

Available online at: prosiding.relawanjurnal.id/index.php/comdev
Proceeding of Community Development
Volume 2 (2018): 181-187; DOI: https://doi.org/10.30874/comdev.2018.210
"Memperkuat Produktivitas untuk Ketahanan Ekonomi Nasional"

TIPE ARTIKEL: ARTIKEL PENELITIAN

"IbM" How to Build Local Brands and Procedures Registration for Local Food of Bangka Island through Brand Certificate [Cara Membangun Merek Lokal dan Tata Cara Pendaftaran Produk Oleh-Oleh Pulau Bangka Melalui Sertifikat Merek]

Yokotani[1], Erita Rosalina[2]
[1,2]Universitas Bangka Belitung, Pangkalpinang, Indonesia
itafadely28@gmail.com

Abstract

Bangka Belitung is a very potential tourist destination because it has many promising attractions to be visited by tourists. However, the problem that arises is a lot of souvenir products typical of Bangka Belitung, especially in Merawang and Sungailiat areas that do not yet have a brand. Even though the brand is very important to add attraction to tourists who want to find souvenirs. In addition, the brand is very important to show the image of the product. Therefore, it is necessary to carry out socialization and assistance regarding the brand in the product and the procedure for product registration through a brand certificate.

Keywords: Souvenirs; Brands; Bangka Belitung.

Abstrak

Bangka Belitung merupakan tujuan wisata yang sangat potensial karena memiliki banyak objek wisata yang menjanjikan untuk dikunjungi oleh wisatawan. Namun, permasalahan yang muncul adalah banyak produk oleh-oleh khas Bangka Belitung khususnya di daerah Merawang dan Sungailiat yang belum memiliki merek. Padahal merek sangat penting untuk menambah daya tarik bagi wisatawan yang ingin mencari oleh-oleh. Sleain itu, merek sangat penting untuk menampakkan citra produk tersebut. Maka dari itu, perlu untuk dilakukan sosialisasi dan pendampingan mengenai merek dalam produk dan tata cara pendafataran produk melalui sertifikat merek.

Kata Kunci : Oleh-oleh; Merek; Bangka Belitung.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Provinsi Kepulauan Bangka Belitung merupakan tujuan wisata/destination tourism yang sangat potensial karena memiliki banyak objek wisata yang menjanjikan untuk dikunjungi oleh wisatawan. Untuk menambah daya tarik wisatawan untuk datang berkunjung ke pulau Bangka ada hal lain yang perlu diperhatikan adalah hasil produk lokal yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Produk lokal ini dapat berupa souvenir, wisata kuliner atau oleh-oleh khas Pulau Bangka yang dijual oleh UMKM. Produk lokal yang ada itu harus memiliki merk yang merupakan citra produk tersebut. Dengan adanya merk, maka wisatawan akan mengingat produk tersebut karena meninggalkan kesan yang baik. Hal ini akan membuat wisatawan untuk datang kembali ke Pulau Bangka.

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina
ISSN 2615-2924 (online)

Penjualan produk lokal berupa souvenir ataupun makanan/oleh-oleh khas Pulau Bangka tidak harus secara fisik dimana wisatawan harus datang ke lokasi. Dengan perkembangan teknologi, penjualan dapat dilakukan dengan akses internet. Laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama diluncurkan, mencatatkan ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah penggila media sosial, atau berkisar di angka 40%. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu, di 2016 kenaikan penguna internet di Indonesia berkisar 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Sementara pengguna yang mengakses sosial media melalui mobile berada di angka 39%. Menurut harian kompas.com, pada 2017, eMarketer memperkirakan netter Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lamban. Hal ini mengandung makna bahwa penduduk Indonesia adalah pengguna internet yang bisa memesan segala kebutuhan lewat online. Hal ini tidak menutup kemungkinan bagi UMKM untuk menjual produk mereka lewat online ataupun media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alinegoro dkk (2014) yang berjudul pengaruh elemen ekuitas merek (Brand Equity) terhadap keputusan pembelian produk pakaian (X) S.M.L di Surabaya dengan variabel independen yaitu kesadaran merek, persepsi kualitas, asosiasi merek dan kesetian merek. Hasil penelitian menunjukkan semua variabel independen mempengaruhi keputusan pembelian. Variabel kesadaran merek memberikan pengaruh yang besar dalam keputusan membeli artinya konsumen lebih mengetahui merek dengan baik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sena (2015) berjudul pengaruh merek lokal dan merek nonlokal pada sikap konsumen (studi pada merek J.Co dan Dunkin Donuts). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan persepsi konsumen merek lokal dan nonlokal, dimana citra merek dan sikap merek terhadap merek lokal lebih baik dibandingkan merek nonlokal. Berdasarkan hasil penelitian bahwa konsumen Indonesia lebih menyukai suatu produk jika produk tersebut memiliki merek. Merek merupakan ciri suatu produk yang dapat meninggalkan kesan yang baik dan selalu teringat oleh konsumen. Dari hasil riset pun menunjukkan bahwa konsumen Indonesia lebih menyukai merek lokal dibandingkan merek nonlokal. Jika kita bandingkan dengan produk lokal yang ada di Pulau Bangka maka ada kemungkinan konsumen Indonesia lebih menyukai produk lokal hasil bumi asli Pulau Bangka.

Jika ingin dibandingkan lagi dengan produk olahan makanan yang sedang tren saat ini adalah produk olahan makanan yang dimiliki oleh artis. Olahan makanan yang dimiliki oleh artis menggunakan merek lokal contoh artis Sandra Dewi dengan nama NyamanOK. Ataupun yang paling banyak dicari konsumen adalah merek yang dikelola oleh Irwansyah. Hal ini juga mengandung arti banyak pemilik perusahaan menggunakan merek lokal dan konsumen Indonesia menyukai merek tersebut.

Dari hasil riset terbaru tahun 2017 yang dilakukan di Sungai Selan Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah yang dilakukan oleh Anggita terdapat 181 UMKM namun hanya 3 UMKM yang memiliki merek. Penelitian ini yang berjudul analisis peran perempuan pada industri rumah tangga terhadap ketahanan ekonomi keluarga di kelurahan Sungai Selan Kecamatan Sungai Selan Kabupaten Bangka Tengah. Hal ini mengandung arti bahwa masih kurangnya kesadaran UMKM mengenai merek. Jika dilihat dari teori yang dikemukakan oleh Kotler (2003) ada tujuh manfaat produk merek bagi konsumen yaitu sebagai identifikasi sumber produk, penetapan tanggung jawab pada pemanufaktur, pengurangan resiko, penekanan biaya pencarian internal dan eksternal, janji atau ikatan khusus dengan produsen, alat simbolis yang memproyeksikan citra diri, dan signal kualitas.

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina
ISSN 2615-2924 (online)

Jika kita lihat di daerah Sungai liat ada produk rusip yang tidak memiliki merek. Sehingga jika ada konsumen luar atau penduduk yang bukan dari Pulau Bangka akan sulit mengenali produk tersebut jika ingin kembali untuk membeli.

Jumlah UMKM yang terdapat di daerah Merawang dan Sungai Liat masih banyak yang belum memiliki merek pada produk yang mereka jual mengakibatkan banyak kerugian yang dapat ditimbulkan. Kerugian tersebut bisa berupa ketidakloyalan konsumen untuk kembali membeli, terjadinya produk yang sama sehingga dapat dibedakan. Maka untuk mengurangi hal tersebut maka pengusaha UMKM tersebut perlu memasang merek pada produk mereka. Jika produk sudah tinggal bagaimana membangun merek produk tersebut dan juga harus mengembangkan merek, tapi tidak hanya sampai disitu usaha UMKM namun harus sampai pada pendaftaran merek agar terdaftar. Dikebanyakan pelaku pengusaha UMKM banyak tidak mengerti untuk apa mereka melakukan pendaftaran merek, bagi mereka pendaftaran merek banyak sekali prosesnya sehingga dirasakan menyulitkan. Karena begitu banyaknya fenomena mengenai produk lokal yang belum memiliki merek dan belum terdaftar maka kami sebagai dosen yang memiliki tugas Tridharma Perguruan Tinggi yang harus mentransfer ilmu kepada masyarakat luas. Maka kami merasa perlu membagi kepada pelaku UMKM atas pengetahuan mengenai merek. Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan pada daerah Merawang dan Sungai Liat. Dua daerah ini memiliki banyak tempat wisata dan juga memiliki industri UMKM sehingga dapat dijual di tempat wisata tersebut.

Permasalahan yang ada terdapat pada usaha mikro kecil menengah di daerah Merawang dan Sungai Liat adalah sebagai berikut :

a. Ketidakadaan merek pada produk, Ada produk lokal berupa souvenir maupun oleh-oleh khas Pulau Bangka tidak memiliki merek di kemasan produk tersebut. Permasalahan ini perlu dicarikan solusinya agar dapat memanfaatkan momen Propinsi Kepulauan Bangka Belitung menjadi tujuan wisata nasional. Dengan adanya momen ini merupakan peluang untuk memperkenalkan produk lokal kepada wisatawan yang berkunjung.
b. Cara pendaftaran merek dagang untuk perlindungan produk, Permasalahan yang perlu dicarikan solusi juga mengenai pengetahuan pelaku UMKM tentang tata cara pendaftaran merek dagang. Hal ini sangat perlu untuk mendapatkan perlindungan produk lokal bagi UMKM. Karena produk lokal yang ada di Pulau Bangka seragam namun memiliki ciri sendiri baik dari bentuk, warna maupun rasa.

Model pemasaran sekarang lebih kepada bauran pemasaran yang harus mengkombinasikan produk dan promosi sehingga merek memiliki peranan yang penting sebagai identitas dari produk lokal tersebut. Merek merupakan tanda pengenal untuk membedakan produk lokal yang serupa dan juga sebagai citra perusahaan atas produk yang diperdagangkan. Merek merupakan identitas produk yang juga dapat sebagai jaminan atas mutu produk sehingga konsumen dapat mengenali mutu dari merek yang ada. Konsumen juga dapat mengetahui tempat asal produsen dari merek yang ada.

Maka salah satu cara untuk membangun merek adalah sama dengan membangun sebuah rumah. Kukuh nya sebuah bangunan pasti memerlukan fondasi yang kuat, maka berlaku juga untuk membangun dan mengembangkan merek. Salah satu caranya adalah dengan menempatkan posisi produk secara spesifik dibenak konsumen. Penempatan atau membangun posisi produk harus dari segala aspek manfaat fungsional secara konsisten sehingga meninggalkan kesan atau citra yang baik di benak konsumen. Salah satu contoh membangun posisi produk adalah dengan keunikan atau keunggulan dari produk tersebut, bisa dari rasa, bentuk, warna, ataupun kemasan sehingga menjadi kata kunci atas produk tersebut. Setelah membangun posisi telah dilakukan maka pelaku UMKM harus terus menjaga posisi tersebut. Salah satu

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina

ISSN 2615-2924 (online)

strategi agar posisi tersebut tetap maka diperlukan perlindungan dengan mendaftarkan merek atas produk tersebut.

Tujuan

Bedasarkan berbagai permasalahan tersebut maka tujuan dari pelaksanaan IBM adalah memberikan ilmu pengetahuan mengenai cara membangun merek dan tata cara pendaftaran merek agar memperoleh perlindungan secara hukum. Secara khusus tujuan dari IBM yang akan dilaksanakan adalah :

1. Meningkatkan dan memperluas pengetahuan pelaku UMKM tentang perlunya merek produk serta cara membangun merek
2. Adanya kemauan dari pelaku UMKM untuk memberikan merek pada kemasan produk lokal mereka
3. Meningkatkan kesadaran pelaku UMKM untuk segera mendaftarkan merek produk mereka
4. Meningkatnya promosi dan pemasaran baik secara fisik maupun melalui online

Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan IBM ini adalah :

1. Meningkatkan dan memperluas pengetahuan pelaku UMKM tentang perlunya merek produk serta cara membangun merek
2. Adanya kemauan dari pelaku UMKM untuk memberikan merek pada kemasan produk lokal mereka
3. Meningkatkan kesadaran pelaku UMKM untuk segera mendaftarkan merek produk mereka
4. Meningkatnya promosi dan pemasaran baik secara fisik maupun melalui online

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Pelaksanaan IBM diharapkan memberikan hasil terbaik untuk masyarakat sasaran yang dikenai program berdasarkan dua permasalahan yang akan berusaha diselesaikan maka target luaran yang akan dihasilkan adalah :

a. Permasalahan yang pertama adalah ketiadaan merek pada produk. Untuk mengatasinya dilakukan :
   1. Memberikan motivasi kepada pelaku UMKM untuk segera memiliki merek pada produk mereka
   2. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya merek sebagai identitas produk dan cara membangun merek produk
b. Permasalahan yang kedua adalah Cara pendaftaran merek dagang untuk perlindungan produk. Adapun upaya yang akan dilakukan:
   1. Memberikan sosialisasi tentang tata cara pendaftaran merek dagang dengan cara memberikan gambaran mengenai proses pengajuannya
   2. Memberikan jasa konsultasi walaupun masa pengabdian IBM telah selesai dilaksanakan
   3.

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina
ISSN 2615-2924 (online)

METODE PELAKSANAAN

Berbagai permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM yang ada di Merawang dan Sungai Liat atas produk mereka dapat dicarikan solusi dengan adanya peran aktif dari berbagai pihak baik institusi Pemerintahan maupun dari dunia pendidikan. Dari pihak pendidikan khususnya dosen yang ada di Universitas Bangka Belitung dimana mereka memang memiliki tugas pengabdian kepada masyarakat. Pengabdian disini dapat berupa pentransferan ilmu pengetahuan yang ada di pendidikan yang berupa teori, di transfer kepada pelaku UMKM sebagai bentuk implementasi dari teori tersebut.

Untuk mendukung realisasinya program IBM ini maka kami dapat memberikan tawaran solusi atas problem yang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut dalam bentuk pendampingan atau sosialisasi/pelatihan. Pelatihan/sosialisasi atau pendampingan berupa :

a. Cara ***pelatihan atau sosialisasi*** yang dilakukan dengan cara mengumpulkan pelaku UMKM yang berada di daerah Merawang dan Sungai Liat
b. Untuk ***pendampingan*** dilakukan untuk pelaku UMKM ingin mendaftarkan merek ke Desperindag

Pendampingan atau sosialisasi yang rencana akan dilakukan adalah cara membangun merek, bagaimana promosi di online dan tata cara pendaftaran merek produk. Pendampingan atau sosialisasi ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan maupun pengetahuan pelaku UMKM merek dan promosi produk yang menjadi sasaran dari kegiatan pengabdian ini. Metode pelaksanaan pada Ibm ini dengan. Sedangkan.

Kami juga akan memberikan peluang kepada pelaku UMKM untuk ***berkonsultasi*** mengenai pengembangan produk dan sertifikasi merek apabila kegiatan pengabdian telah selesai dilaksanakan. Karena keberlanjutan kegiatan berupa konsultasi ini merupakan salah bentuk kepedulian kami dari dunia pendidikan kepada pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada program Pengabdian Dosen Tingkat Universitas tahun 2018 adapun beberapa kegiatan yang sudah terlaksana antara lain :

1. Sosialisasi mengenai pentingnya merek, Kegiatan utama yang dilaksanakan pada program Iptek bagi Masyarakat pada skema pengabdian dosen tingkat Universitas ini adalah sosialisasi mengenai pentingnya merek. Sosialisasi diberikan oleh Ibu Dr. Derita Prapti Rahayu. Sosialisasi dilakukan karena masih banyak pelaku usaha belum mengetahui pentingnya sebuah logo ataupun merek. Sosialisasi ini dihadiri oleh sekitar 40 yang terdiri dari Ibu-Ibu PKK dan aparat desa Balunijuk.
2. Sosialisasi cara pendaftaran merek dagang untuk perlindungan produk , Setelah dilakukannya sosialisasi pentingnya merek, tahapan selanjutnya adalah memberikan sosialisasi mengenai cara pendaftaran merek dagang untuk perlindungan produk. Sosialisasi ini dilakukan karena pelaku usaha belum memahami perlunya perlindungan produk yang mereka miliki agar tidak terjadi peniruan produk dengan cara mendaftarkan merek dagang mereka. Sosialisasi ini diikuti oleh 30 pelaku usaha dan aparat desa Balunijuk. Narasumber dalam sosialisasi ini adalah Dr. Derita Prapti Rahayu.
3. Pendampingan pembuatan logo dagang maupun pemberkasan pendaftaran merek dagang, Tahap terakhir adalah memberikan pendampingan pembuatan logo ataupun merek. Para peserta yang hadir sebanyak 20 pelaku usaha dimana kebanyakan produk mereka tidak memiliki logo ataupun merek tapi ada juga yang sudah memiliki logo sebagai tanda pengenal produk yang mereka jual. Dan juga

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina

ISSN 2615-2924 (online)

dilakukan pendampingan bagi pelaku usaha yang akan melakukan pengajuan pendaftaran merek dagang dengan memberikan pendampingan pemberkasan. Kegiatan pendampingan ini dilakukan oleh ketua dan anggota IBM dan 3 orang mahasiswa.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan pengabdian dosen tingkat universitas merupakan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh pengabdi dengan sumber pembiayaan dari Universitas. Pada skema pengabdian ini, kegiatan yang sudah dilakukan antara lain :

1. Sosialisasi mengenai pentingnya merek
2. Sosialisasi cara pendaftaran merek dagang untuk perlindungan produk
3. Pendampingan pembuatan logo dagang maupun pemberkasan pendaftaran merek dagang

Saran

Terkait dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian dosen tingkat Universitas, beberapa hal yang disarankan antara lain :

1. Diharapkan adanya kegiatan pengabdian yang khusus sosialisasi mengenai logo atau merek dagang baik dari design sehingga pelaku-pelaku usaha kecil memiliki logo atau merek dagang yang dapat menjadi ciri khas produk mereka. Sehingga produk mereka lebih dikenal dan dapat membantu meningkatkan penjualan.
2. Diharapkan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara bertahap atau berjenjang mulai dari sosialisasi logo atau merek, desaign logo, model pemasaran manual maupun online, kemudian pendampingan cara pendaftaran merek dagang sampai ke HAKI. Karena kebanyakan pelaku usaha yang ikut sosialisasi adalah pelaku usaha kecil yang belum memiliki logo.
3. Perlu adanya kerjasama dengan Pihak Dinas-Dinas tertentu untuk dapat memberikan penyuluhan dan membantu pemasaran.

REFERENSI

Alinegoro, Irwan Hartono. (2014). Pengaruh Elemen Ekuitas Merek (Brand Equity) terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (X) S.M.L di Surabaya. *Jurnal Gema Aktualita*, Vol. 3 No. 1, pp. 32-43

Anindita, Ratya., et al. (2005). *Ekonomi Pertanian. Jakarta: Universitas Terbuka. Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES. Saiman, Leonardus. 2009. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.

Anindita, Ratya., et al. (2005). *Ekonomi Pertanian. Jakarta*: Universitas Terbuka.

Hidayat, Imam. P, 2004, "Akuntansi Untuk Usaha Kecil Menengah" http://imanph.wordpress.com pada tanggal 14 Maret 2018

http://bangka.tribunnews.com/2017/06/28/umkm-di-bangka-belitung-siap-hadapi-mea

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina
ISSN 2615-2924 (online)

http://ardihariq8.blogspot.co.id/2017/03/proposal-penelitian-ekonomi.html?m=1

http://simlitabmas.dikti.go.id/unduh_berkas/Panduan_Pelaksanaan_Penelitian_dan_PPM_Edisi X_2016.pdf

Ikatan Akuntansi Indonesia.(2009). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Jakarta

Ikatan Akuntansi Indonesia.(2018). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro kecil dan Menengah. Jakarta

Julia dan Erita Rosalina. (2017). Efektivitas Penerapan Pelaporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM pada Para Pelaku UMKM Di Desa Tua Tunu: Bangka Belitung.

Mubyarto. (1994). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

Saiman, Leonardus. (2009). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.

Sena, Bangkit Yudha. (2015). Pengaruh Asal Merek Lokal dan Merek Nonlokal Pada Sikap Konsumen. *Skripsi.* Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Copyright © 2018, Yokotani; Erita Rosalina

ISSN 2615-2924 (online)