

Fungsi Penggunaan Merek Untuk Produk Usaha Rumahan (Abon Ikan) Bagi Desa Tambu

Mehdi Mohammad Fahrullah Al-hasni¹, Muhammad Din², Maskuri Sutomo³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Email : Mehdialhasni@gmail.com¹, Didi.kaili83@gmail.com², Maskuri.sutomo@yahoo.com³

Article History:

Received: 22 Februari 2023

Revised: 21 Maret 2023

Accepted: 30 April 2023

Keywords: Product Brand,
Homemade Usa, Shredded
Fish.

Abstract: *The purpose of this community service activity is to provide information and knowledge related to the importance of brands to the community in Tambu Village, Balaesang District, Donggala Regency as a form of learning for home-based businesses. The MBKM student activity method used is in the form of education or providing information on brand functions. The use of the mark on shredded fish product packaging to provide a mark on the product, as a means of promotion, shows the quality of the product and the origin of the product. Providing learning about the function of the brand given by the MBKM Faculty of Economics students to the people of Tambu Village as an effort to provide education on the importance of using a brand. In addition, using a brand serves to provide an identity for goods or services and functions to ensure quality and combination for consumers.*

Abstrak

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan informasi dan pengetahuan terkait pentingnya brand kepada masyarakat di Desa Tambu Kecamatan Balaesang Kabupaten Donggala sebagai bentuk pembelajaran bagi usaha rumahan. Metode kegiatan kemahasiswaan MBKM yang digunakan berupa edukasi atau pemberian informasi tentang fungsi brand. Penggunaan tanda pada kemasan produk abon ikan untuk memberikan tanda pada produk sebagai sarana promosi menunjukkan kualitas produk dan keaslian produk. Memberikan pembelajaran tentang fungsi brand yang diberikan mahasiswa Fakultas Ekonomi MBKM kepada masyarakat Desa Tambu sebagai upaya memberikan edukasi akan pentingnya penggunaan brand. Selain itu, penggunaan merek berfungsi untuk memberikan identitas pada barang atau jasa dan berfungsi untuk menjamin kualitas dan kombinasi bagi konsumen.

Kata kunci: Merek Produk, Usa Rumahan, Abon Ikan.

PENDAHULUAN

Desa tambu tambu memiliki usaha rumahan yang dibentuk oleh mahasiswa MBKM yang dimana usaha rumahan ini bergerak dibidang dagang yang memproduksi ikan yang diolah menjadi sebuah makanan yang bisa bertahan sampai berhari-hari yang dimana olahan ini secara umum dikenal dengan nama abon. namun produk ini belum memiliki nama atau identitas yang dapat menjadi ciri khas dari produk tersebut.

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya sebuah merek untuk produk, membuat saya Bersama teman-teman MBKM berinisiatif untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat bahwa pentingnya suatu merek agar dapat menjadi ciri khas untuk produk olahan ikan yang akan di produksi oleh usaha rumahan milik masyarakat desa tambu

Selanjutnya, jika diukur dari rasa, tekstur dan komposisi bahan-bahan tambahan yang dipakai, produk Abon (abon ikan) masyarakat Tambu, tidak kalah jauh dari segi mutu dan kualitas produk sejenis. Namun sayangnya, yang menjadi kendala produk Abon (Abon ikan) ini dapat menjadi pesaing bagi produk-produk sejenis lainnya adalah pengemasannya yang masih sederhana dan belum digunakannya merek pada kemasan produk Abon (Abon ikan) tersebut. Merek itu apa, Apa fungsinya, Keuntungan apa yang diperoleh jika menggunakan merek, adalah hal-hal yang tidak terpikirkan oleh kelompok-kelompok kecil ini. Karena memang pengetahuan mereka itu terbatas, terkait dengan pentingnya penggunaan suatu merek pada kemasan produk, sebagai salah satu cara untuk menunjukkan kualitas dan memperluas pemasaran yang nantinya akan berimbas pada meningkatnya pendapatan masyarakat.

Merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa (UU No 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis). Penggunaan merek sudah merupakan kebutuhan para pelaku usaha untuk mengenalkan atau memasarkan barang dagangannya. Hal ini sudah sangat disadari oleh para pelaku usaha yang berskala besar tetapi masih banyak pelaku usaha kecil yang belum menggunakan merek untuk produk yang dihasilkan, padahal penggunaan merek itu sangat penting, karena (1) Sebagai tanda pengenal; (2) Sebagai sarana promosi; (3) untuk menjamin kualitas; (4) menunjukkan asal barang. Marketing Association mendefinisikan

merek sebagai berikut: merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau kelompok penjual untuk membedakannya dari produk pesaing (Rahab, 2009).

Mahasiswa MBKM di Desa tambu memberdayakan masyarakat melalui hasil laut berupa ikan sebagai salah satu mata pencarian. pengelolaan hasil laut yang dimaksud, diolah menjadi abon (abon ikan) yang dipasarkan dan dijual ke masyarakat luas. Dalam hal pembuatan makanan Abon (abon ikan) di Desa tambu, mahasiswa MBKM membentuk kelompok-kelompok kecil yang terdiri dari kaum wanita yang memanfaatkan sendiri hasil laut mereka untuk dijadikan bahan pokok pembuatan Abon. Untuk proses pemasarannya, kelompok-kelompok kecil ini bersepakat untuk mengumpulkan semua produk Abon yang sudah dibuat, dengan maksud agar dapat dijual dengan jumlah yang banyak. Penjualan dan penyaluran produk abon dari Desa Tambu hanya terbatas pada pedagang-pedagang eceran dan kios-kios kecil. harapan mahasiswa MBKM, lewat produksi abon ikan ini dapat menambah pendapatan mereka, dan meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Tambu.

Kehadiran, mahasiswa MBKM sangat diperlukan untuk menyampaikan atau menginformasikan fungsi merek terhadap produk. Hal di atas menjadi alasan bagi saya dan teman-temn mahasiswa MBKM untuk menginformasika atau memberikan pengertian bahwa pentingnya penggunaan merek untuk produk usaha rumahan abon ikan desa tambu kec balaesang kab donggala.

IDENTIFIKASI MASALAH

Kondisi ekonomi di desa tambu tidak lepas dari adanya potensi sumber daya alam yang dapat mendukung proses peningkatan kesejahteraan masyarakat, hal ini terlihat dari hasil laut yang melimpah berupa ikan , Hal tersebutlah yang menunjang penduduk desa tambu bermata pencaharian. Dengan melimpahnya ikan di desa tambu mahasiswa MBKM dan masyarakat desa tambu telah menciptakan suatu inovasi yaitu olahan ikan yang dijadikan abon. Tetapi produk tersebut belum memiliki merek atau brand untuk nantinya di pasarkan, dari pembahasan diatas kita dapat menarik masalah sebagai berikut:

1. Belum adanya dilakukan peningkatan kualitas produk dengan menetapkan merek
2. Masyarakat desa tambu belum memahami pentingnya suatu merek untuk produk usaha desa tambu

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan BMKM ini dalam menentukan merek dibagi menjadi beberapa tahapan dimana tahapan satu dan lainnya saling terkait.

1. Perencanaan

Membentuk kelompok usaha rumahan

2. Persiapan

Menentukan waktu dalam pelaksanaan pembuatan produk dan menetapkan merek

3. Pelaksanaan

a. pembuatan produk olahan ikan yaitu abon ikan tambu

b. pengemasan produk yang sudah di olah menjadi abon

c. penentuan merek yang akan di gunakan untuk identitas produk olahan ikan desa tambu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengamatan dan pencarian data dilapangan dilakukan mengingat program kerja yang akan dilaksanakan di Desa Tambu harus sesuai dengan masalah dan kebutuhan yang ada di Desa. Data yang diperlukan dalam pembahasan kali ini adalah , mengamati secara langsung dilokasi, pelaksanaan proses, kegiatan-kegiatan masyarakat Desa Tambu, dalam rangka menciptakan pelaksanaan proses yang baik dan kondusif, dengan melakukan beberapa tahapan-tahapan pendekatan kepada masyarakat guna untuk mengetahui persoalan, kendala atau masalah-masalah apa saja, kelebihan, keunggulan, potensi alam/kekayaan alam yang ada di desa tambu. Permasalahan yang di dapatkan melalui data Ril dari kepala desa serta aparatnya dan juga masyarakat yang memang merasakan kendala maupun potensi yang ada di desanya. Dari beberapa tahap pendekatan tersebut ditemukan bahwa potensi alam yang ada di desa tambu yaitu hasil lautnya yaitu ikan Katombo yang masih melimpah ruah di desa tambu, masyarakat desa tambu umumnya bermata pencaharian sebagai nelayan, yang mana setelah mendapatkan hasil tangkapannya langsung di jual di pasar tanpa mengolah atau berinovasi menjadikan produk yang lebih mahal nilai jualnya. Maka dari permasalahan tersebut diketahui bahwa masyarakat di desa tambu khususnya nelayan kurangnya pengetahuan berinovasi mengenai potensi alam yang melimpah ruah di desanya. Maka dari itu perlu meningkatkan pemberdayaan masyarakat guna untuk mensejahterakan masyarakat.

Melimpahnya hasil laut milik masyarakat Desa Tambu, membuka peluang bisnis yang menguntungkan bagi mereka jika diolah dan dipasarkan dengan baik. Sebagai upaya memperluas wilayah pemasaran dan meyakinkan masyarakat luas akan mutu dan kualitas Abon (Abon ikan), maka salah satu cara yang dapat dipakai adalah penggunaan merek pada kemasan Abon (Abon ikan) yang diproduksi oleh masyarakat Desa Tambu. Merek merupakan salah satu kekayaan industri. Suatu produk tidak akan dapat terlepas dari suatu merek, karena merek merupakan identitas dari produk tersebut. Merek adalah aset ekonomi bagi pemiliknya, baik perorangan maupun perusahaan yang dapat menghasilkan keuntungan besar, tentunya bila didayagunakan dengan memperhatikan aspek bisnis dan proses manajemennya yang baik.

Merek merupakan suatu tanda yang diterapkan terhadap produk barang, jasa yang dipergunakan untuk perdagangan barang dan/atau jasa. Dalam suatu merek terdapat 3 hal yang harus diperhatikan yaitu: tanda sebagai daya pembeda yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya, kedua, barang dan jasa, dimana merek itu harus diterapkan kepada barang dan jasa tertentu, yang ketiga, merek tersebut harus dipergunakan dalam perdagangan barang dan/atau jasa. Fungsi merek adalah untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. (Rachmadi Usman 2003) menyatakan bahwa fungsi merek adalah sebagai pembeda dari produk barang dan jasa yang dibuat oleh seseorang atau badan hukum lain. Barang atau jasa tersebut perlu diberi tanda pengenal untuk membedakannya. Juga bagi pihak produsen adalah sebagai jaminan nilai hasil produksinya, khususnya mengenai kualitas, kemudahan pemakaiannya, sedangkan bagi pedagang, merek digunakan untuk promosi barang dagangannya guna mencari dan meluaskan pasaran. Sedangkan untuk pihak konsumen merek diperlukan untuk mengadakan pilihan barang yang akan dibeli. Singkatnya fungsi merek adalah sebagai tanda pembeda, jaminan kualitas, dan aset yang berharga. Berikut 10 alasan pentingnya merek bagi produk usaha rumahan (pratama rika dkk 2018)

1. Brand menempel di Ingatan
2. Brand adalah asset
3. Brand menggugah sisi emosional konsumen
4. Brand menciptakan totalitas pada layanan usaha
5. Brand memudahkan pelanggan menemukan bisnis kita
6. Brand menciptakan kepribadian

7. Brand memiliki kekuatan untuk menarik konsumen
8. Brand akan menghemat biaya usaha
9. Brand mempengaruhi perilaku pembelian
10. Brand dan personal branding saling terkait

Hasil yang dicapai dalam kegiatan MBKM bina desa. Mahasiswa MBKM telah berhasil memberikan edukasi kepada masyarakat tentang fungsi merek, yang mana merek sangat berpengaruh untuk produk usaha rumahan tambu. Dan juga mahasiswa MBKM dan masyarakat desa tambu telah berhasil memberikan brand atau identitas untuk produk olahan ikan yang yang di olah menjadi abon, dari kesepakatan mahasiswa, kaur desa kelompok usaha yang di bentuk lahir lah sebuah brand yaitu ABON IKAN TAMBU, yang nantinya digunakan untuk produk abon ikan desa tambu.



KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa merek penting bagi usaha rumahan desa tambu karena sebagai identitas dari produk barang yang dihasilkan. Pentingnya suatu merek dapat dilihat dari Sebagian besar masyarakat dapat mengingat suatu produk melalui merek suatu produk tersebut, dan juga merek dapat menjadi pembeda untuk produk usaha rumahan desa tambu dan produk lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis juga menyarankan bahwa diperlukan sosialisasi atau penyuluhan mengenai pentingnya merek untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan daya saing untuk produk usaha rumahan desa tambu sehingga dapat bersaing dengan produk-produk lainnya

UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya kegiatan pengabdian ini tidak terlepas dari kontribusi dan partisipasi berbagai pihak. Untuk itu, Tim Pelaksana pengabdian mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Iqbal A.,SE.,M.Si.,Ak.,CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako;
2. Ibu HarnidaWahyuni Adda, SE., MA., Ph.D Selaku Ketua Prodi S1 Manajemen FEB-UNTAD
3. Ibu Wahyuningsih, SE, M.Se, Ph.D Selaku Dosen Wali yang selalu memberi dorongan penulis dalam pengambilan keputusan di bangku perkuliahan.
4. Bapak Dr. Muhammad Din, SE., M.Si.,Ak., CA selaku Dosen Pembimbing Lapangan Penulis yang senantiasa membimbing penulis dalam melaksanakan Program MBKM Membangun Desa Mandiri
5. Bapak Ilham Alisa S.Kom Selaku Pimpinan Yayasan Galang Bersama Kami dan Mentor Penulis dalam melaksanakan Program MBKM Membangun Desa Mandiri.
6. Bapak Andiliu Pandake S.P selaku Kepala Desa Tambu beserta Sekretaris Desa Tambu beserta aparat-aparat Desa Tambu.
7. Dan Terimakasih kepada Sahabat-sahabat saya anggota Posko Desa Tambu Yang selalu harmonis dan selalu berkerja sama dalam menjalankan program kerja di Desa Tambu.

Serta terima kasih banyak kepada orang tua kami yang senantiasa memanjatkan doanya kepada kami, agar tiada alasan lain selain hanya demi kesuksesan kami. Berkat doa dan dorongannya, Penulis dapat menyelesaikan laporan akhir MBKM Bina Desa untuk 5 Bulan yang telah berlalu yang dilaksanakan Pada tanggal 6 September sampai 10 Januari tepatnya Di Desa Tambu Kecamatan Balaesang, Kabupaten Donggala .

REFERENSI

- Teng Berlianty, Agustina Balik, Triska Demmatacco 2022. “Pentingnya Penggunaan Merek Produk Makanan Ringan (Keripik) Bagi Masyarakat”. Maluku Tengah
- Rahab. 2009. “Penerpan Manajemen Merek Pada Usaha Kecil dan Menengah, Jurnal Bisnis & Ekonom I (JBE), Purwokerto.”
- Rika Ratna Permata, Tasya Safiranita Ramli, Biondy Utama 2019 “*Pentingnya Merek Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Di Jawa Barat*” Jawa Barat.
- Rachmadi Usman, Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual, Bandung: Alumni, 2003.