

Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian kepada Masyarakat

Vol. 3, No. 3, Desember 2019, Hal. 321-326

ISSN: 2580-2569; e-ISSN: 2656-0542

DOI: <https://doi.org/10.12928/jp.v3i3.1228>**Pelatihan desain merek sebagai sarana memperkuat identitas produk**

Agus Frianto, Monika Tiarawati, Nadia Asandimitra, Yessy Artanti, Widyastuti Widyastuti

Universitas Negeri Surabaya, Jl. Ketintang No.2, Ketintang, Kec. Gayungan, Kota Surabaya

Email: nadiaharyono@unesa.ac.id**ABSTRAK**

Merek sebagai suatu kegiatan untuk membuat nama, simbol atau pun identitas untuk membedakan satu produk/jasa dengan produk/jasa yang lainnya. Maka dari itu, penting bagi entrepreneur/pemilik bisnis/startup founder untuk mempertimbangkan merek untuk produk/jasa yang ingin dijual. Dengan adanya merek, nilai total produk menjadi lebih tinggi sehingga konsumen dapat melihat merek sebagai bagian produk yang penting. Konsumen akan lebih mudah membedakan produk perusahaan dengan kompetitor melalui merek. Namun, pentingnya pemberian merek pada produk tidak disadari oleh pelaku UKM yang berada di Desa Ngawen dan Randuboto, Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. Fokus mereka hanya penjualan produk. Padahal, merek dapat menjadi investasi jangka panjang bagi pemilik usaha. Merek yang dikelola dengan baik oleh pemilik usaha akan memberikan keuntungan jangka panjang. Tujuan PKM ini adalah untuk memberi pelatihan tentang bagaimana membuat merek yang baik sehingga dapat mudah dikenal oleh masyarakat umum. Adapun luaran kegiatan PKM ini adalah desain merek yang siap untuk dicetak dan ditempelkan pada kemasan produk para pelaku usaha. Hasil kegiatan PKM ini menunjukkan bahwa ada beberapa pelaku usaha yang sudah mampu membuat merek yang menarik sehingga dapat mudah dikenal oleh konsumen dan pada akhirnya menciptakan identitas bagi produk UKM di Kecamatan Sidayu, Gresik.

Kata kunci: Merek, Identitas, UKM, Kecamatan Sidayu**ABSTRACT**

Trademark as an activity to make a name, symbol or identity to distinguish one product/service from another product/service. Therefore, entrepreneurs/business owners/startup founders need to consider how brands are for products/services that they want to sell. With a brand, the total value of the product is higher so that consumers can see the brand as an important part of the product. Consumers will more easily differentiate company products from competitors through brands. However, the importance of giving brand to the product was not realized by SMEs who were in Ngawen and Randuboto Villages, Sidayu District, Gresik Regency. Their only focus is product sales. Brands can be a long-term investment for business owners. Brands that are well managed by business owners will provide long-term benefits. The purpose of this outreach program is to provide training on how to make a good brand so that it can be easily recognized by the general public. The outputs of this outreach program activity are brand designs that are ready to be printed and pasted on the product packaging of business actors. The results of this outreach program activity show that several business actors have been able to create attractive brands so that they can be easily recognized by consumers and ultimately create an identity for SME products in Sidayu District, Gresik. Abstract. Should consist of one paragraph, should not exceed 200 words, and should contain the background and objective of the paper, its principal results, and its conclusions. Avoid using abbreviations and citations. (font: Times new roman 10, 1 space, italic, justify)

Keywords : brand, identity, SMEs, Sidayu District

PENDAHULUAN

Kecamatan Sidayu merupakan wilayah yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Ujung Pangkah di sebelah utara, Kecamatan Bungah di sebelah selatan, Kecamatan Dukun dan Kecamatan Panceng di sebelah barat, serta Selat Madura di sebelah timur. Kecamatan Sidayu memiliki luas wilayah 47,13 km². Berdasarkan letak geografisnya, Kecamatan Sidayu berdekatan dengan Lamongan yang merupakan wilayah penghasil ikan dan mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai nelayan. Dengan demikian, penduduk di Kecamatan Sidayu sangat mudah mendapatkan ikan. Ikan-ikan tersebut selanjutnya diolah oleh penduduk di beberapa desa di kecamatan Sidayu. Hasil pengolahan ikan oleh penduduk di kecamatan Sidayu antara lain dalam bentuk krupuk, terasi, bonggolan, dan petis. Namun sayangnya produk olahan ini hanya diolah begitu saja oleh warga dan pemasaran produk-produk tersebut diserahkan ke pihak lain. Sehingga tidak heran jika hasil olahan ini selanjutnya akan diberi nama merek sendiri oleh para pembelinya dan dijual secara luas ke beberapa daerah atau propinsi. Hasil wawancara menyatakan bahwa tidak heran krupuk-krupuk atau terasi yang dijual di beberapa toko modern di luar Gresik sebenarnya berasal dari hasil olahan warga kecamatan Sidayu.

Salah satu desa di Kecamatan Sidayu yaitu Desa Randuboto. Pekerjaan warga di desa ini adalah pengrajin krupuk seperti tersaji pada gambar 1 dan 2, dengan jenis krupuk yang diproduksi dan dipasarkan masih sangat sederhana. Krupuk yang dipasarkan masih dalam bentuk krupuk mentah baik dengan atau tanpa merek. Krupuk disesuaikan dengan selera lokal (selera warga setempat), kemasannya juga masih sangat sederhana. Daerah pemasaran krupuk meliputi wilayah Banyuwangi, Kalimantan dan Sidoarjo .



Gambar 1. Produk olahan krupuk ikan

Proses penjemuran hasil olahan krupuk masih memanfaatkan bantuan sinar matahari untuk mendapatkan tingkat kekeringan yang diharapkan. Tampak dari gambar di atas masyarakat atau pengrajin krupuk desa Randuboto juga masih memanfaatkan lahan kosong untuk proses penjemuran krupuk. Ikan yang di olah berasal dari para *supplier*. Hasil pemesanan ikan dari supplier yang datang pada sore hari akan diproses oleh masyarakat menjadi tepung ikan sebagai bahan dasar pembuatan krupuk ikan. Masyarakat atau para pengrajin krupuk harus rela antri untuk menggilingkan hasil pemesanan ikan tersebut dengan biaya penggilingan Rp.500 per kilo. Operator mesin penggilingan ikan tersebut berjumlah dua orang yang memiliki peranan yang berbeda satu dengan yang lainnya. Hasil dari perolehan ongkos giling ikan sebagai diberikan pada operator dan sebagian lagi dibagi kepada masyarakat.

Desa Randuboto adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Sidayu. Jaraknya tidak terlalu jauh dari pusat kota Gresik. Jika ditempuh dengan perjalanan darat yaitu sekitar 30 km dari pusat kota Gresik. Desa Randuboto sendiri memiliki 4 (empat) dusun yang berbeda yaitu: dusun Randuboto, Tanjungsari, Ujungsari, dan Ujung Timur

yang letaknya diseberang sungai Bengawan Solo. Hal unik dari ke empat dusun ini adalah dialek serta karakteristik masyarakatnya berbeda-beda yang menjadikan warna tersendiri dalam keberagaman yang ada di desa Randuboto, hal ini menunjukkan pada zaman dahulu ada sekelompok para pendatang yang membentuk suatu komunitas dan menetap di daerah ini. Seperti halnya desa-desa lainnya, desa ini juga merupakan desa dengan mayoritas penduduk adalah pengrajin ikan. Beberapa jenis ikan sebagai bahan baku krupuk adalah ikan payus, udang, dan ikan bandeng yang dikeringkan dan diolah menjadi krupuk

Hasil survey dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh tim kepada para pengrajin krupuk dan perangkat desa Randuboto serta perangkat Desa Ngawen, menunjukkan bahwa produk-produk yang dihasilkan dari olahan ikan belum memiliki merek. Padahal merek sangat penting sebagai identitas bagi pelaku usaha atas produk-produk yang dihasilkan. Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan adanya pelatihan desain merek dari produk olahan ikan yang dihasilkan masyarakat di desa Randuboto dan Desa Ngawen Kecamatan Sidayu sebelum dijual ke pasar bebas seperti saat ini. Hal ini bertujuan agar Kecamatan Sidayu dapat dikenal masyarakat luas sebagai sentra krupuk ikan.



Gambar 2. Krupuk hasil olahan pengrajin di Kecamatan Sidayu

METODE

Metode pelaksanaan dilakukan dengan memberikan pelatihan pada pelaku usaha krupuk dan beberapa produk lainnya. Pelatihan dilakukan di Balai Desa Randuboto dengan peserta sebanyak 30 orang. Pelatihan yang diberikan mengenai pemahaman tentang pentingnya merek untuk menunjukkan identitas produk dan bagaimana mendesain merek yang baik.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pelaksanaan PKM dilaksanakan dalam beberapa tahap. Tahap pertama adalah melakukan koordinasi dengan UKM yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian ini. Koordinasi dilakukan di Kantor Kecamatan Sidayu dan dihadiri oleh perwakilan dari Desa Ngawen dan Desa Randuboto. Hasil koordinasi disepakati bahwa pelatihan akan diikuti sebanyak 30 pelaku UKM yang ada di kedua desa tersebut. Materi yang akan diberikan meliputi pentingnya memiliki merek bagi suatu produk UKM dan bagaimana mendesain merek yang menarik.

Tahap kedua merupakan tahap pelatihan yang dipandu oleh tim pelaksana PKM seperti tersaji pada gambar 3. Pelatihan ini dilakukan dalam dua bagian. Pada bagian pertama Ibu Monika Tiarawati sebagai narasumber menjelaskan kepada para peserta agar memahami manfaat merek dalam memasarkan produknya serta menjelaskan tentang desain suatu

merek. Merek dapat menunjukkan jati diri dan identitas produk yang dihasilkan oleh para pelaku UKM. Selain itu merek juga merupakan investasi jangka panjang bagi suatu produk agar dapat bertahan di tengah persaingan pasar.



Gambar 3. Narasumber pelatihan mengenai pemahaman merek

Selanjutnya juga dijelaskan mengenai bagaimana membuat desain merek yang baik dan menarik. Desain merek yang menarik harus memperhatikan beberapa hal seperti bentuk huruf, ukuran huruf maupun warna yang bisa menarik perhatian konsumen. Sebelumnya para pelaku usaha sudah harus memiliki konsep mengenai nama merek yang akan digunakan. Merek tersebut harus mudah diingat dan menunjukkan karakteristik produk UKM di Kecamatan Sidayu Gresik.

Pada sesi kedua dijelaskan mengenai pentingnya menggunakan kemasan yang sesuai untuk produk krupuk yang dihasilkan. Penjelasan materi mengenai kemasan disampaikan oleh Ibu Yessy Artanti yang ditunjukkan oleh gambar 4. Produk krupuk memiliki daya tahan tertentu, jika dikemas hanya menggunakan plastik biasa maka kerenyahan krupuk tersebut tidak dapat bertahan lama. Untuk itu perlu kemasan seperti aluminium foil yang dapat membuat krupuk tahan lama, tidak mengubah warna maupun rasa produk.



Gambar 4. Narasumber materi desain merek

Tabel 1. Karakteristik pelaku UKM

	Deskripsi	Frekuensi
Lama Usaha	< 5 tahun	7
	5-10 tahun	13
	> 10 tahun	10
Jenis usaha	Krupuk	22
	Kopi	5
	Bonggolan	3
Merek	Ada	4
	Tidak	26

Setelah menjelaskan materi pelatihan, pada akhir pelaksanaan tim pelaksana PKM menyebarkan angket untuk menggali informasi mengenai karakteristik para pelaku UKM serta ketuntasan peserta mengenai materi yang telah disampaikan oleh nara sumber.

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa sebagian besar responden telah memiliki usaha lebih dari 5 tahun. Meskipun telah lama memiliki usaha namun hanya sebagian kecil pelaku usaha yang memiliki merek. Para pelaku usaha tersebut menjual produknya pada konsumen tanpa menggunakan merek. Selanjutnya konsumen yang akan memberikan merek pada produk tersebut. Hal tersebut lambat laun akan merugikan konsumen karena produk yang dihasilkan tidak dapat dikenali oleh konsumen secara luas. Beberapa contoh merek yang dihasilkan oleh pelaku UKM selama mengikuti pelatihan ditampilkan pada gambar 4.



Gambar 4. Desain merek produk UKM di Kecamatan Sidayu

Seperti halnya mayoritas pengrajin krupuk ikan di wilayah Sidayu, sebagian besar produk-produk olahan ikan ini juga belum mempunyai nama/merek untuk dijual secara langsung ke pasar. Sebagian besar masih menyerahkan sepenuhnya pemberian merek pada pengecer. Pelaku UKM tidak mau direpotkan dengan masalah-masalah pemasaran terutama tentang merek, kemasan, distribusi dan lain-lainnya. Berdasarkan hasil wawancara, waktu mereka telah habis untuk mengolah ikan. Perubahan mindset warga untuk bekerja lebih keras dan mandiri guna mengembangkan usahanya perlu dilakukan.

Berdasarkan angket yang diberikan kepada 30 orang peserta pelatihan desain merek, seluruh peserta ternyata telah memahami tentang manfaat merek. Hal ini dapat dimengerti karena mayoritas peserta pelatihan pada kegiatan PKM ini telah memiliki usaha lebih dari 5 tahun. Mereka sudah mengetahui dan memahami tentang manfaat merek (100%) meskipun sebagian besar (83,3%) belum pernah mengikuti pelatihan desain merek. Hal ini terlihat bahwa semua peserta pelatihan berniat menggunakan merek untuk mengembangkan bisnisnya.

Seperti telah disebutkan pada tujuan kegiatan di atas, pelatihan ini lebih difokuskan pada pelatihan pembuatan desain merek. Merek telah menjadi suatu keharusan bagi para pelaku usaha agar produknya dapat dikenal oleh pasar. Merek menunjukkan identitas dan karakteristik dari produk yang dihasilkan. Dengan memiliki merek maka produk UKM di Kecamatan Sidayu akan memiliki daya saing diantara banyak merek krupuk yang ada di pasaran. Atas dasar hal inilah maka sebanyak semua peserta menyatakan paham dan meyakini bahwa merek akan membantu kelancaran bisnis.

Selain ingin mengetahui tingkat pemahaman dan motivasi peserta, tim peneliti juga ingin mengetahui respon peserta berkaitan dengan kesiapan dan kelengkapan hal-hal yang bersifat teknis selama persiapan sampai berlangsungnya kegiatan. Berdasarkan hasil angket mengenai fasilitas pelatihan, sebagian besar peserta menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa waktu dan tempat pelatihan sesuai dengan yang diinginkan. Untuk bahan pelatihan dan konsumsi, mayoritas peserta setuju bahwa apa yang diberikan sudah memadai dan sesuai dengan yang diharapkan peserta pelatihan.

Selama kegiatan pelatihan mayoritas peserta sangat setuju nara sumber menjelaskan materi dengan baik dan mendampingi peserta sampai selesai juga peserta merasa senang selama menjalani pelatihan serta merasakan manfaatnya bagi keberlangsungan bisnisnya. Bahkan sebagian besar peserta merasakan masih kurangnya waktu pelatihan dikarenakan masih perlunya latihan lebih lanjut dalam menentukan jenis huruf maupun warna yang dapat menarik perhatian konsumen.

Target luaran program kegiatan PKM kali ini adalah pembuatan desain merek. Pelatihan ini belum membahas bagaimana cara mendaftarkan merek ke Disperindag. Sebagian besar peserta pelatihan merupakan pelaku UKM yang menjual produknya tanpa merek. Melalui pelatihan ini diharapkan para pelaku UKM dapat memasarkan produknya menggunakan merek yang ke depannya dapat segera didaftarkan ke Disperindag. Merek merupakan sarana yang penting dalam strategi pemasaran. Merek hadir sebagai identitas untuk membedakan produk yang diproduksi dengan produk sejenis yang diproduksi oleh pebisnis lain. Dengan adanya merek, konsumen akan dapat memilih produk mana yang akan mereka konsumsi.

Lebih lanjut jika ditinjau mengenai motivasi atau niat responden ke depan untuk membuat merek, maka secara keseluruhan peserta pelatihan menyatakan tertarik untuk membuat desain merek yang menarik adalah karena beberapa alasan, yaitu (1) Lebih mengenalkan produk UKM Kecamatan Sidayu, Gresik, (2). Memperluas pangsa pasar, dan (3) Memperkuat identitas produk.

Motivasi responden dalam membuat merek sebagian besar karena untuk memperluas pangsa pasar. Dengan adanya merek maka produk yang dihasilkan oleh produk UKM di Kecamatan Sidayu akan lebih dikenal oleh masyarakat. Selain memperkenalkan produk, merek yang terdapat pada label kemasan tersebut dapat digunakan juga untuk mengenalkan daerah Sidayu-Gresik. Karena daerah Sidayu-Gresik selain memiliki berbagai macam produk krupuk juga memiliki wisata alam seperti wisata perahu yang melintasi sungai Bengawan Solo.

SIMPULAN

Kegiatan PKM yang telah dilaksanakan di Kecamatan Sidayu Gresik dapat mewujudkan pelatihan desain merek. Indikator capaian yang diharapkan adalah adanya merek yang dimiliki oleh pelaku UKM sehingga dapat mengenalkan produk UKM. Selanjutnya merek tersebut diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan omzet penjualan produk di wilayah Kecamatan Sidayu Gresik. Ada beberapa kelemahan dalam kegiatan pelaksanaan pelatihan yang dilakukan oleh tim PKM. Kelemahan tersebut diantaranya adalah desain merek yang disertakan pada produk UKM masih berbentuk fotocopy sehingga belum menarik perhatian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, I. (2017). Pemasaran Konten di Media Sosial untuk Keberhasilan Waralaba. <http://www.majalahfranchise.com/article/110/pemasaran-konten-di-media-sosial-untuk-keberhasilan-waralaba>.
- Deil, S., dan Amelia, F. (2013). 6 Media Sosial yang Bisa Bikin Dagangan Laris Manis. <http://bisnis.liputan6.com/read/736347/6-media-sosial-yang-bisa-bikin-dagangan-laris-manis>.
- Setiawan, S. R.D. (2018). Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>.