

BRANDING WORKSHOP FOR THE ECONOMIC EMPOWERMENT OF THE CASHEW FARMER IN SOKET LAOK VILLAGE, BANGKALAN REGENCY, MADURA

PELATIHAN BRANDING DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT PETANI MENTE DESA SOKET LAOK, KABUPATEN BANGKALAN, MADURA

Santi Isnaini¹, Dina Septiani², IGAK Satrya Wibawa³, Rani Sukma Ayu Suteja⁴, Irfan Wahyudi⁵, Andria Saptiyasari⁶, Suko Widodo⁷, Kristian Jaya Hamonangan Pasaribu⁸

¹⁻⁸Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Email: igaksatrya@fisip.unair.ac.id

Abstract

Soket Laok is a village located in Tragah District, Bangkalan Regency, Madura. This village has the greatest economic potential in agriculture because the majority of its residents, which are around 4000 people, work as farmers. However, the village, which is not far from the city of Surabaya, is still lagging behind and has not been able to properly utilize the village's potential for community empowerment. Cashew product is the greatest potential by the residents of Soket Laok Village, but the community does not understand how to create and design proper packaging for their cashew products. In addition, Soket laok community also has no experience and knowledge utilising information and communication technology to optimise the marketing of the cashew products. Therefore, the Communications Department of FISIP Unair conducts a community service program entitled Branding Workshop for Economic Empowerment of the Cashew Farmer in Soket Laok Village, Bangkalan Regency, Madura. This program is an extended program that has been carried out in 2020. This community service focuses on creating and training to manage the community website, training on packaging and brands, as well as registration of brands and business license for their business.

Keywords: Economic Potential, Marketing Communications, Branding

Abstrak

Soket Laok merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan, Madura. Desa ini memiliki potensi ekonomi terbesar di bidang pertanian karena mayoritas warganya yang berjumlah sekitar 4000 jiwa berprofesi sebagai petani. Meskipun demikian, desa yang berada tidak jauh dari Kota Surabaya tersebut masih tertinggal dan belum mampu memanfaatkan dengan baik potensi desa untuk pemberdayaan masyarakat. Produksi mente merupakan potensi terbesar yang dimiliki oleh warga Desa Soket Laok namun para petaninya sendiri belum mengerti cara mengemas produk mente untuk dipasarkan di luar daerah Soket Laok sesuai dengan standar yang berlaku. Ditambah lagi dengan kurangnya pemahaman terkait penggunaan teknologi informasi dan komunikasi juga menjadi faktor kurang optimalnya pemasaran produk mente. Dengan berbagai alasan tersebut, Departemen Komunikasi FISIP Unair kembali mengadakan pengabdian masyarakat bertajuk Pelatihan Branding dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Petani Mente Desa Soket Laok, Kabupaten Bangkalan, Madura. Kegiatan tersebut merupakan lanjutan dari pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan pada tahun 2020. Pengabdian masyarakat kali ini berfokus pada pembuatan dan pelatihan mengelola website Desa Soket Laok, pelatihan membuat kemasan dan merek, serta pendaftaran merek dan perizinan usaha pada produk yang telah dihasilkan.

Kata kunci: *potensi ekonomi desa, komunikasi pemasaran, branding,*

 10.20473/jlm.v5i2.2021.418-425

 Open access under CC BY-SA license

PENDAHULUAN

Soket Laok merupakan desa dengan area paling luas di Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan Madura serta memiliki potensi ekonomi terbesar di bidang pertanian (LPPM Universitas Trunojoyo, 2019). Dari sekitar 4000 jiwa penduduk, mayoritas warga Soket Laok berprofesi sebagai petani. Meskipun demikian, desa yang terletak tidak jauh dari Kota Surabaya tersebut masih terbilang tertinggal dan belum mampu mengolah potensi yang dimiliki dengan baik.

Oleh karena itu, sebagai salah satu perwujudan dari Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pengabdian masyarakat, Departemen Komunikasi FISIP Unair kembali mengadakan pengabdian masyarakat di desa Soket Laok. Kegiatan kali ini merupakan lanjutan dari program yang telah terlaksana tahun lalu yang bertujuan untuk mengembangkan potensi desa-desa yang ada di Jawa Timur salah satunya Desa Soket Laok. Tidak berbeda jauh dengan tahun 2020, pengabdian masyarakat kali ini dimaksudkan untuk mengembangkan jiwa wirausaha masyarakat Desa Soket Laok pada umumnya serta para petani mente pada khususnya (Putri, 2021).

Pengabdian masyarakat kembali diadakan di Desa Soket Laok karena masih ditemukan berbagai permasalahan setelah dilaksanakannya pengmas yang pertama. Dalam pelaksanaan pengmas yang pertama, warga Soket Laok cukup memahami cara pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi (media digital) untuk memasarkan potensi ekonomi terbesar mereka yaitu mente. Namun, karena dilaksanakan secara daring, pelatihan terkait penggunaan media digital dinilai perlu diulang kembali agar memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, hal tersebut juga bertujuan agar warga desa semakin terbiasa dengan penggunaan media digital.

Tidak hanya terkait pemanfaatan media digital, produk mente yang diproduksi warga desa juga belum memiliki kemasan dan nama (merk) yang menarik. Padahal, kedua hal tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat membuat produk dikenal dan menarik konsumen. Warga Desa Soket Laok juga belum memiliki pengetahuan terkait prosedur pendaftaran merk dan izin edar secara resmi.

Berbagai permasalahan tersebut memiliki urgensi untuk diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat yang berkelanjutan. Dengan demikian, Departemen Komunikasi FISIP Unair berkomitmen untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertajuk Pelatihan Branding dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Petani Mente Desa Soket Laok, Kabupaten Bangkalan, Madura. Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan secara daring dengan memberikan pelatihan dalam bentuk tertulis (modul) dan audiovisual (video).

Beberapa permasalahan dari mitra, antara lain: Meskipun terletak tidak jauh dari Surabaya, Desa Soket Laok masih dikategorikan sebagai desa yang tertinggal sehingga potensi ekonominya tidak dapat dikembangkan secara maksimal; Warga Soket Laok belum memiliki pengetahuan yang cukup terkait pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk memasarkan produk; Warga Soket Laok belum memiliki kesadaran akan pentingnya kemasan dan nama (merek) produk yang menarik untuk menarik minat konsumen; Kurangnya pemahaman warga Desa Soket Laok terkait prosedur pendaftaran merk (misalnya PIRT dan BPOM) agar produk terbukti memenuhi standar yang berlaku dan dapat dipasarkan secara luas dengan resmi.

Berdasarkan analisis situasi dan masalah yang telah dijelaskan, beberapa solusi dan target luaran yang dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, antara lain: Membuat website yang mengakomodasi profil, potensi ekonomi, pariwisata, produk-produk hasil olahan warga Desa Soket Laok, serta materi pelatihan; Membuat materi pelatihan dalam bentuk tertulis (modul) dan audiovisual (video) terkait pengelolaan website dan SEO (*search engine*

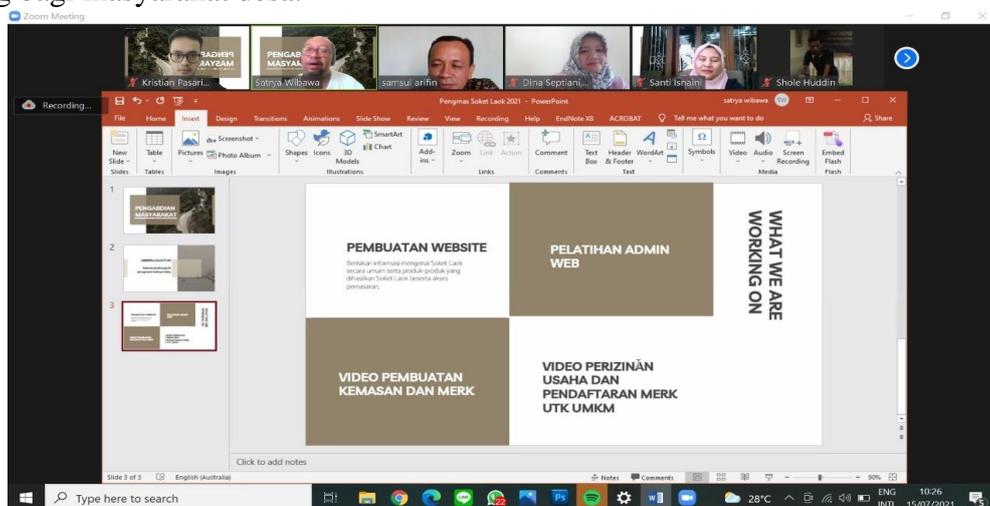
optimization) untuk meningkatkan *rating website*; Membuat materi pelatihan dalam bentuk tertulis (modul) dan audiovisual (video) terkait cara pembuatan kemasan dan merk; Membuat materi pelatihan dalam bentuk tertulis (modul) dan audiovisual (video) terkait perizinan usaha dan pendaftaran merk untuk UMKM.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan kepada masyarakat Soket Laok Bangkalan Madura. Kegiatan ini terdiri dari 2 tahap yaitu **Persiapan**; Rapat bersama mitra; Pra-survei kelompok sasaran yaitu perangkat desa dan petani mente Desa Soket Laok, Kabupaten Bangkalan, Madura; Melakukan pemetaan masalah dan menyusun skema solusi; Membuat materi pelatihan. **Pelaksanaan**: Pembuatan website yang mengakomodasi informasi seputar data Desa Soket Laok, potensi desa, serta hasil produksi warga desa; Pembuatan materi pelatihan dalam bentuk tertulis (modul) dan audiovisual (video) mengenai cara: Pengelolaan website serta cara meningkatkan *rating website* dengan memanfaatkan SEO (*search engine optimization*); Pelatihan pembuatan kemasan dan merk yang menarik; Pelatihan prosedur umum perizinan produk dan pendaftaran merk

HASIL DAN PEMBAHASAN

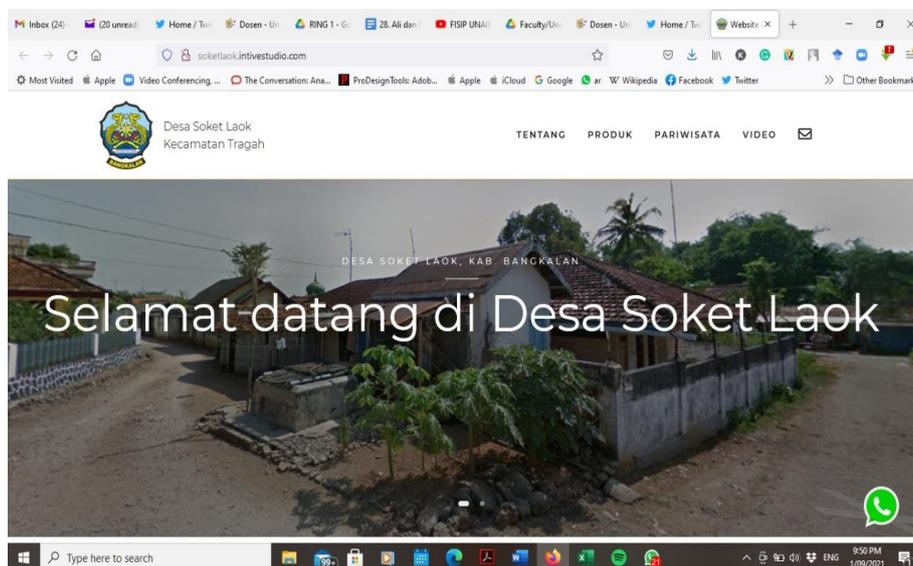
Departemen Komunikasi FISIP UNAIR kembali menyelenggarakan orientasi pengabdian masyarakat pertama secara online di Desa Soket Laok pada tanggal 15 Juli 2021. Kali ini, Departemen Komunikasi melakukan inisiasi tentang pengembangan desa dan mengambil tema khusus terkait "Pelatihan Branding bagi Masyarakat Desa Sokek Laok." Pengabdian masyarakat yang dilakukan menginisiasi tentang pengembangan desa melalui produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bagi masyarakat secara umum dan khususnya petani mente. Tim pengmas mengambil tema pemberdayaan ekonomi pada petani mente di desa soket laok untuk pelaksanaan tahun ini. Pemberdayaan tersebut akan dilangsungkan secara online, dan bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan jiwa wirausaha masyarakat desa pada umumnya, serta petani mete Desa Soket Laok pada khususnya. Tema khusus yang diambil tidak terlalu jauh dari yang tahun kemarin, dimana tahun ini juga berfokus pada pelatihan branding bagi masyarakat desa.



Gambar 1 Rapat koordinasi pertama dengan Warga Desa Soket Laok

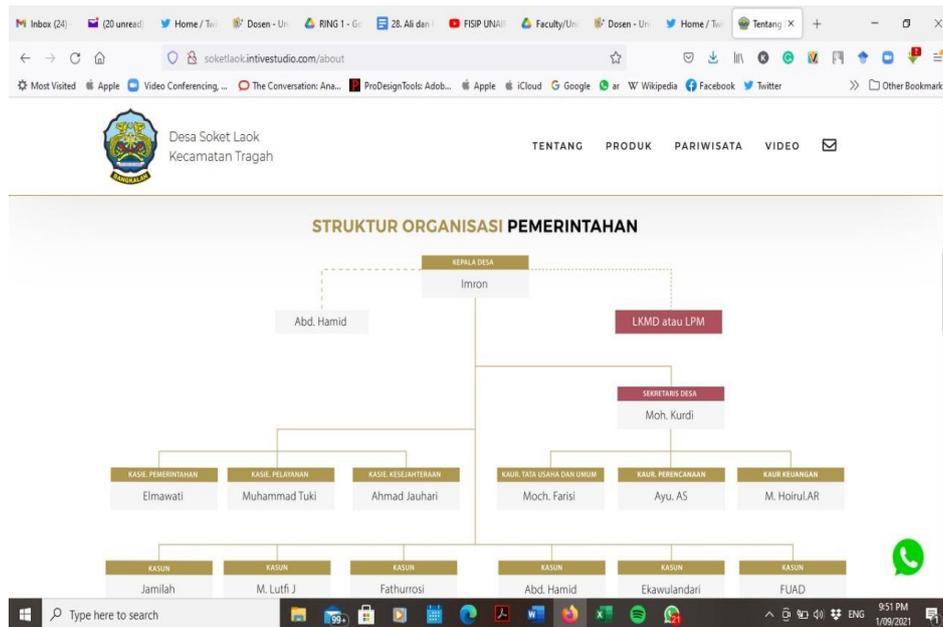
Tim pengmas akan melakukan pemberdayaan kepada masyarakat, guna meningkatkan dan mengembangkan jiwa wirausaha masyarakat desa pada umumnya, khususnya petani mete di Desa Soket Laok. Pemberdayaan dilakukan dengan membuat website Desa Soket Laok, pelatihan administrator website, pelatihan pembuatan video kemasan dan merek, serta melakukan pendaftaran merek dan perizinan usaha pada produk yang telah dihasilkan.

Pembuatan website ini diharapkan dapat lebih meningkatkan perekonomian desa serta mengoptimalkan pengajaran yang tahun sebelumnya kita hanya melakukan pelatihan menggunakan grup whatsapp dan youtube. Tidak hanya itu, masyarakat desa juga akan diajarkan mengenai SEO (*Search Engine Optimization*) guna meningkatkan rating website. Fitur-fitur yang akan ada pada website meliputi video pelatihan cara pengolahan produk, membuat label dan kemasan, sampai menjadi produk jadi yang siap untuk dipasarkan. Pengmas tahun ini akan difokuskan dengan berbasis teknologi dan informasi, sehingga akan juga meliputi informasi demografi desa, pimpinan desa, berita terkini, dan juga produk-produk UMKM yang telah dihasilkan.



Gambar 2 Tampilan beranda Website Desa Soket Laok

Pembuatan materi dalam bentuk tertulis (modul) dan audiovisual untuk dibagikan kepada masyarakat Soket Laok dirasa lebih sesuai pada masa pandemik seperti ini, juga akan dibuatkan website desa yang menampung materi-materi pelatihan pengembangan ekonomi masyarakat Soket Laok. Sehingga, jika ada orang ingin beli produk desa, langsung mampir saja ke website, tanpa *e-commerce*. Rencana akan ada pembuatan website yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sokek laok untuk menampilkan potensi daerah. Selain itu, mencantumkan WA penjual untuk menghubungkan masyarakat dengan calon pembeli,.



Gambar 3 Tampilan Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Soket Laok di Website

Pengmas yang dikemas secara online ini diharapkan dapat memberdayakan ekonomi desa serta mengembangkan jiwa kewirausahaan masyarakat desa soket laok. Sehingga diharapkan dapat memberikan kemakmuran dan kemajuan desa Soket Laok. Kemudian masyarakat desa juga diharapkan dapat menyebarkan ilmu yang telah dipelajari untuk kemakmuran desa soket laok

Salah satu langkah Departemen Komunikasi FISIP Universitas Airlangga dalam mewujudkan pengabdian masyarakat yang bertajuk “Pelatihan *Branding* dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Petani Mente, Desa Soket Laok, Madura” ialah dengan merancang sebuah website desa. Website tersebut digunakan sebagai media penyampaian materi berupa video tutorial terkait “Pembuatan Kemasan dan Nama Merk yang Menarik” serta “Perizinan Usaha dan Pendaftaran Merk untuk UMKM”. Selain itu, pembuatan website ini diharapkan dapat mengenalkan profil serta potensi Desa Soket Laok kepada masyarakat luas.

Website Desa Soket Laok mengakomodasi beberapa hal terkait potensi ekonomi maupun pariwisata Desa Soket Laok. Misalnya saja, website memuat produk-produk hasil olahan warga Desa Soket Laok. Tidak hanya berisi produk, website juga dapat menghubungkan penjual dan pembeli karena menampilkan kontak penjual. Selain itu, website juga dilengkapi dengan profil Desa Soket Laok seperti data kependudukan, struktur organisasi desa, hingga luas wilayah desa. Website ini juga berfungsi sebagai media pemberitaan terkait kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah maupun warga Desa Soket Laok, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan, Madura.

Tidak hanya berhenti pada pembuatan website, melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, Departemen Komunikasi FISIP Unair juga mengadakan pelatihan terkait tata cara operasionalisasi website. Pelatihan yang dilaksanakan secara daring melalui *platform* Zoom tersebut ditujukan untuk mempersiapkan para admin website yang merupakan warga Desa Soket Laok itu sendiri agar memahami cara mengelola informasi yang ada di website.

Pembuatan Kemasan dan Nama Merek yang Menarik

Selain video tutorial pendaftaran UMKM dan Merek, kegiatan pengabdian ini juga dilakukan dengan pembuatan video tutorial cara pembuatan kemasan dan merek yang menarik. Video tersebut menjelaskan mengenai alasan dan tata cara pembuatan merek dan kemasan yang menarik. Hal tersebut penting untuk dibagikan kepada warga Soket Laok karena produk UMKM pada umumnya tidak memiliki merek, dikemas dengan sangat sederhana, serta tidak memiliki label.

Ada 3 strategi utama yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk yang dibahas dalam video yaitu pemberian nama merek, perbaikan kemasan, serta pemberian label. Pemberian nama merek yang baik memiliki beberapa kriteria, antara lain: menarik, mudah diingat, mudah diucapkan, serta ringkas. Tidak hanya sekadar menjadi penanda sebuah merek, nama atau label yang disematkan pada produk juga biasanya mengandung arti. Misalnya, menjadi bagian dari do'a, harapan, cita-cita, atau bagian dari nama diri dalam keluarga. Ada beberapa faktor yang menentukan merek agar dapat dikenali dengan mudah oleh konsumen. Faktor-faktor tersebut ialah warna dan jenis huruf yang digunakan. Produsen dapat memilih untuk menggunakan komposisi warna yang dianggap sesuai dengan produk yang ditawarkan misalnya bernuansa hitam putih atau justru yang kaya akan warna. Jenis huruf yang dicantumkan juga dapat disesuaikan misalnya penggunaan huruf yang sederhana atau kompleks. Meskipun demikian, huruf yang digunakan harus mudah dibaca, jelas, dan tidak terlalu kecil atau besar.

Selain merek, kemasan juga menjadi salah satu faktor pendorong minat konsumen dalam membeli sebuah produk. Kemasan merupakan bahan yang digunakan untuk mewadahi dan atau membungkus pangan, baik yang bersentuhan langsung dengan pangan maupun tidak (Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 tahun 1999). Oleh karena itu, pengemasan berarti upaya meletakkan sesuatu di dalam sebuah wadah atau memberikan pelindung bagi suatu produk. Kemasan memiliki beberapa fungsi, yaitu: mempertahankan mutu, memperpanjang masa simpan, mempermudah penyimpanan dan pemasaran/transportasi, serta menambah daya tarik bagi konsumen karena memberi informasi dan dapat dijadikan sebagai sarana promosi. Karena kemasan dapat digunakan sebagai daya tarik konsumen, tentunya kemasan harus dibuat semenarik mungkin dan punya ciri khas sehingga sebuah produk dapat diidentifikasi dengan mudah oleh konsumen. Salah satu cara agar kemasan memiliki daya tarik yang kuat ialah memiliki komposisi desain, warna, serta bentuk yang seimbang. Ketiga hal tersebut sebaiknya disesuaikan dengan produk yang dijual sehingga dapat menjadi representasi langsung dari sebuah barang. Ukuran serta material bahan yang digunakan untuk membuat kemasan juga tentunya disesuaikan dengan kebutuhan. Terakhir, kemasan juga harus memuat informasi yang jelas dan jujur terkait produk yang dijual.

Setiap kemasan produk tidak akan lengkap apabila tidak disertai dengan label. Menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 69 tahun 1999, label berarti keterangan atau pernyataan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan. Ada dua cara pemberian label yaitu langsung pada kemasan atau menggunakan media lain seperti kertas stiker. Karena menjadi bagian dari kemasan, penempatan label harus dilakukan dengan baik. Pada umumnya, label dapat digunakan sebagai ciri khas yang membedakan sebuah produk dengan produk lainnya misalnya tulisan merek atau berupa gambar. Label yang tertera pada kemasan harus memberikan informasi produk yang sebenarnya. Selain itu, pemberian label yang disertai foto atau gambar juga

diharapkan tidak menimbulkan kebingungan pada konsumen. Beberapa informasi yang sebaiknya tercantum pada label antara lain: merek, nama produk, tanggal produksi & kedaluwarsa, komposisi, berat bersih, metode penyimpanan dan penyajian, saran penyajian, produsen dan alamat, sertifikasi, serta hal-hal yang menjadikan produk tersebut unggul (misalnya tanpa pengawet, tanpa MSG, dan lain-lain).

Perizinan Usaha dan Pendaftaran Merk untuk UMKM

Salah satu luaran yang dihasilkan melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini ialah pembuatan video tutorial terkait perizinan usaha dan pendaftaran merk UMKM. Video tersebut dimaksudkan untuk dapat mengedukasi para pelaku UMKM di Soket Laok mengenai cara mendapatkan izin usaha serta mengurus hak merek karena kedua hal tersebut krusial untuk dilakukan. Merek merupakan tanda yang dapat diwujudkan dalam bentuk gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, warna, baik dalam bentuk dua dan/atau tiga dimensi, suara, hologram atau kombinasi dari berbagai unsur tersebut yang berguna untuk membedakan sebuah barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh seseorang maupun badan hukum dalam kegiatan perdagangan (Indonesia.Go.Id, 2019). Karena merek berguna untuk membedakan barang hasil produksi dengan hasil produksi orang lain, dibutuhkan pendaftaran merk agar barang hasil produksi memiliki perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 tahun sejak tanggal permohonan pendaftaran merk.

Meskipun mendaftarkan merek dapat memberikan berbagai manfaat terutama perlindungan hukum, tidak semua merek dapat didaftarkan di Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia. Ada beberapa hal yang membuat sebuah merek tidak didaftarkan. Pertama, merek tidak dapat mendapatkan perlindungan hukum apabila bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, dan ketertiban hukum. Kedua, merek yang ingin didaftarkan sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya. Ketiga, merek tersebut memuat hal-hal yang berpotensi menyesatkan calon konsumen terkait asal, kualitas, jenis, macam, ukuran, serta tujuan penggunaan barang atau jasa. Keempat, merek mengandung informasi yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi. Kelima, merek sama dengan merek yang sudah terdaftar. Terakhir, merek yang didaftarkan merupakan nama umum atau lambang milik umum.

Video tutorial terkait perizinan usaha dan pendaftaran merk menampilkan secara langsung cara mendaftarkan merk pada situs web Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia (dgip.go.id). Video tersebut juga dilengkapi dengan voice over yang menjelaskan tata cara pendaftaran dalam Bahasa Madura agar lebih mudah dipahami oleh warga desa Soket Laok. Dalam video tutorial, tata cara pendaftaran merk dijelaskan mulai dari pemesanan nomor pembayaran, pendaftaran akun, hingga permohonan online.

DAFTAR PUSTAKA

Kim, V. W. (2014). Evaluating The Effectiveness of Website Branding for Institutions of Higher Learning in The Klang Valley. *Sunway Academic Journal*. 22-35.
<https://core.ac.uk/download/pdf/148366633.pdf>

Putri, A. S. (2021, Juli 15). *Departemen Komunikasi FISIP Peduli UMKM Warga Soket Laok Madura*. Unair News: <http://news.unair.ac.id/2021/07/15/departemen-komunikasi-fisip-peduli-umkm-warga-soket-laok-madura/>