



BRANDING UKM IKAN HIAS DI DUSUN MANGON, KOTA TUAL

Decorative Fish SME Branding In Mangon Hamlet, Tual City

Andi Taufan

Politeknik Perikanan Negeri Tual, Maluku Tenggara, Indonesia

anditaufan@polikant.ac.id

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan membawa manfaat yang besar bagi pelaku UKM di dusun Mangon, Kota Tual dengan adanya kegiatan ini masyarakat desa khususnya para pelaku usaha ikan hias dapat meningkatkan daya jualnya dengan branding produk atau dengan membuat logo atau label usaha sehingga masyarakat paham pentingnya branding produk dalam usaha bisnis. Dalam membranding pada dari itu UKM yang berada di Dusun Mangon sehingga dapat memaksimalkan penjualan dan memperkenalkan produk tersebut. Suatu brand bisa memberikan suatu asset intelektual atau hak kepemilikan, serta memberikan perlindungan hukum kepada pemilik brand dan juga bagi konsumen brand bisa sangat memengaruhi keputusan untuk membeli dan juga manfaat branding yang lainnya yaitu agar suatu UKM dapat berkembang dan dapat dikenal oleh banyak masyarakat luas. Adanya pelatihan dan pendampingan ini, maka UKM diharapkan menjadikan peluang bisnis baru dalam mengelola ikan hias. Muncul dan bertumbuhnya komunitas-komunitas ikan hias di Kota Tual dan sekitarnya menjadi potensi dan peluang yang sangat besar sebagai sebuah hobi yang tentunya akan menghasilkan nilai ekonomis

Kata Kunci: Logo, Branding Produk, Pelatihan Dan Pendampingan

Abstract: *The community service activities carried out bring great benefits to SMEs in Mangon Hamlet, Tual City. With this activity, the village community, especially ornamental fish business actors, can increase their selling power by product branding or by creating a business logo or label so that people understand the importance of product branding. in a business venture. In comparison to that, SMEs in Dusun Mangon can maximize sales and introduce these products. A brand can provide an intellectual asset or ownership rights, as well as provide legal protection for brand owners and also for consumers, a brand can greatly influence the decision to buy and also other branding benefits, namely that an SME can develop and be recognized by a wide range of people. With this training and assistance, SMEs are expected to create new business opportunities in managing ornamental fish. The emergence and growth of ornamental fish communities in Tual City and its surroundings is a huge potential and opportunity as a hobby which will certainly generate economic value.*

Keywords: Logo, Product Branding, Training And Mentoring

| Received | Revised | Published |
|--------------|--------------|--------------|
| 28 Juni 2023 | 15 Juli 2023 | 20 Juli 2023 |

Pendahuluan

Branding bukan hanya dibuat semata-mata sekedar memastikan logo atau merek itu dikenal masyarakat, tetapi juga harus menciptakan emosional diantara konsumen dengan perusahaan (instansi) atau pelayanan. Branding dibuat untuk membentuk citra atau positioning statement atau jasa dari perusahaan yang dikenal oleh konsumen. Oleh karena itu Branding dianggap sebagai suatu strategi penting untuk memasarkan daerah dengan mempromosikan ciri khas atau kebudayaan suatu daerah. Brand hanya ada dipikiran konsumen, ia tak berwujud apapun. *Branding* adalah salah satu hal penting yang harus dibangun oleh sebuah bisnis di era globalisasi. Hilangnya batasan membuat persaingan usaha juga semakin ketat. (Pangestika, 2022) Brand itu paradox, ia tak mempunyai wujud yang nyata namun brand menyediakan nilai dan janji sebagai rangsangan yang sangat kuat untuk menentukan keputusan konsumen membeli atau tidak. Usaha untuk

membangun sebuah merek (brand building) bukanlah sekedar gencar melakukan berbagai aktivitas komunikasi pemasaran, tetapi yang terpenting dapat terus menunjukkan value tinggi yang bisa disampaikan kepada pelanggan atau konsumen, mulai dari kualitas yang bagus hingga pada inovasi produk. Merek yang kuat akan menciptakan Adcock, Dennis, Marketing Principles and Practice (British: Library, 2001) hal. 208. Kepercayaan konsumen terhadap produk yang hendak dibeli atau hendak dipakainya, juga tidak meragukan kualitas dari produk tersebut dimana persepsi terhadap produk telah tertanam kuat di dalam benak konsumen, dengan komunikasi yang berkesinambungan, konsumen diharapkan mampu memahami perbedaan kualitas dibanding pesaing dan keunikan merek yang dimiliki produk. Usaha mikro, kecil dan menengah menjelaskan usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang (Undang-Undang (UU) No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, 2008).

Metode

Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan pelatihan terhadap peserta / mitra sejumlah 15 orang. Kegiatan dimulai dengan mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan tingkat ketrampilan peserta tentang brand dan logo, melakukan tanya jawab antara trainer (pelatih) dengan peserta. Setelah dilakukan tanya jawab, peserta diberikan sosialisasi tentang bagaimana cara membuat logo yang baik sehingga produk usaha ikan hias mereka memiliki ciri khas yang dapat menarik minat konsumen dalam membeli barang. Sosialisasi kemudian dilanjutkan dengan pelatihan tips dan trik berjualan secara online kemudian dilanjutkan dengan pelatihan dengan materi mencari ide untuk membuat logo, melakukan desain dan mengedit kemudian melakukan proses pencetakan sesuai dengan kemasan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini membawa risalah dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman bagi para UMKM dalam meningkatkan daya jual melalui branding Produk. Diharapkan melalui kegiatan ini kami dapat memberikan sumbangsih pemikiran mengenai ilmu dan keterampilan dalam branding produk yaitu pembuatan logo bagi UKM (Usaha Kecil dan menengah). bagi pelaku ikan hias di Dusun Mangon

Kegiatan pertama ini dimulai dengan pelatihan "manajemen bisnis ikan hias " dimana mitra dalam program ini yaitu kelompok masyarakat khususnya pelaku usaha ikan hias diberikan pengetahuan tentang bagaimana mengelola usaha ikan hias mulai dari pengelolaan ikan hias yang bernilai tinggi. dari budidaya sampai ke pemasarannya.

Kegiatan kedua yaitu dilakukan tentang pengenalan branding tujuan unsur dan jenis jenis branding dimana membantu pembudidaya ikan hias memasarkan produknya, program ini beresaha untuk memahamkan arti dan manfaat branding produk ikan hias bagi peternak ikan hias, dengan harapan adanya peningkatan penjualan produk. Selain bermaksud membantu pembudidaya ikan hias untuk memasarkan ikan hias,

Kegiatan Ketiga yaitu praktek membuat branding produk berupa logo dimana para peserta membuat sesuai dengan selera dan tujuan perusahaan. Hasilnya, logo yang diciptakan harus memiliki ciri khas tersendiri sesuai dengan konsep yang telah disusun. Ciri khas tersebut bisa dibentuk dari banyak elemen, meliputi warna, penggunaan filosofi, dan jenis font. Tujuan dari penciptaan ciri khas ini agar publik dapat membedakan satu dengan yang lainnya



Gambar. 1 Judul Kegiatan



Gambar. 2 Pemaparan Materi



Gambar. 3 Praktik Mendesain Logo



Gambar.4 Hasil mencetak Logo

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan membawa manfaat yang besar bagi pelaku UKM di dusun Mangon, Kota Tual dengan adanya kegiatan ini masyarakat desa khususnya para pelaku usaha ikan hias dapat meningkatkan daya jualnya dengan branding produk atau dengan membuat logo atau label usaha sehingga masyarakat paham pentingnya branding produk dalam usaha bisnis. Dalam membranding pada dari itu UKM yang berada di Dusun Mangon sehingga dapat memaksimalkan penjualan dan memperkenalkan produk tersebut. Suatu brand bisa memberikan suatu asset intelektual atau hak kepemilikan, serta memberikan perlindungan hukum kepada pemilik brand dan juga bagi konsumen brand bisa sangat memengaruhi keputusan untuk membeli dan juga manfaat branding yang lainnya yaitu agar suatu UKM dapat berkembang dan dapat dikenal oleh banyak masyarakat luas. Adanya pelatihan dan pendampingan ini, maka UKM diharapkan menjadikan peluang bisnis baru dalam mengelola ikan hias. Muncul dan bertumbuhnya komunitas-komunitas ikan hias di Kota Tual dan sekitarnya menjadi potensi dan peluang yang sangat besar sebagai sebuah hobi yang tentunya akan menghasilkan nilai ekonomis.

Ucapan Terima Kasih

Kepada Bapak Dusun Mangon , Moh Amir Tamnge dan Pemuda Dusun Mangon, kami mengucapkan Terima kasih telah mensupport kami dalam kegiatan Branding UKM Ikan Hias di lingkungan Dusun mangon, Kecamatan Pulau Dullah Selatan, Kota Tual

Referensi

- A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Adcock, Dennis, dkk. 2001. Marketing Principles and Practice. British Library
- Afiah, Nunuy Nur (2009). Beberapa Peran Kewirausahaan dalam Mengatasi tantangan di UMKM.
- Assauri, Sofjan. (2004). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Press. Chaffey, D & Smith, P.R (2008).
- Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. E-Jurnal Manajemen Udayana, 6(10), 5580–5606
- e-Marketing Excellence : Planning and optimizing your digital marketing. USA : Elsevier. Dewi, N. N. K.
- Pangestika, W. (2022, December 7). *Branding: Unsur, Jenis, Tujuan, dan Manfaatnya yang Harus Anda Ketahui*. <https://www.jurnal.id>.
- Undang-undang (UU) No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Pub. L. No.20 (2008). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Download/29221/UU%20Nomor%2020%20Tahun%202008.pdf>