



**BENTUK PRODUK KREATIF MINIATUR SERTA UPAYA TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM: STUDI EMPIRIS WAHYU MINIATUR**

***MINIATURE CREATIVE PRODUCT FORMS AND EFFORTS TOWARDS UMKM
DEVELOPMENT: AN EMPIRICAL STUDY OF WAHYU MINIATURE***

Kristina Diana Sari¹, Elfazananda Putri Andini², Ucuk Agiyanto^{3*}

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

³Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email@korespondensi: ¹kristinads2000@g.mail.com, ²putriandini3327@gmail.com,

^{3*}ucukagiyantots@gmail.com

Article History:

Received: July 16th, 2024

Revised: August 10th, 2024

Published: August 15th, 2024

Abstract: *This study examines the impact of Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) on the Indonesian economy, focusing on Wahyu Miniatur, a unique handicraft business established in 2022. Given that approximately 90% of businesses in Indonesia are classified as UMKM, which collectively contribute around 60% to the national economy, understanding their dynamics is crucial for economic development. The aim of this research is to explore the business strategies and creative processes employed by Wahyu Miniatur to enhance its market presence and sustainability. The research employs a qualitative case study methodology, engaging with the owner of Wahyu Miniatur and analyzing the production processes and marketing strategies utilized in the context of Desa Kalimalang. The findings reveal that Wahyu Miniatur stands out due to its commitment to quality craftsmanship, sustainable practices through the use of recycled materials, and effective branding and marketing strategies, particularly via social media and e-commerce platforms. The implications of this study indicate that UMKM like Wahyu Miniatur play a significant role in local economic development and cultural preservation. By integrating traditional skills with innovative practices, these businesses can thrive in a competitive market and contribute to the broader economy. This case serves as a model for other local entrepreneurs seeking to leverage creativity and sustainability in their business ventures.*

Keywords:

*UMKM; Wahyu Miniatur;
Handmade Crafts; Marketing
Strategies;*

Abstrak

Studi ini meneliti dampak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap perekonomian Indonesia, dengan fokus pada Wahyu Miniatur, sebuah usaha kerajinan tangan yang unik yang

didirikan pada tahun 2022. Mengingat sekitar 90% bisnis di Indonesia diklasifikasikan sebagai UMKM, yang secara kolektif berkontribusi sekitar 60% terhadap perekonomian nasional, memahami dinamika mereka sangat penting untuk pembangunan ekonomi. Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus kualitatif, melibatkan pemilik Wahyu Miniatur dan menganalisis proses produksi dan strategi pemasaran yang digunakan dalam konteks Desa Kalimalang. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa Wahyu Miniatur menonjol karena komitmennya terhadap kualitas pengerjaan, praktik berkelanjutan melalui penggunaan bahan daur ulang, dan strategi branding dan pemasaran yang efektif, terutama melalui media sosial dan platform e-commerce. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM seperti Wahyu Miniatur memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Dengan mengintegrasikan keterampilan tradisional dengan praktik-praktik inovatif, bisnis-bisnis ini dapat berkembang di pasar yang kompetitif dan berkontribusi pada ekonomi yang lebih luas. Kasus ini dapat menjadi contoh bagi pengusaha lokal lainnya yang ingin meningkatkan kreativitas dan keberlanjutan dalam usaha bisnis mereka.

Kata Kunci: UMKM; Wahyu Miniatur; Kerajinan Tangan; Strategi Pemasaran;

PENDAHULUAN

Desa Kalimalang memiliki salah satu UMKM yang berkembang yaitu “Wahyu Miniatur”, Kerajinan Miniatur ini adalah UMKM unggulan yang ada di Desa Kalimalang, karena dikenal melalui kualitas dan bentuk keuletan dari si pengerajin miniatur tersebut serta produk produk yang dihasilkan seringkali mencerminkan budaya asli dari Desa Kalimalang. Selain itu, produk ini juga berkontribusi atas perkembangan ekonomi lokal dan pelestarian seni tradisional desa.

Bahan yang digunakan merupakan sisa-sisa atau bahan baku yang sudah tidak terpakai untuk di daur ulang kembali. Dilihat dari segi detail produk, pengrajin miniatur memberikan visualisasi dan estetika yang presisi dan rumit untuk menambah daya tarik visual miniatur. Serta untuk pemasarannya, pengrajin menargetkan segmen pasar yang mencari produk berkualitas tinggi dengan harga yang lebih tinggi juga.

Melihat hal tersebut maka kami pengabdian dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo berinisiatif untuk mengembangkan UMKM unggulan supaya lebih siap lagi dalam mengembangkan produknya, dengan melakukan beberapa kegiatan, seperti melakukan branding produk, menggunakan e-commerce dalam pemasaran, dan melakukan promosi untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki.

METODE

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Kalimalang, berangkat dari potensi yang ada di desa, dimana di wilayah tersebut terdapat sentra kerajinan miniatur, salah satunya adalah “wahyu miniature” yang membuat berbagai kerajinan berbahan dasar dari kayu. Dalam proses pembuatan kerajinan tersebut, akan melalui beberapa tahapan, mulai dari: penyiapan bahan baku, Menyusun pola, hingga membuat miniature yang diharapkan.

HASIL & PEMBAHASAN

Latar Belakang dan Profil Wahyu Miniatur

Pada prinsipnya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi

yang menjadi andalan mayoritas masyarakat Indonesia dalam mencari penghidupan. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2015), sekitar 90% usaha di Indonesia adalah UMKM, sementara sisanya sebesar 10% adalah usaha besar. Meskipun skala UMKM lebih kecil, perannya dalam mendorong perekonomian nasional sangat signifikan. UMKM telah memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan menyumbang sekitar 60% dari total kontribusi ekonomi (Suyadi et al., 2018). Salah satu UMKM yang terdapat di Indonesia dan menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu Wahyu Miniatur.

Wahyu Miniatur merupakan sebuah usaha kerajinan tangan yang unik, memiliki kisah awal yang menarik dan inspiratif. Didirikan pada tahun 2022, usaha ini lahir dari perpaduan antara ketidaksengajaan dan rasa keingintahuan yang mendalam terhadap dunia kerajinan miniatur. Pemilik usaha ini, yang memiliki latar belakang ketertarikan kuat terhadap dunia kerajinan, menemukan panggilan barunya melalui eksplorasi di platform media sosial Youtube. Dari sana, ia mulai menerapkan pengetahuan yang diperolehnya, menghasilkan karya-karya miniatur yang tidak hanya indah secara estetika, tetapi juga memiliki nilai jual yang tinggi.

Motivasi utama di balik pendirian Wahyu Miniatur berakar pada hasrat pemilik untuk mengekspresikan kreativitasnya melalui medium yang unik. Inspirasi yang didapat dari berbagai sumber, terutama konten daring, menjadi katalis bagi perkembangan keterampilan dan visi artistiknya. Proses pembelajaran yang intensif dan eksperimen terusan-menerus memungkinkan pemilik untuk mengasah keahliannya, menghasilkan karya-karya yang semakin kompleks dan bernilai tinggi. Keberhasilan awal ini tidak hanya menjadi dorongan kuat bagi pemilik untuk mengembangkan usahanya lebih jauh, tetapi juga membuka matanya terhadap potensi besar dalam industri kerajinan miniatur.

Seiring berkembangnya usaha, produk-produk Wahyu Miniatur mulai menonjol karena kualitas dan kerajinan tangan yang tinggi, sering kali menjadi cerminan budaya khas Desa Kalimalang, tempat asal usaha ini. Keragaman produk yang ditawarkan mencakup berbagai objek miniatur, mulai dari bangunan, kendaraan, hingga elemen dekoratif lainnya. Namun, yang menjadi unggulan dan ciri khas Wahyu Miniatur adalah miniatur bangunan serta kendaraan, dengan fokus khusus pada replika bus dan truk dalam skala kecil. Ketelitian dalam pengerjaan dan perhatian terhadap detail menjadi standar yang selalu dijaga dalam setiap karya yang dihasilkan, mencerminkan dedikasi pemilik terhadap kualitas dan keindahan.

Keunikan Wahyu Miniatur tidak hanya terletak pada produk akhirnya, tetapi juga pada proses pembuatan dan filosofi di baliknya. Dari segi bahan baku, pengrajin menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan kreativitas dengan memanfaatkan material daur ulang. Penggunaan triplek bekas, paralon, bambu, serta kayu yang sudah tidak terpakai tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga memberikan karakter tersendiri pada setiap karya. Pendekatan ini tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga menciptakan nilai tambah pada material yang sebelumnya dianggap tidak berguna, mendemonstrasikan bagaimana kreativitas dapat mengubah sesuatu yang biasa menjadi luar biasa.

Aspek lain yang menonjol dari Wahyu Miniatur adalah tingkat detail yang luar biasa pada setiap produk. Pengrajin memiliki kemampuan untuk menciptakan visualisasi dan estetika yang presisi dan rumit, menambahkan daya tarik visual yang signifikan pada setiap miniatur. Kemampuan untuk menyesuaikan detail sesuai dengan permintaan spesifik pemesan menunjukkan fleksibilitas dan keterampilan tinggi yang dimiliki oleh para pengrajin. Hal ini memungkinkan setiap produk untuk memiliki keunikan tersendiri, menjadikannya tidak hanya sebagai barang dekoratif tetapi juga sebagai karya seni yang bernilai. Pendekatan personal ini memperkuat

hubungan antara pengrajin dan pelanggan, menciptakan pengalaman pembelian yang lebih bermakna (Febriansyah & Rahmawati, 2024).

Dalam upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya, Wahyu Miniatur menerapkan strategi pemasaran yang cerdas dan terukur. Dengan menargetkan segmen pasar yang mencari produk berkualitas tinggi dan bersedia membayar harga premium, usaha ini memposisikan dirinya sebagai produsen kerajinan miniatur kelas atas. Selain itu, fokus pada kalangan kolektor dan konsumen yang memiliki ketertarikan tinggi pada dunia kerajinan miniatur memungkinkan Wahyu Miniatur untuk membangun basis pelanggan yang loyal dan apresiasif terhadap nilai seni dan kerumitan yang terkandung dalam setiap karya. Strategi ini tidak hanya membantu dalam menjaga kestabilan permintaan tetapi juga mendorong pengrajin untuk terus meningkatkan kualitas dan inovasi dalam karya-karya mereka (Hanifah et al., 2024).

Kontribusi Wahyu Miniatur terhadap pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian seni tradisional juga menjadi aspek penting dari keberadaan usaha ini. Melalui produksi karya-karya berkualitas tinggi, Wahyu Miniatur tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan di Desa Kalimalang, tetapi juga berperan dalam mempromosikan kekayaan budaya dan keahlian lokal ke pasar yang lebih luas. Inisiatif untuk memperkenalkan usaha kerajinan miniatur melalui pembuatan konten video menunjukkan adaptasi terhadap tren pemasaran digital, memungkinkan Wahyu Miniatur untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produknya di era digital. Pendekatan ini tidak hanya menguntungkan usaha secara langsung tetapi juga membuka peluang bagi komunitas sekitar untuk terlibat dan mendapatkan manfaat dari pertumbuhan sektor kreatif ini.

Dengan kombinasi unik antara keahlian tradisional, inovasi dalam penggunaan bahan, dan strategi pemasaran yang cerdas, Wahyu Miniatur telah memposisikan dirinya sebagai contoh cemerlang bagaimana usaha kecil dapat berkembang dan bersaing di pasar yang semakin global. Perkembangan usaha ini tidak hanya menjadi sumber inspirasi bagi pengusaha lokal lainnya tetapi juga menjadi bukti nyata potensi besar yang dimiliki oleh industri kreatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya secara bersamaan. Melalui dedikasi terhadap kualitas, kreativitas, dan keberlanjutan, Wahyu Miniatur tidak hanya menciptakan produk, tetapi juga melestarikan warisan budaya dan membuka jalan bagi inovasi dalam industri kerajinan tangan Indonesia.

Proses Kreatif dan Teknik Pembuatan Miniatur

Proses kreatif dalam pembuatan suatu karya, termasuk Wahyu Miniatur, dapat didefinisikan sebagai serangkaian tahapan mental dan fisik yang melibatkan penemuan ide, eksplorasi konsep, dan implementasi teknis untuk menghasilkan produk yang inovatif dan bermakna (Rhainaratri, 2023). Dalam konteks pembuatan miniatur, proses ini mencakup berbagai aspek yang saling terkait dan berkontribusi pada keseluruhan hasil akhir. Proses kreatif ini tidak hanya melibatkan keterampilan teknis, tetapi juga kemampuan untuk memvisualisasikan, memecahkan masalah, dan beradaptasi dengan berbagai tantangan yang muncul selama proses produksi (Suhendar et al., 2023). Dalam pembuatan miniatur bus ini, berbagai alat dan bahan digunakan untuk menghasilkan replika yang detail dan menarik. Alat-alat utama yang digunakan meliputi gunting talang air, penggaris, pensil, gergaji besi, katek, tang, bor mini, penggaris siku, dan lem G. Sementara itu, bahan-bahan yang diperlukan terdiri dari triplek, akrilik berukuran 70 milimeter, gabus, sepon ati, dan paralon. Pemilihan alat dan bahan ini tidak hanya mempertimbangkan kualitas hasil akhir, tetapi juga efisiensi dalam proses produksi.

Tabel 1. Alat dan Bahan Pembuatan Wahyu Miniatur

No	Kategori	Item
1	Alat	Gunting talang air
		Penggaris
		Pensil
		Gergaji
		Besi
		Cutter
		Tang
		Bor Mini
		Penggaris Siku
2	Bahan	Lem G
		Triplek
		Akrilik (ukuran 70 mm)
		Gabus
		Spons Ati
		Paralon
		Pilox merek Samurai (untuk anti gores)
3	Bahan Bekas	Paralon bekas (untuk pembuatan pelek)

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Selanjutnya, salah satu komponen kunci dalam proses kreatif pembuatan Wahyu Miniatur adalah tahap konseptualisasi. Pada tahap ini, pembuat miniatur mengembangkan ide awal dan merancang konsep detail dari miniatur yang akan dibuat. Hal ini melibatkan penelitian mendalam tentang bus asli yang akan direplikasi, termasuk studi tentang proporsi, warna, dan detail-detail khusus yang menjadi ciri khas kendaraan tersebut. Proses ini juga mencakup pembuatan sketsa awal dan perencanaan skala yang tepat untuk memastikan akurasi replika. Setelah konsep matang, langkah selanjutnya adalah memilih material yang tepat untuk mewujudkan visi kreatif tersebut.

Aspek penting lainnya dalam proses kreatif adalah pemilihan dan adaptasi material. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pembuatan Wahyu Miniatur melibatkan penggunaan berbagai bahan, termasuk triplek, akrilik, gabus, sepon ati, dan paralon. Kreativitas dalam aspek ini tidak hanya terletak pada pemilihan bahan yang tepat untuk setiap komponen, tetapi juga pada kemampuan untuk mengadaptasi dan memanfaatkan bahan-bahan tersebut secara inovatif. Penggunaan paralon bekas untuk membuat pelek, misalnya, menunjukkan kreativitas dalam memanfaatkan barang bekas untuk menciptakan komponen yang fungsional dan estetis. Pemilihan material yang tepat ini kemudian mengarah pada proses fabrikasi dan perakitan yang kompleks.

Teknik fabrikasi dan perakitan merupakan komponen lain yang integral dalam proses kreatif ini. Mulai dari pemotongan triplek, pembentukan struktur tiga dimensi, pendempulan hingga pengamplasan kerangka miniatur, setiap tahap memerlukan presisi dan kreativitas dalam penerapan teknik yang sesuai. Proses ini juga melibatkan pengembangan dan penerapan teknik-teknik khusus, seperti metode pembuatan roda dari gabus sepon ati dan pelek dari paralon bekas, yang mungkin memerlukan eksperimen dan inovasi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Setelah struktur dasar terbentuk, perhatian beralih pada aspek finishing yang tidak kalah pentingnya. Aspek finishing dan detailing dilakukan agar miniatur terlihat menarik. Tahap ini melibatkan pengecatan, pemasangan stiker, dan aplikasi lapisan pelindung. Kreativitas dalam tahap ini terlihat dari kemampuan untuk menciptakan efek visual yang menyerupai kendaraan asli, termasuk

pemilihan warna yang tepat, pencampuran cat untuk mendapatkan nuansa yang akurat, dan penerapan detail-detail kecil yang meningkatkan realisme miniatur. Namun, proses kreatif tidak berhenti di sini; fleksibilitas dalam menghadapi tantangan yang muncul selama produksi juga merupakan aspek krusial.

Fleksibilitas dan kemampuan pemecahan masalah juga merupakan komponen krusial dalam proses kreatif pembuatan Wahyu Miniatur. Selama proses produksi, berbagai tantangan dan kendala teknis mungkin muncul, yang memerlukan solusi kreatif dan adaptasi cepat. Kemampuan untuk berpikir di luar kotak dan menemukan solusi alternatif ketika menghadapi keterbatasan bahan atau teknis merupakan aspek penting dari kreativitas dalam konteks ini. Pendekatan fleksibel ini juga sejalan dengan aspek sustainabilitas yang semakin penting dalam proses kreatif modern. Terakhir, aspek sustainabilitas dan kesadaran lingkungan juga menjadi bagian integral dari proses kreatif modern. Dalam pembuatan Wahyu Miniatur, hal ini tercermin dalam upaya untuk memanfaatkan barang bekas dan memilih bahan-bahan yang ramah lingkungan. Kreativitas dalam aspek ini melibatkan kemampuan untuk melihat potensi dalam material yang mungkin dianggap sebagai limbah dan mengintegrasikannya ke dalam proses produksi tanpa mengorbankan kualitas produk akhir. Pendekatan berkelanjutan ini tidak hanya menambah nilai pada produk akhir tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial dalam proses kreatif.

Dengan memahami dan menerapkan semua aspek dan komponen proses kreatif ini, pembuatan Wahyu Miniatur tidak hanya menghasilkan replika yang akurat dan menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan inovasi, efisiensi, dan kesadaran lingkungan. Proses ini mendemonstrasikan bagaimana kreativitas dapat diterapkan dalam setiap tahap produksi, mulai dari konseptualisasi hingga finishing, menghasilkan karya yang tidak hanya memuaskan secara estetis tetapi juga bermakna dalam konteks yang lebih luas. Melalui integrasi semua elemen ini, Wahyu Miniatur menjadi contoh nyata dari bagaimana proses kreatif yang holistik dapat menghasilkan produk yang unggul dalam berbagai aspek.





Gambar 1. Perakitan-Finishing Miniatur
Sumber : Dokumentasi

Upaya Pengembangan UMKM Wahyu Miniatur

Upaya pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan aspek krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Dalam konteks ini, UMKM Wahyu Miniatur telah menunjukkan langkah-langkah strategis yang signifikan dalam upaya meningkatkan visibilitas dan daya saing usahanya di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu langkah penting yang diambil adalah fokus pada branding dan pembuatan merek usaha. Branding, secara teoretis, dapat didefinisikan sebagai proses menciptakan identitas unik dan membangun citra positif suatu produk atau perusahaan di benak konsumen (Saifulloh, 2021). Hal ini melibatkan pengembangan elemen-elemen visual dan konseptual yang membedakan suatu merek dari pesaingnya, serta menciptakan nilai emosional yang kuat bagi pelanggan (Nardo et al., 2017). Dalam konteks UMKM Wahyu Miniatur, upaya branding ini direalisasikan melalui pembuatan nama merek usaha yang khas. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam mengenali dan mengingat usaha tersebut, tetapi juga untuk membangun kredibilitas dan kepercayaan pelanggan terhadap produk-produk yang ditawarkan (Sitorus et al., 2020). Dengan adanya identitas merek yang jelas, UMKM Wahyu Miniatur dapat memposisikan dirinya secara lebih tegas di pasar, sekaligus memfasilitasi pembentukan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Sejalan dengan upaya branding, UMKM Wahyu Miniatur juga mengadopsi strategi pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce sebagai saluran pemasaran utama. Dalam era digital ini, kehadiran online menjadi semakin penting bagi kelangsungan dan pertumbuhan UMKM. Secara teoretis, pemanfaatan media sosial dalam konteks bisnis merujuk pada penggunaan platform-platform seperti Instagram, Facebook, atau Twitter untuk membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong penjualan (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Sementara itu, e-commerce mengacu pada transaksi jual beli barang atau jasa melalui internet (Rahmadani et al., 2024). UMKM Wahyu Miniatur secara cerdas memilih Instagram sebagai platform media sosial utama dan Shopee sebagai saluran e-commercenya. Pemilihan Instagram didasarkan pada karakteristik platform yang sangat visual, cocok untuk

memamerkan produk-produk miniatur yang mengandalkan estetika. Melalui Instagram, UMKM ini dapat mengunggah foto-foto produk berkualitas tinggi, berinteraksi langsung dengan pelanggan melalui fitur komentar dan pesan langsung, serta memanfaatkan hashtag untuk memperluas jangkauan audiens. Di sisi lain, kehadiran di Shopee memungkinkan UMKM Wahyu Miniatur untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan memfasilitasi proses transaksi yang lebih mudah dan aman bagi konsumen.

Sementara dalam upaya memperluas jangkauan pasar lebih jauh, UMKM Wahyu Miniatur juga mengambil langkah inovatif dengan pembuatan konten video. Penggunaan konten video dalam strategi pemasaran digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan engagement dan konversi pelanggan. Video marketing sendiri dapat didefinisikan sebagai penggunaan konten berbasis video untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek (Nurmalasari, 2024). Keunggulan video terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan informasi secara lebih menarik dan mudah dicerna, sekaligus membangun koneksi emosional yang lebih kuat dengan audiens. Dalam konteks UMKM Wahyu Miniatur, pembuatan konten video dapat mencakup berbagai aspek, seperti behind-the-scenes proses pembuatan miniatur, tutorial singkat, atau showcase produk-produk terbaru. Konten video semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi bagi konsumen tentang nilai dan keunikan produk-produk miniatur yang ditawarkan. Selain itu, video juga memiliki potensi viral yang tinggi, memungkinkan penyebaran informasi secara organik melalui berbagai konten oleh pengguna media sosial.

Untuk mengukur efektivitas strategi-strategi yang telah diterapkan, UMKM Wahyu Miniatur melakukan analisis perkembangan usaha secara berkala. Analisis perkembangan usaha merupakan proses evaluasi sistematis terhadap berbagai aspek bisnis untuk mengidentifikasi area-area pertumbuhan, tantangan, dan peluang perbaikan. Dalam konteks UMKM, analisis ini menjadi krusial untuk memastikan bahwa sumber daya yang terbatas dialokasikan secara efisien dan strategi yang diterapkan memberikan hasil yang diharapkan. Salah satu indikator positif dari perkembangan UMKM Wahyu Miniatur adalah adanya pesanan miniatur rumah joglo dari Solo. Pesanan ini tidak hanya menunjukkan peningkatan jangkauan geografis pasar, tetapi juga mengindikasikan efektivitas strategi branding dan pemasaran digital yang telah diterapkan. Rumah joglo, sebagai salah satu ikon arsitektur tradisional Jawa, memiliki nilai kultural dan estetika yang tinggi. Kemampuan UMKM Wahyu Miniatur untuk menarik pesanan produk semacam ini menunjukkan pengakuan terhadap kualitas dan keahlian mereka dalam membuat miniatur yang detail dan akurat.

Lebih lanjut, aspek yang menarik dari UMKM Wahyu Miniatur adalah pendekatan mereka terhadap sustainabilitas dan ekonomi sirkular. Dalam proses produksi miniatur, pengrajin memanfaatkan berbagai barang bekas yang ada di sekitar lingkungan mereka. Pendekatan ini tidak hanya mengurangi biaya produksi, tetapi juga memberikan nilai tambah pada barang-barang yang sebelumnya dianggap tidak memiliki nilai ekonomis. Secara teoretis, konsep ekonomi sirkular mengacu pada model ekonomi yang bertujuan untuk mengeliminasi limbah dan memaksimalkan penggunaan sumber daya (Fadhillah & Fahreza, 2023). Dalam konteks UMKM Wahyu Miniatur, penerapan prinsip ini tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan, tetapi juga menciptakan nilai unik bagi produk mereka. Konsumen yang semakin sadar lingkungan cenderung lebih tertarik pada produk-produk yang diproduksi dengan cara yang berkelanjutan. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya menguntungkan dari segi efisiensi biaya, tetapi juga dapat menjadi selling point yang kuat dalam strategi pemasaran UMKM Wahyu Miniatur.

Kesimpulannya, upaya pengembangan UMKM Wahyu Miniatur menunjukkan pendekatan yang komprehensif dan selaras dengan tuntutan pasar di era digital. Melalui kombinasi strategi branding yang kuat, pemanfaatan media sosial dan e-commerce yang efektif, serta inovasi dalam pembuatan konten dan proses produksi, UMKM ini telah memposisikan dirinya untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Keberhasilan awal yang ditunjukkan melalui perluasan pasar dan peningkatan pesanan menjadi indikator positif efektivitas strategi yang diterapkan. Namun, dalam lanskap bisnis yang terus berubah, UMKM Wahyu Miniatur perlu terus melakukan evaluasi dan adaptasi strategi untuk memastikan relevansi dan daya saing dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Wahyu Miniatur merupakan sebuah UMKM di Desa Kalimalang yang bergerak dalam pembuatan produk kerajinan miniatur berkualitas tinggi, oleh karena itu tim pengabdian melakukan pendampingan langsung terhadap Wahyu Miniatur untuk membuat produk unggulan supaya bisa dikembangkan, kami melakukan beberapa kegiatannya yakni memperkuat strategi branding, optimalisasi penggunaan media sosial dan e-commerce, serta pembuatan konten video untuk memperluas jangkauan pasar.

PENGAKUAN

Terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan dukungan finansial terhadap pelaksanaan program dan penyelesaian artikel ini

DAFTAR REFERENSI

- Fadhillah, M. H., & Fahreza, M. (2023). Pendekatan Ekonomi Sirkular sebagai Model Pengembangan Bisnis melalui Pemanfaatan Aplikasi pada Usaha Kecil dan Menengah Pasca Covid-19. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 55–66. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2269>
- Febriansyah, F., & Rahmawati, Y. (2024). Strategi Peningkatan Pendapatan Pengrajin Pada Usaha Kerajinan Mendong Dan Rotan Di Desa Mujing Perspektif Ekonomi Islam. *Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hanifah, F., Sani, D. A., & Suryadi, H. S. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Journal Of International Multidisciplinary Research Analisis*, 2(1), 38–43. <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/10.123456789/31847/150907056.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nardo, R., Yuliana, L., Ratnasari, K., Nugraha, J., Laminigrat, A., Kusuma, H. W., Fauziridwan, M., Sudirman, A., Winata, A., Imron, A., Nursalim, A., Syahputri, A., Oktavianti, P. R. M., Zulfahri, L., Yuhendra, A., & Wardhana, A. (2017). *Branding Strategy Di Era Digital*. Eureka Media Aksara. <https://www-1.tandfonline-1.com-1mijdrsul0a52.hps.bj.uj.edu.pl/doi/abs/10.1080/09688080.2018.1467361%0Ahttps://about.jstor.org/terms%0Ahttps://www.jstor.org/stable/3174448?seq=1>

- Nurmalasari, C. (2024). Analisis Pemanfaatan Video Marketing Sebagai Trend Strategi Pemasaran di Era Digital. *Journal of Educational Technology, Curriculum, Learning, and Communication*, 4, 7–11.
- Rahmadani, A. N., Aziz, A. Z., Indriani, D., Fairuz, J., Sabina, Z., & Nasution, D. P. (2024). Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1), 27–33. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.806>
- Rhainaratri, L. D. (2023). Proses Kreatif Seniman Rupa Octo Cornelius Dalam Periode Karya 2017 - 2022. *Institut Seni Indonesia Yogyakarta*.
- Saifulloh, M. (2021). Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 28–33. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendriyani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). Brand Marketing: the Art of Branding. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January). CV. Media Sains Indonesia.
- Suhendar, H., Hermawan, H., & Setyowati. (2023). *Dasar-Dasar Desain dan Produksi Kriya*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Dikeluarkan.
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>