

# PENGUATAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI BRANDING PRODUK UNGGULAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL PADA USAHA SABLON

<sup>1</sup>Azizatuz Zahro', <sup>2</sup>Andika Bagus Nur Rahma Putra, <sup>3</sup>E.W. Suprihatin D.P;  
<sup>4</sup>Nanda Laily Qomariyah, <sup>5</sup>Mochammad Zidan Ramadhan  
Universitas Negeri Malang  
\*Email: [azizatuz.zahro.fs@um.ac.id](mailto:azizatuz.zahro.fs@um.ac.id)

***Abstrak:** Program kewirausahaan mahasiswa Akang Sablon bertujuan memperkuat kompetensi semua kelompok usaha yang terlibat dalam produksi di Akang Sablon, usaha jasa sablon milik salah seorang mahasiswa UM. Kelompok usaha tersebut adalah jasa sablon dan jasa jahit. Penguatan dilakukan dengan melengkapi perizinan, penguatan kompetensi pelaku UKM, penetapan produk unggulan dan produksi, dan mem-branding produknya dengan cita rasa khas Kediri, tempat atau pusat UKM Akang Sablon. Kabupaten Kediri sebagai pusat Kerajaan Kediri di masa lampau memiliki banyak potensi lokal berupa warisan kebudayaan, baik benda maupun tak benda yang harus dilestarikan sebagai identitas luhur. Pelestarian tersebut dilakukan dengan penciptaan disain sablon yang sesuai dengan potensi lokal Kabupaten Kediri tersebut. Disain sablon diaplikasikan pada t-shirt yang di antara diproduksi sendiri oleh penjahit yang telah menjadi bagian dari UKM Akang Sablon. Dengan pengembangan ini diharapkan UKM Akang sablon dapat memproduksi t-shirt dan sablon tanpa menunggu pesanan. Pengurusan izin usaha yang telah dilakukan penting sehingga UKM Akang Sablon dapat leluasa melakukan aktivitas usaha dan melakukan promosi melalui media sosial. Izin usaha juga diawali dengan penetapan nama UKM yang sekaligus menjadi merk produk. Nama yang dipilih adalah JYT Clothes yang merupakan kependekan dari Jayati Clothes. Jayati merupakan semboyan Kediri dimasa lampau yang bermakna Jaya. Selanjutnya, aspek pemasaran dengan pemasaran online/daring serta pembuatan jejaring sehingga Akang Sablon atau JYT Clothes dapat bertahan dan meningkatkan daya saingnya sebagai UKM dres line khas Kabupaten Kediri.*

**Keywords:** branding, kearifan lokal, kewirausahaan, sablon

**Abstract:** The entrepreneurship program for Akang Sablon students aims to strengthen the competence of all business groups involved in production at Akang Sablon, a screen printing service business owned by a UM student. These business groups are screen printing services and sewing services. Strengthening is carried out by completing licensing, strengthening the competence of SMEs, determining superior products and production, and branding their products with the distinctive taste of Kediri, the place or center of Akang Sablon SME Kediri Regency as the center of the Kediri Kingdom in the past had a lot of local potential in the form of cultural heritage, both tangible and intangible that must be preserved as a noble identity. The preservation is carried out by creating a screen printing design that is in accordance with the local potential of the Kediri Regency. The screen printing design was applied to the t-shirt, which was produced by tailors who were part of SME Akang Sablon. With this development, it is hoped that SME will be able to produce t-shirt and screen printing without waiting for orders. The management of the business license that has been carried

out is important so that SME Akang Sablon can freely carry out business activities and carry out promotions through social media. The business license also begins with the determination of the name of the SME which is also a product brand. The name chosen is JYT Clothes which is short for Jayati Clothes. Jayati is the motto of Kediri in the past which means Jaya. Furthermore, aspects of marketing with online/online marketing and networking so that Akang Sablon or JYT Clothes can survive and increase their competitiveness as a dress line SME typical of Kediri Regency.

Keywords: branding, local wisdom, entrepreneurship, screen printing

## PENDAHULUAN

UMKM adalah penopang ekonomi negara yang paling tangguh (Sutrisini, 2019) UMKM terbukti dapat terus eksis walau negara dilanda krisis. Namun, situasi pandemi agak berbeda. Pembatasan aktivitas fisik tentu sangat berdampak pada UMKM yang merupakan usaha kecil, mengandalkan penjualan langsung, dan beradaptasi dengan teknologi informasi. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha kecil atau kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri ("Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah," n.d.).

*Akang Sablon* sebagai UKM yang mengkhususkan pada usaha sablon kaos selama masa pandemi covid-19 mengalami kelesuan karena minimnya jumlah pesanan. Hal ini tidak mengherankan jika dilihat dari data yang diberikan LIPI bahwa UMKM terkena dampak dari pandemi dengan adanya penurunan omset dari 17%-27% (Shofiana, 2020). Padahal, mata rantai produksi *Akang Sablon* cukup banyak. Mereka adalah tenaga sablon, disain sablon, dan tukang jahit yang mengerjakan bahan baku kaos di rumah masing-masing. Dengan kata lain, *Akang Sablon* menjadi penopang hidup banyak keluarga.

Selama ini, *Akang Sablon* memproduksi kaos berdasarkan pesanan perorangan maupun lembaga. Produk *Akang Sablon* yang utama berupa kaos yang dipesan sesuai permintaan pemesan. Dari segi produk, produk *Akang Sablon* masih belum memiliki standar kualitas yang jelas. Di antaranya, belum ada upaya standarisasi produk karena mengandalkan negosiasi dengan pemesan. *Akang Sablon* biasa memproduksi barang sesuai *budget* pemesan sehingga penetapan harga disepakati berdasarkan negosiasi. Produk *Akang Sablon* tidak memiliki kekhasan, sablonnya kurang berkualitas, dan kain kaosnya pun kurang bagus karena ditentukan *budget* pemesan. Selain itu, kompetensi semua tenaga yang terlibat dalam produksi juga terbatas. Mereka kurang mengikuti perkembangan yang pesat di sektor industri kreatif dan teknologi informasi yang seharusnya dapat mendukung usaha mereka. Mereka dapat dikatakan sebagai kelompok masyarakat yang memiliki tekad untuk

berkarya dan berusaha, namun terbatas dalam keterampilan dan manajemen untuk mendukung produksi kaos di *Akang Sablon*. Berikut ini, contoh produksi *Akang Sablon*.



**Gambar 1.** Kaos produksi *Akang Sablon*

Menurunnya pesanan kaos sablon sebagai dampak pandemi covid-19 menyebabkan banyak tenaga yang selama ini menggantungkan hidup pada usaha ini mencoba mencari pekerjaan di bidang yang lain. Sebagian dari mereka beralih profesi dengan menjadi menjadi tenaga harian pada proyek-proyek pembangunan yang masih beroperasi pada masa pandemi. Bahkan pemilik semula juga bekerja di tambang pasir. *Akang Sablon* kemudian dijadikan pekerjaan sambil oleh sang anak yang selama pandemi berada di rumah. Sang anak yang juga mahasiswa Manajemen Pendidikan UM ini juga tak mampu menggerakkan usaha sesuai harapan. *Akang Sablon* mati suri dan tak mampu bersaing.

*Akang sablon* hanya melakukan aktivitas produksi saat ada pesanan. *Akang sablon* belum pernah mencoba membuat produk kaos untuk dipasarkan. Oleh karena itulah penguatan kewirausahaan ini dilakukan agar *Akang Sablon* dapat mempertahankan usahanya. Penguatan *Akang Sablon* bertujuan agar *Akang Sablon* menjadi rintisan wirausaha mahasiswa yang memiliki prospek untuk berkembang. Dengan tenaga dan inovasi dari generasi muda, produk *Akang Sablon* diharapkan dapat mengganggu pasar yang telah diisi produk sejenis sehingga produk *Akan Sablon* dipilih konsumen. Oleh karena itu, fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah (1) penguatan usaha *Akang Sablon* melalui pendampingan pengurusan izin usaha, (2) penguatan kemampuan tenaga *Akang Sablon* menghasilkan disain berbasis nilai lokal Kediri; dan (2) penguatan kemampuan branding produk *Akang Sablon* melalui penjualan daring.

## METODE

Pengabdian ini dimaksudkan untuk merevitalisasi UKM *Akang Sablon*. Permasalahan utama *Akang Sablon* adalah keberlangsungan produksi yang terancam berhenti karena tidak adanya pesanan. Penjelasan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang dilakukan adalah (1) identifikasi permasalahan bersama pemilik usaha *Akang sablon* dan pihak yang terlibat dalam jaringan produksi kaos dan perumusan solusi; (2) pendampingan pengurusan izin usaha UMKM *Akang Sablon*; (3) penguatan kompetensi desain sablon berbasis kearifan lokal kabupaten Kediri dengan teknik sablon menggunakan peralatan sablon yang lebih fleksibel dalam menghadapi cepatnya perkembangan teknologi printing dan alat jahit serba guna; (4) branding produk unggulan. Langkah ketiga dan keempat merupakan upaya untuk *rebranding* usaha *Akang Sablon*. Hal ini diharapkan agar branding *Akang Sablon* meningkat hingga tingkat empat, yakni Budaya (Markplus, 2009 dalam Nastain, 2017).

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program setelah selesai kegiatan implementasi teknologi ke UKM *Akan Sablon* dilakukan dengan beberapa indikator. Pertama, adanya aktivitas ekonomi yang digerakkan oleh *Akan Sablon*; (2) kemampuan produk *Akan Sablon* mengacaukan pasar kaos khas Kediri dan menjadi pilihan para milenial dan pengunjung Kabupaten Kediri; (3) pembuatan jaringan penjualan secara daring untuk dapat melayani diaspora Kabupaten Kediri. Langkah singkat metode tersebut digambarkan dalam infografis berikut.



Gambar 2: Metode pelaksanaan pengabdian penguatan kewirausahaan sablon

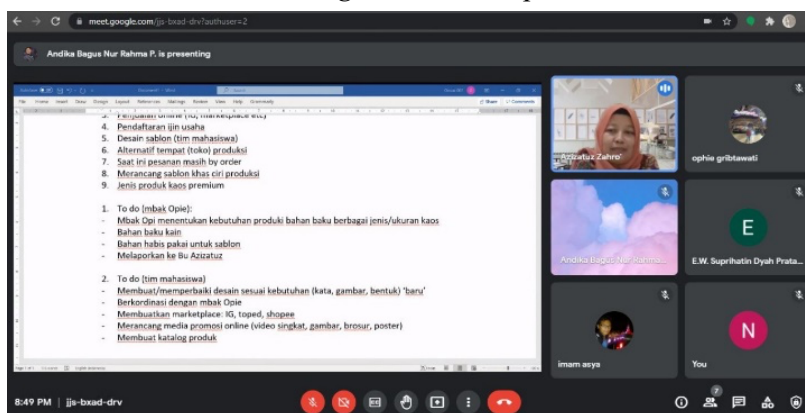
## HASIL & PEMBAHASAN

Program kewirausahaan ini bertujuan merevitalisasi UKM *Akang Sablon* dengan memperkuat kompetensi semua kelompok usaha yang terlibat dalam produksi di *Akang Sablon*, yakni jasa sablon dan jahit. Hasil penguatan yang telah dilakukan di antaranya (1) perizinan usaha, (2) desain produk unggulan, dan (4) *branding* produk unggulan.

Penguatan dilakukan dalam pertemuan virtual 09 Mei 2021 yang melibatkan tim Pengabdian kepada masyarakat dan mitra. Selain pertemuan virtual, aktivitas koordinasi, komunikasi, dan diskusi juga dilakukan dengan pembentukan grup whatsapp. Dalam pertemuan virtual, pendampingan diawali dengan paparan tentang permasalahan mitra yang perlu penyelesaian. Masalah tersebut adalah macetnya usaha karena tidak adanya pemesanan selama pandemi, perlunya pembaharuan alat sablon yang dimiliki, tidak dimilikinya izin usaha, dan perlunya produk unggulan sebagai bekal *Akang Sablon* eksis kembali dalam usaha sablon dan *t-shirt*.



**Gambar 3:** Pemilik *Akang Sablon* memaparkan kondisi usaha



**Gambar 4:** Perumusan desain produk unggulan *Akang Sablon*

Pendampingan berikutnya dilakukan dalam pengurusan izin usaha. Izin usaha penting agar UKM *Akang Sablon* dapat leluasa melakukan aktivitas usaha dan melakukan promosi melalui media sosial. Pendampingan pengurusan izin usaha diawali dengan penetapan nama UKM yang sekaligus menjadi merek produk. Nama yang dipilih adalah *Jayati Clothes*. Jayati merupakan semboyan Kediri di masa lampau yang bermakna Jaya. Perubahan nama ini dilakukan dengan pertimbangan estetika, kesesuaian dengan jenis dan branding produk, dan pasar yang lebih luas.

Izin usaha *Jayati Clothes* diperoleh pada tanggal 12 Juli 2021. Izin diberikan berdasarkan ketentuan Pasal 31 *Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, Bupati/Walikota, Lembaga OSS* menerbitkan Izin usaha berupa Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) kepada Ophie Gribtawati Swara (Nama Pemilik Usaha), Nomor Induk Berusaha (NIB): 1210000731122 dengan nama usaha *Jayati Clothes*. IUMK berlaku untuk melakukan kegiatan usaha baik produksi maupun penjualan barang/jasa dan berlaku sebagai izin lokasi usaha sesuai ketentuan perundangan. Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK) berlaku efektif sejak tanggal dikeluarkan, yakni 12 Juli 2021. Langkah ini penting dilakukan guna mencari perlindungan hukum, kepastian dalam berusaha, keamanan dan kenyamanan yang bisa diperoleh, ikut berkontribusi pada nilai tambah, dan penyerapan tenaga kerja (Kusmanto & Warjio, 2019).

Produk unggulan *Jayati Clothes* adalah t-shirt dengan cita rasa khas Kediri, tempat atau pusat UKM tersebut. Kabupaten Kediri sebagai pusat Kerajaan Kediri di masa lampau memiliki banyak potensi lokal berupa warisan kebudayaan, baik benda maupun tak benda yang harus dilestarikan sebagai identitas luhur. Pelestarian tersebut dilakukan dengan penciptaan disain sablon yang sesuai dengan potensi lokal Kabupaten Kediri tersebut. Disain sablon diaplikasikan pada t-shirt yang di antaranya diproduksi sendiri oleh penjahit yang telah menjadi bagian dari UKM *Jayati Clothes*. Dengan pengembangan ini diharapkan UKM *Jayati Clothes* dapat memproduksi t-shirt dan sablon tanpa menunggu pesanan. Berikut ini gambar-gambar produk berdasarkan disain yang telah dibuat.



**Gambar 5:** Produk baru *Jayati Clothes* berbasis kearifan lokal Kediri

Produk *Jayati Clothes* di-branding dengan cita rasa Kediri. Pendekatan budaya Kediri diharapkan mampu meningkatkan branding *Jayati Clothes* sehingga meningkatkan penjualan. Hal ini selaras dengan strategi pemasaran kosmetik halal untuk meningkatkan daya jual kepada konsumen muslim (Mardalis & Utami, 2019). Kabupaten Kediri diyakini sebagai bekas wilayah Kerajaan Kediri, terutama di wilayah Gurah dan sekitarnya. Hal ini didasarkan pada banyaknya situs bersejarah yang berkaitan dengan Prabu Jayabaya, Raja Kerajaan Kediri yang paling terkenal. Prabu Jayabaya terkenal dengan warisan nilai budaya yang disebut *Jangka Jayabaya* yang berisi nasihat tentang kehidupan. Jangka Jayabaya juga dianggap sebagai ramalan Prabu Jayabaya akan kehidupan di masa kemudian. Kabupaten Kediri juga merupakan wilayah yang memiliki berbagai varietas tanaman lokal khas, seperti mangga podang dan nanas ungu yang hanya dapat ditemukan di Kediri. Kabupaten Kediri secara geografis terdiri atas dataran rendah dan tinggi yang indah dengan aliran Sungai Brantas yang membelah wilayah tersebut. Ikon baru Simpang Lima Gumul (SLG) yang dibangun megah di perlintasan jalan Kediri-Malang juga potensial dijadikan sumber eksplorasi (Kediri, n.d.) (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kediri, 2020). Hasil eksplorasi dituangkan dalam disain dan dijadikan produk unggulan *Jayati Clothes*.

Dengan memproduksi produk unggulan, *Jayati Clothes* dapat melakukan produksi tanpa tergantung pesanan. Untuk mendukung ini, pemilik *Jayati Clothes* akan mendistribusi keuntungan yang diterima sesuai proporsi pekerjaan yang dilakukan oleh masing-masing pihak dan memutar kembali modal yang telah terkumpul kembali.

Selanjutnya, aspek pemasaran dengan pemasaran *online/daring* serta pembuatan jejaring sehingga *Jayati Clothes* dapat bertahan dan meningkatkan daya saingnya sebagai UKM *dress line* khas Kabupaten Kediri. Pemasaran *daring* merupakan upaya untuk membuka peluang mengenalkan produk ke khalayak luas sebagai strategi mendongkrak penjualan (Wibowo et al., 2020). Pemasaran *daring* dilakukan melalui media sosial *whatsapp* dan Instagram. *Jayati clothes* memiliki akun instagram *JYt\_Clothes X Akan@sablon*. Berikut ini tautan dan tampilan instagram *Jayati Clothes*.

Pembuatan akun instagram diperlukan untuk memasarkan dan mempromosikan produk. Digitalisasi produk untuk keperluan pemasaran *daring (e-commerce)* dilakukan dengan mempertimbangkan penggunaan *e-commerce* saat ini mutlak harus dilakukan agar mampu bersaing (Rahmidani, n.d.). Dengan pemasaran *daring*, *Jayati Clothes* diharapkan dapat memperkuat jaringan penjualan sehingga dapat melayani masyarakat luas, baik yang di Kabupaten Kediri maupun luar Kabupaten Kediri atau diaspora Kabupaten Kediri. Selain itu, dengan beradaptasi dengan pola pemasaran *E-commerce* dan industri *dress line online* *Jayati Clothes* lebih mudah mendekati

kelompok muda yang ditengarai sebagai kelompok aktif pengguna media sosial.



**Gambar 6:** Akun dan tautan Instagram Jayati Clothes

Sumber : [https://instagram.com/jyt\\_clothes.kdr?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/jyt_clothes.kdr?utm_medium=copy_link)

Banyaknya UKM yang menyediakan produk kaos harus dijadikan tantangan bagi *Jayati Clothes* dan tidak boleh membuat khawatir tak dapat bersaing. Dengan branding yang jelas, *Jayati Clothes* akan fokus memproduksi produk unggulan sekaligus tetap menerima pesanan sebagaimana sebelumnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kediri. (2020). PARIWISATA, SENI & BUDAYA. Diambil 16 Januari 2021, dari [https://arsip.kedirikab.go.id/index.php?option=com\\_content&view=category&id=17%3Apariwisata-seni-a-budaya&Itemid=319&limitstart=100](https://arsip.kedirikab.go.id/index.php?option=com_content&view=category&id=17%3Apariwisata-seni-a-budaya&Itemid=319&limitstart=100)
- Kediri, D. P. dan K. (n.d.). Legenda Rakyat Kediri, Kumpulan Folklore dan Cerita Rakyat Kabupaten Kediri.
- Kusmanto, H., & Warjio, W. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 11(2), 324–327.
- Mardalis, A., & Utami, S. (2019). Kepedulian Mahasiswa Terhadap Kehalalan

- (Islamic Branding) Produk Kosmetik Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli. *Proceeding of The URECOL*, 68–74.
- Nastain, M. (2017). Branding dan eksistensi produk (kajian teoritik konsep branding dan tantangan eksistensi produk). *CHANNEL, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 5, 14–26.
- Rahmidani, R. (n.d.). *Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan*. Diambil dari [http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia-](http://www.apjii.or.id/v2/index.php/read/article/apjii-at-media/133/2012-pengguna-internet-di-indonesia)
- Shofiana, A. (2020). Implementasi Program Afiliasi Berbasis Virtual Team Dalam Umkm Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Pada Masa Pandemi Covid-19 (Implementation Of Virtual Team-Based Affiliation Programs In Msmes As Efforts For Increasing The Economy In The Covid-19 Pandemic Period). *Available at SSRN 3590822*.
- Sutrisini. (2019). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Diambil 16 Januari 2021, dari <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all>
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (n.d.). Diambil 16 Januari 2021, dari <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Wibowo, H., Marni, Z., Suryaningrum, R. A., Agustami, S. S., Pamungkas, G. A. D., & Sa'bani, N. K. (2020). Edukasi Pemasaran Daring untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Guesin Pacs Desa Cibodas Jawa Barat. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 59–66.