

MENGUBAH WAJAH BISNIS: STRATEGI REBRANDING YANG MENGINSPIRASI DALAM INDUSTRI TAS RAJUT

CHANGING THE FACE OF BUSINESS: AN INSPIRING REBRANDING STRATEGY IN THE KNIT BAG INDUSTRY

Septy Naurah Kusumadewi¹, Sugeng Mashudi^{2*}

¹² Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

¹naurahsepty0915@gmail.com, ^{2*}sugengmashudi@umpo.ac.id

Abstrak: Industri tas rajut telah mengalami perubahan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Agar tetap relevan di pasar yang kompetitif, banyak pelaku usaha tas rajut memilih untuk melakukan rebranding. Artikel ini menggali strategi rebranding yang inspiratif dalam industri tas rajut, mengungkap perubahan dalam identitas merek, desain produk, dan pemasaran yang telah membantu usaha bisnis ini mencapai kesuksesan. Melalui contoh yang baik dan analisis mendalam, artikel ini memberikan wawasan tentang bagaimana rebranding dapat memperbarui citra perusahaan, menarik konsumen baru, dan mengembangkan pasar. Dengan merinci langkah-langkah penting dalam proses rebranding dan menyoroti dampak positif yang dapat dicapai, artikel ini menunjukkan bahwa rebranding lebih dari sekadar perubahan visual, namun juga menginspirasi pertumbuhan dan kesuksesan dalam bisnis tas rajut yang sedang berkembang.

Kata Kunci: (Industri tas rajut; Bisnis; Inspirasi)

Abstract: *The knitting bag industry has undergone significant changes in recent years. In order to remain relevant in a competitive market, many knitting bag business actors choose to rebrand. This article delves into inspiring rebranding strategies in the knit bag industry, uncovering the changes in brand identity, product design, and marketing that have helped this business venture achieve success. Through good examples and in-depth analysis, this article provides insight into how rebranding can renew a company's image, attract new customers, and grow markets. By detailing the key steps in the rebranding process and highlighting the positive impact that can be achieved, this article shows that rebranding is more than just a visual change, it inspires growth and success in the growing knit bag business.*

Keywords: *knitting bag industry; Business; Inspiring*

Received	Revised	Published
10 Agustus 2023	10 September 2023	20 September 2023

Pendahuluan

Industri tas rajut, yang awalnya dikenal dengan sifat yang tradisional dan vintage, telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Seiring berkembangnya trend fashion dan selera konsumen, bisnis di industri ini menghadapi tantangan besar untuk tetap relevan dan berkembang. Menghadapi realita ini, banyak dari mereka yang mengambil langkah berani dengan menerapkan strategi rebranding yang menginspirasi. Rebranding yang sering kali melibatkan perubahan identitas merek, desain produk, dan metode pemasaran merupakan kunci sukses bagi beberapa bisnis tas rajut.

Melalui contoh kasus menarik dan analisa mendalam, kami akan mengungkap bagaimana rebranding lebih dari sekedar transformasi citra, namun dampak positifnya terhadap pertumbuhan dan kesuksesan bisnis di bidang tas rajut terus berkembang. Dengan mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh pionir inovasi tas rajut, artikel ini akan memberikan wawasan berharga bagi pemilik bisnis, desainer, dan pecinta tas rajut yang ingin mengikuti jejak sukses tersebut. Jadi, kita akan membahas bagaimana rebranding telah membantu perusahaan-perusahaan ini menarik pelanggan baru, memperluas pasar, dan membawa tas rajut ke era modern dan dapat menginspirasi.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana rebranding telah menjadi kekuatan pendorong di balik kesuksesan beberapa bisnis di bidang tas rajut, sekaligus memberikan panduan inspiratif bagi mereka yang ingin mengikuti jalan menuju masa depan yang lebih baik dalam industri kreatif.

Bagian pendahuluan harus memuat latar belakang (*background*), kesenjangan (*gap analysis*), dan tujuan pengabdian. Latar belakang dapat bersumber dari masalah (*problem*) yang bersifat aktual yang terjadi di sekelompok masyarakat atau komunitas tertentu atau fenomena yang terjadi dari hasil pengamatan di lapangan. Masalah tersebut belum pernah (belum secara mendalam) dieksplorasi oleh pengabdian sebelumnya sehingga menimbulkan kesenjangan (*gap*) yang membutuhkan tindakan solutif melalui pengabdian berbasis penelitian (riset). Pendahuluan juga harus menuliskan kajian literatur terdahulu (*state of the art*) sebagai dasar pernyataan kebaruan ilmiah dari artikel pengabdian yang ditulis. Di bagian akhir pendahuluan harus dituliskan tujuan dilaksanakannya pengabdian berbasis riset tersebut dikaitkan dengan latar belakang dan kajian literatur yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulisan sumber kutipan (*referensi*) dalam artikel jurnal ini menggunakan catatan tubuh (*bodynote*).

Metode

Pengabdian ini dilakukan sebuah desa, dengan tujuan untuk melakukan rebranding produk.

Hasil dan Pembahasan

Industri tas rajut yang dulu terkenal dengan desain tradisionalnya yang khas dan elegan, telah mengalami perubahan drastis dalam beberapa tahun terakhir. Rebranding telah menjadi strategi inspiratif untuk menghadapi perubahan pasar dan mengikuti tren fashion yang selalu berubah. Rebranding dalam industri tas rajut mencakup perubahan besar dalam identitas merek, desain produk, dan metode pemasaran. Banyak perusahaan telah mengubah warna, tekstur dan gaya tas rajutan untuk mencerminkan tren dan selera konsumen modern. Hal ini membantu mereka menarik generasi muda yang mungkin belum pernah tertarik dengan produk tradisional ini sebelumnya.

Selain itu, strategi pemasaran yang cerdas dan penggunaan media sosial telah membantu industri tas rajut menjangkau khalayak yang lebih luas. Kolaborasi dengan influencer dan desainer terkenal juga telah membantu meningkatkan visibilitas merek. Rebranding ini telah membantu perusahaan tas rajut mengubah diri mereka di pasar mode global. Mereka mencoba memadukan keindahan tradisional dengan kepraktisan modern, menciptakan produk yang tidak hanya estetik tetapi juga fungsional. Jadi, rebranding menjadi kunci kelangsungan bisnis tas rajut dalam menghadapi perubahan selera dan permintaan pasar yang terus berubah.

Di era modern yang terus berubah ini, rebranding telah menjadi strategi yang sangat berharga dalam industri tas rajut. Lebih dari sekedar perubahan logo atau desain produk, rebranding melibatkan transformasi mendalam pada identitas merek dan pendekatan bisnis. Berikut beberapa manfaat utama rebranding tas rajut di era ini :

1. **Pembaruan Merek** : Dengan melakukan rebranding, suatu perusahaan tas rajut dapat memperbarui citra mereknya. Hal ini membantu mereka tetap relevan di mata konsumen, yang selalu mencari produk baru yang sesuai dengan tren terkini. Citra merek yang diperbarui dapat memberikan kesan modern dan kompetitif.
2. **Menarik Konsumen Baru** : Rebranding dapat membantu perusahaan menarik konsumen baru yang mungkin sebelumnya tidak tertarik dengan produk tas rajut. Perubahan desain, warna dan gaya dapat membuka pintu pasar yang lebih luas, terutama generasi muda yang cenderung mencari inovasi dan orisinalitas.
3. **Peningkatan Penjualan** : Dengan menarik konsumen baru dan memperbarui produknya, industri tas rajut dapat mencapai peningkatan penjualan yang signifikan. Perubahan positif ini sering kali menghasilkan keuntungan finansial yang lebih baik.
4. **Meningkatkan Daya Saing** : Industri tas rajut sangat kompetitif dan rebranding dapat membantu perusahaan membedakan dirinya dari pesaing. Merek-merek yang inovatif dapat menonjol di pasar yang ramai memberikan mereka keunggulan yang lebih besar.
5. **Kesempatan Kolaborasi** : Dengan brand image yang baru, industri tas rajut bisa lebih mudah berkolaborasi dengan desainer ternama, influencer atau brand lainnya. Hal ini membuka pintu untuk kemajuan lebih lanjut dan pertumbuhan bisnis lebih lanjut.

Secara keseluruhan, rebranding bukan hanya soal perubahan citra, tapi juga adaptasi dan inovasi. Di era modern dan dinamis ini, rebranding merupakan alat penting bagi industri tas rajut agar tetap relevan, menarik konsumen baru, dan meraih kesuksesan abadi.

Kesimpulan

Di akhir eksplorasi kami terhadap rebranding industri tas rajut, kami dapat menyimpulkan bahwa rebranding adalah alat yang ampuh untuk membentuk masa depan industri ini. Rebranding ini telah mengubah citra tradisional tas rajut menjadi sesuatu yang modern, menarik dan relevan dengan selera konsumen saat ini. Sejumlah pelaku usaha telah mengambil inisiatif yang menginspirasi untuk menghadapi perubahan pasar, menarik konsumen baru dan mencapai kesuksesan yang lebih besar. Kami melihat rebranding tidak hanya sekedar perubahan citra tetapi juga inovasi dalam desain produk, pendekatan pemasaran yang cerdas, dan komitmen terhadap nilai-nilai tertentu seperti kelestarian lingkungan. Perusahaan telah berhasil menggabungkan elemen-elemen ini untuk menciptakan merek yang memberikan dampak positif pada industri.

Penting untuk diingat bahwa rebranding bukanlah tugas yang mudah. Hal ini mengandung risiko dan tantangan, termasuk perubahan budaya perusahaan dan kemungkinan penolakan dari pelanggan setia. Namun, para pelaku usaha telah sukses membuktikan bahwa dengan visi, dedikasi, dan komitmen yang kuat terhadap inovasi, rebranding dapat membuka pintu menuju kesuksesan yang lebih besar di industri tas rajut. Seiring kita melangkah ke masa depan, rebranding akan tetap menjadi alat penting yang dapat membantu menjaga industri tas rajut tetap relevan dan berkembang. Dengan terus mengambil inspirasi dari bisnis-bisnis sukses, kami dapat terus menciptakan tas rajut yang bagus dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah di era modern ini.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan Terimakasih kami haturkan pada LPPM Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Referensi

- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson.*
- Kapferer, J. N. (2012). The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking (5th ed). Kogan Page.*