalan dengan lancar. Demikian hasil yang telah dicapai dalam meningkatkan (UKM) produk hottang yaitu dengan pembuatan logo merk, stan banner, dan kemasan. Dalam segi pemasaran telah tercapai perubahan melalui media sosial seperti whatsapp dan instagram. Dan juga dalam segi pembayaran telah tercapai perubahan dengan pembayaran online menggunakan QRIS. Dan yang terakhir mendaftarkan lokasi tempat usaha di google maps agar lebih mudah di akses oleh semua orang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada pelaku usaha UMKM jajanan thaya produk hottang ibu sriana budi setiawati atas kerjasamanya selama kami melakukan penelitian UMKM.

REFERENSI

- Fizzy Andriani, C. A. (2019). Rebranding sofyan hotelcut meutia dalam meningkatkan citra . Jurnal pustaka komunikasi, 93-104.
- Muhammad Sholihin, A. F. (2022). Review Artikel : Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen. Proceedings Of Islamic Economics Business, and Philanthropy, 136-146.
- Oktaria Ardika Putri, S. H. (2022). Review Artikel: Transformasi Digital Dalam Bisnis Dan Manajemen. Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy, 136- 166