

Pengembangan dan Pengenalan Kaos “Ndlodok” Endymion Screen Printing Melalui Promosi

Development and Introduction of Endymion Screen Printing “Ndlodok” T-Shirts Through Promotion

Kasnowo

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Majapahit, Mojokerto

*korespondensi: kasnowo.fe@unim.ac.id

Article History:

Received: 15 Desember 2023

Accepted: 19 Januari 2024

Published: 30 Januari 2024

Keywords: Introduction, Promotion, UMKM

Abstract: *The creative industry is an industry that focuses on the creation and exploitation of intellectually owned works, one of which is fashion design, including t-shirts. The current condition of society, both individuals and groups, are now starting to build their brands with the innovation and creativity they build, including Ndlodok T-shirts. This community service is the second stage, namely to introduce ndlodok t-shirts to the community. The initial offer of the "Ndlodok" T-shirt was to formulate a library-based "Ndlodok" T-shirt with characteristics of the Mojokerto dialect with the hope of opening up a new market. Apart from that, the product would become a souvenir that consumers were looking for because it had become a characteristic of Mojokerto UMKM. In facing the rigors of UMKM businesses which are increasingly competitive, "Ndlodok" T-shirt products do not experience problems in the middle of their journey, at this early stage it is necessary to introduce them as a reference for "Ndlodok" T-shirts in carrying out promotional activities.*

Abstrak Industri kreatif merupakan industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual salah satunya adalah desain fashion didalamnya termasuk kaos. Kondisi masyarakat saat ini baik individu maupun kelompok kini mulai membangun merek-merek mereka dengan inovasi serta kreatifitas yang mereka bangun termasuk Kaos Ndlodok. Pengabdian pada masyarakat ini merupakan tahap kedua yaitu untuk mengenalkan kaos ndlodok kepada masyarakat. Awal Kaos “Ndlodok” ditawarkan yaitu menyusun formulasi Kaos “Ndlodok” berbasis puspakata dengan ciri khas dialek Mojokerto dengan harapan dapat membuka pasar baru selain itu produknya akan menjadi cinderamata yang dicari konsumen karena telah menjadi ciri khas UMKM Mojokerto. Dalam menghadapi kerasnya Usaha UMKM yang semakin kompetitif produk Kaos “Ndlodok” agar tidak mengalami masalah di tengah perjalanannya maka di tahap awal ini perlu dikenalkan sebagai acuan bagi Kaos “Ndlodok” dalam melakukan kegiatan promosi.

Kata Kunci: pengenalan, promosi, UMKM.

PENDAHULUAN

Era Globalisasi saat ini bisnis menghadapi kondisi persaingan yang sangat kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi dan permintaan konsumen yang bervariasi menuntut pelaku bisnis untuk mencari solusi baru dalam memformulasikan strategi bisnis demi mempertahankan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan. Persaingan bisnis saat ini sangat ketat, perusahaan-perusahaan berusaha mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dan mendapatkan loyalitas pelanggan sebanyak-banyaknya dengan menggunakan cara yang

*Kasnowo, kasnowo.fe@unim.ac.id

berbeda-beda.

Usaha untuk memenangkan persaingan perusahaan harus melakukan inovasi karena dengan berinovasi nilai tambah suatu produk akan meningkat. Khususnya dalam pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan dalam persaingan pasar. Perusahaan yang tidak berinovasi tidak melakukan perubahan sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi terus menerus akan dapat mendominasi pasar apabila dapat diterima konsumen. Implementasi strategi inovasi ini sangat ditentukan oleh kebutuhan konsumen dan tren masa sekarang, sehingga konsumen tidak bosan akan desain produk yang dihasilkan.

Pada saat ini banyak produk yang bertujuan mengangkat nama daerah atau objek wisata suatu daerah tertentu, seperti Joger yang membawa nama Bali dan Dagadu yang membawa nama Jogja. Oleh karena itu Kaos "*Ndlodok*" akan di bawa untuk nama Mojokerto. Sebagai wujud pengenalan Kaos "*Ndlodok*" sebagai langkah awal pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2008:6) "Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya". Pemasaran memiliki dua hal, pertama yaitu pemasaran merupakan filosofi, sikap, perspektif atau orientasi manajemen yang menekankan pada kepuasan konsumen. Artinya, bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Sedangkan inovasi untuk mendukung tercapainya pemasaran dalam pengenalan produk baru. Dalam artian secara singkat inovasi didefinisikan perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya mencakup kreativitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru. Secara umum inovasi memiliki makna proses mengadopsi sesuatu yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya, dan sebagai proses menciptakan produk baru (Woodman dalam Ellitan dan Anatan, 2009:39).

METODE

Kegiatan PKM ini dilaksanakan secara langsung mengenalkan produk Kaos "*Ndlodok*" secara online/daring maupun luring dalam kelas atau kegiatan dengan menjadikan sebagai doorprize dan menyampaikan maksud dan tujuan di buatnya produk Kaos "*Ndlodok*".

HASIL

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah unsur yang harus dijaga setiap usaha karena akan berpengaruh pada kepuasan pelanggannya. Hasil analisis dalam pengabdian ini, Kaos “Ndlodok” menjaga kualitas produk dengan menggali keinginan dan harapan konsumen untuk menciptakan dan mengembangkan produk yang inovatif dan memberikan pelayanan yang maksimal pada konsumennya dengan melakukan penyeleksian ketat pada kaos khas Mojokerto sebelum dijual pada konsumen.

Menciptakan produk inovatif

Proses dalam inovasi bisnis merupakan usaha perusahaan dalam menciptakan produk yang inovatif melalui kreativitas produk berbasis puspakata. Hasilnya, Kaos “Ndlodok” melakukan proses penciptaan produk inovatif dengan langkah-langkah di bawah ini:

- a. Menemukan ide kata-kata yang inovatif berbasis puspakata dengan dialek khas Mojokerto.
- b. Membuat desain kata-kata secara kreatif, kata-kata ini yang akan menentukan jenis tulisan dan gambar yang akan di cetak pada Kaos “Ndlodok”.

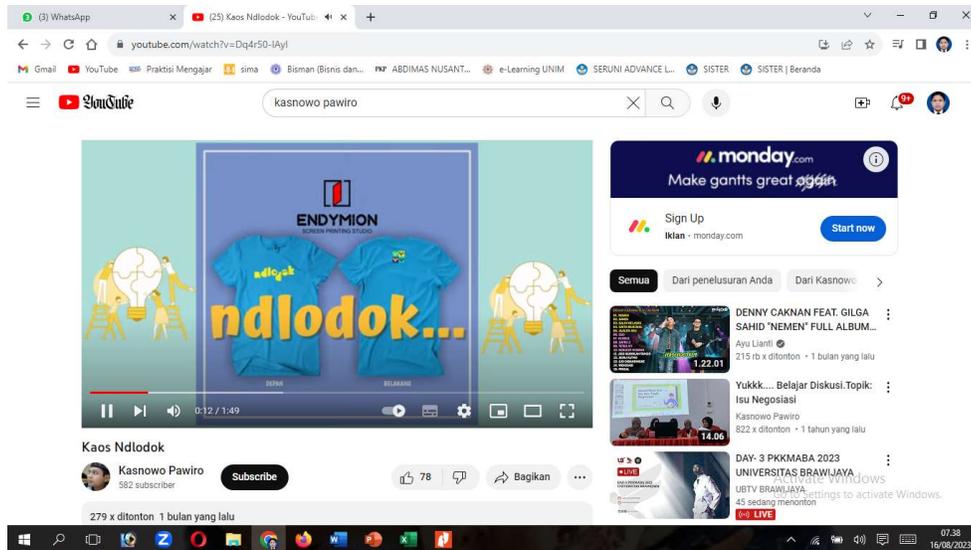
Strategi Pemilihan Bahan Baku dan Proses Produksi

Strategi pemilihan bahan baku dan proses produksi dalam dimensi inovasi bisnis merupakan usaha inovasi yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi dan mendapatkan bahan baku yang sesuai dengan kriteria UMKM dan strategi yang dilakukan melakukan produksi. Hasil pengamatan dalam pengabdian ini, Kaos “Ndlodok” memilih salah satu bahan yang adem seperti bahan cotton combed.

Promosi

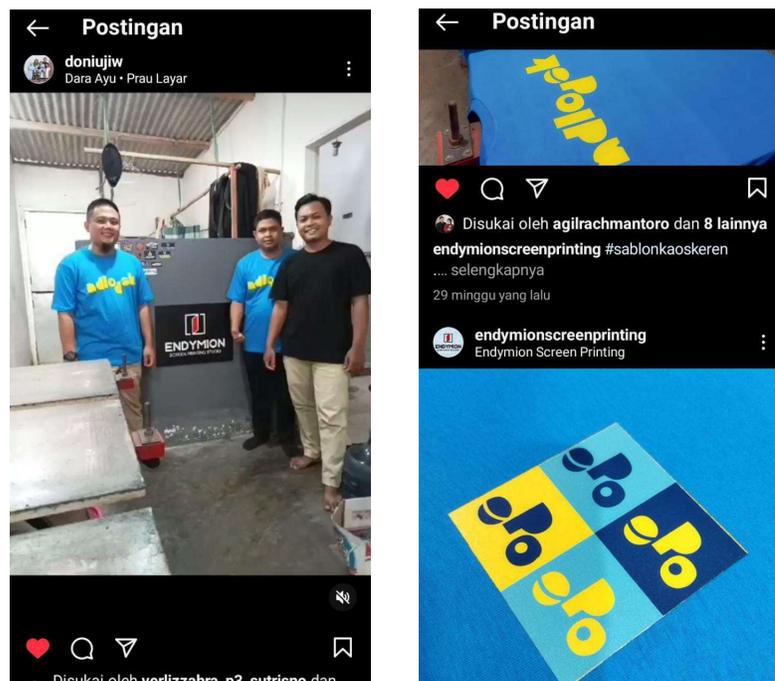
Strategi pengenalan Kaos “Ndlodok” melalui promosi dalam pengabdian ini meliputi;

- 1) **Media online Youtube;** Pada media ini di upload pada youtube kasnowo pawiro selaku penulis pada pengabdian ini dan telah memiliki 580-an subscriber. Dalam tampilan youtube juga dijelaskan maksud dan tujuan dari dibuatnya produk Kaos “Ndlodok”



Gambar 1
Tampilan pada Youtube

2) **Media Instagram**, pada tampilan postingan pada media sosial instagram juga bermaksud untuk mempromosikan Kaos “Ndlodok”. Dalam postingan ini sebenarnya juga terdapat postingan dari peserta online maupun luring dalam suatu kegiatan yang mendapat kesempatan aktif sehingga mendapatkan doorprize. Terlihat Gambar 2 adalah tampilan pada postingan di media instagram.



Gambar 2
Tampilan pada Instagram

- 3) **Program Praktisi Mengajar;** Praktisi mengajar adalah suatu program yang diinisiasi oleh Kemdikbud dengan dana LPDP. Dalam kesempatan ini juga di berikan doorprize Kaos “Ndlodok”, untuk mengenalkan kepada peserta dan pihak eksternal selaku Praktisi.



Gambar 3
Pemberian doorprize dalam Program Praktisi Mengajar

- 4) **Perkuliahan Daring;** di perkuliahan daring juga menampilkan promosi Kaos “Ndlodok” dan memberikan kesempatan untuk mendapatkan doorprize. Kelas daring ini mayoritas adalah kelas mahasiswa yang sudah bekerja.



Gambar 3
Pemberian doorprize dalam Perkuliahan Daring

- 5) **Perkuliahan Tatap Muka;** hal ini selain mengenalkan Kaos “Ndlodok” juga untuk memberikan motivasi dan semangat dalam perkuliahan.



Gambar 4
Pemberian doorprize dalam Perkuliahan Tatap Muka

KESIMPULAN

Pengembangan Kaos “Ndlodok” Endymion Screen Printing Sebagai Pengenalan Melalui Promosi dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Penciptaan produk inovatif dengan basis Puspakata.

2. Pemilihan Bahan baku terasa adem yang disenangi semua kalangan.
3. Pengenalan Kaos “Ndlodok” melalui promosi meliputi; Video Youtube, Media Sosial Instagram, Program Praktisi Mengajar, Kuliah daring maupun luring (tata muka) di kelas.

DAFTAR REFERENSI

Ellitan, Lena dan Lina Anatan. 2009. *Manajemen Inovasi*. Bandung: Alfabeta.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip- prinsip Pemasaran*, edisi 12. Jakarta: Erlangga.