

# Pentingnya Branding Bagi Tenant PPK FTI

Farid Ma'ruf<sup>1\*</sup>, Jefree Fahana<sup>2</sup>, Amalya Nurul Khairi<sup>3</sup>, dan Syifa Fitriani<sup>4</sup>

<sup>1\*,2,3,4</sup> Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

Email: farid.maruf@ie.uad.ac.id

## Abstrak

*Branding merupakan hal penting dalam sebuah usaha. Selain itu, branding juga menjadi patokan dalam menentukan keberlanjutan sebuah usaha. Di sisi lain, banyak pengusaha yang salah dalam memahami konsep branding karena branding hanya dinilai sebatas merk atau logo tetapi pada hakekatnya lebih dari itu. Tahun 2020 ini, tim PPK FTI UAD mendapatkan hibah pengabdian dari ristekbrin berupa Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK). Salah satu pelatihan yang diberikan kepada tenant PPK FTI adalah tentang branding. Pelatihan ini diadakan bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada tenant bahwa branding itu mampu meningkatkan kesadaran dan membangun loyalitas dari para konsumen terhadap produk kita. Pelatihan ini dilaksanakan secara daring menggunakan platform zoom. Pelatihan ini diikuti oleh 20 tenant terpilih yang terdiri dari mahasiswa dan alumni Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad Dahlan (FTI UAD). Kendala sinyal pada pelatihan secara daring ini tidak dapat dihindarkan karena posisi tenant yang tersebar di beberapa daerah di Indonesia dengan kondisi yang beraneka ragam pula. Kendala yang dihadapi tidak mengurangi semangat tenant untuk mengikuti pelatihan ini hingga selesai. Ini dibuktikan dengan lebih dari 50% tenant menyatakan memahami tentang materi branding yang disampaikan dan penting bagi keberlangsungan suatu bisnis.*

**Kata Kunci:** branding, tenant, ppk, fti, konsumen

## Pendahuluan

Program Pengembangan Kewirausahaan Fakultas Teknologi Industri Universitas Ahmad Dahlan atau yang disingkat sebagai PPK FTI UAD merupakan salah satu program pengabdian kepada masyarakat yang ditawarkan oleh RistekBRIN untuk tahun anggaran 2020 ini. Skema PPK ini merupakan salah satu skema pendanaan multi tahun selama 3 tahun untuk program pengabdian kepada masyarakat. Tahun 2020 ini merupakan tahun pertama tim PPK FTI UAD memperoleh dana hibah ini. PPK FTI ini diikuti oleh 20 tenant yang bersedia mengikuti pelatihan dan penugasan yang diberikan oleh tim ini hingga nantinya akan dipilih lagi menjadi 6 tenant yang nantinya akan memperoleh beberapa keistimewaan, seperti pendampingan dan bantuan usaha. PPK FTI ini memiliki semangat sociopreneur sehingga berbisnis tidak hanya mencari keuntungan semata tetapi juga ada unsur pemberdayaan dan kebermanfaat bagi masyarakat.

Ada beberapa pelatihan yang diselenggarakan oleh PPK FTI untuk 20 tenant terpilih tersebut yang salah satunya adalah pelatihan branding. Banyak pengusaha, khususnya UMKM memahami branding ini dalam makna yang sempit, padahal branding ini memiliki makna yang sangat luas. Branding tidak hanya sebatas pada

merk dan logo dari usaha (Chiaravalle & Schenck, 2014). Branding memiliki pengaruh yang sangat luar biasa pada kelangsungan dari usaha itu sendiri. Salah satu ciri branding itu berhasil adalah ketika konsumen menyebutkan bentuk apapun yang serupa akan selalu diidentikan dengan satu produk (Benbunan, Schreier, & Knapp, 2019). Sebagai contoh misalnya adalah ketika menunjuk produk kemasan air minum apapun mereknya, secara gak langsung pasti mengarah ke satu merek produk aqua atau ketika menunjuk produk kendaraan bermotor roda dua apapun mereknya, secara gak langsung menyebut satu merek produk honda. Kedua contoh tersebut merupakan produk yang berhasil membranding dirinya sehingga bisa melekat dan masuk ke otak bawah sadar manusia. Proses branding sampai pada level itu tidaklah mudah dan membutuhkan waktu yang relatif lama dengan biaya yang juga lumayan besar. Artinya, produk tersebut mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama bahkan hingga saat ini atau dengan kata lain branding berkaitan dengan keberlangsungan dari sebuah usaha (Kompella, 2014).

Hal demikian tersebut terkadang kurang begitu difahami oleh pelaku usaha, khususnya pada level UMKM yang selalu berkonsep yang penting bisa dapat keuntungan dan bisa diputar untuk modal kembali. Keberlangsungan usaha pada UMKM belum terlalu difikirkan secara serius karena bisa jadi keterbatasan sumber daya manusia yang ada. Apalagi ketika produk yang dibuat oleh UMKM itu merupakan produk yang memang banyak didapati di pasaran, tentunya untuk berhasil memenangkan pasar perlu kekhasan tersendiri (Tyreman, 2009). Sehingga branding di sini sangatlah diperlukan. Oleh karena itu, pelatihan branding ini dipilih menjadi salah satu tema pelatihan yang diberikan kepada 20 tenant PPK FTI tahun 2020 ini. Pelatihan ini dilaksanakan secara daring atau online menggunakan platform zoom karena masa pandemi yang tidak memungkinkan untuk berkumpul dalam jumlah banyak. Materi pelatihan ini diawali dengan memberikan wawasan kepada tenant tentang legalitas usaha kemudian dilanjutkan tentang branding itu sendiri.

Pemilihan branding sebagai salah satu materi pelatihan di PPK FTI memang sangat diperlukan oleh UMKM karena tentunya berbisnis tidak hanya untuk satu atau dua hari, tetapi untuk seterusnya. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada tenant bahwa branding itu mampu meningkatkan kesadaran dan membangun loyalitas dari para konsumen terhadap produk kita. Sehingga dengan adanya pelatihan ini, harapannya tidak hanya memberikan wawasan tentang branding kepada tenant PPK FTI UAD, tetapi juga bisa diaplikasikan pada bisnis tenant yang sedang digeluti saat ini sehingga lebih kuat lagi dan siap bersaing di pasar dengan kekhasannya masing-masing. Bekal pengetahuan dan aplikasi branding yang kuat membawa bisnis tenant PPK FTI ini bisa bertahan dalam jangka

waktu yang lama dan juga dalam kondisi apapun, termasuk pandemi saat ini yang efeknya sangat dirasakan oleh semua pelaku usaha, baik UMKM hingga perusahaan besar sekalipun.

#### Metode Pelaksanaan

Pelatihan ini dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi zoom meeting. Peserta pelatihan ini adalah 20 tenant PPK FTI yang lolos seleksi dari 27 tenant yang mendaftar mengikuti PPK FTI ini. Tenant diharapkan sudah bisa masuk ke ruang zoom yang telah disiapkan oleh tim PPK FTI minimal 15 menit sebelum acara dimulai. Link pelatihan dibagikan kepada tenant H-1 sebelum pelatihan melalui grup *whatsapp* yang telah dibuat. Selain itu, grup *whatsapp* dibuat guna memperlancar komunikasi dan penyampaian informasi kepada tenant selama kegiatan PPK FTI ini berlangsung. Terlebih kegiatan PPK FTI tahun 2020 ini berada pada masa pandemi sehingga beberapa kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya harus diubah menyesuaikan dengan kondisi saat ini.

Akhirnya, semua kegiatan pelatihan termasuk pelatihan branding ini dilaksanakan secara online. Pelatihan branding ini diawali dengan penyampaian materi dasar tentang branding dan aplikasinya kemudian dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab. Pada sesi diskusi tanya jawab ini, para tenant diminta menyampaikan sejauh mana konsep branding ini telah diterapkan, khususnya bagi yang sudah punya usaha dan berjalan. Bagi yang belum, tetap diminta menyampaikan gagasan tentang konsep branding yang akan diterapkan di dalam usaha yang akan dirilis.

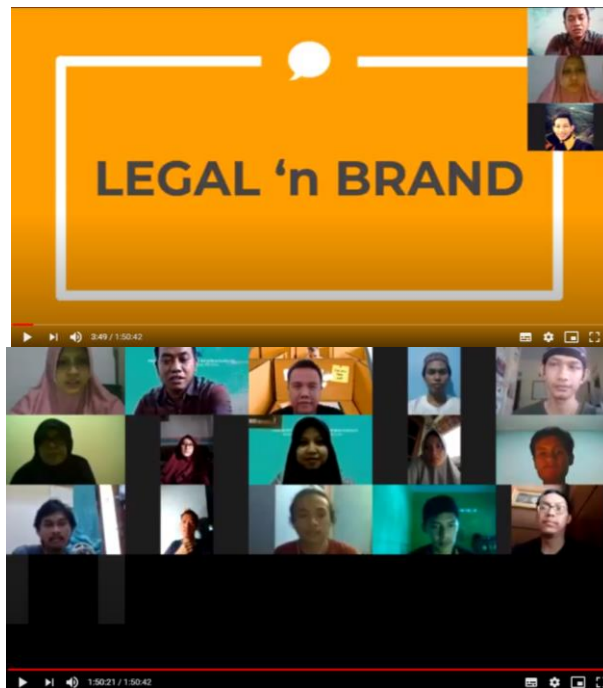
Karena pelaksanaan secara online, maka tim PPK FTI selalu menghimbau kepada para tenant untuk menyiapkan segala keperluan pada saat pelatihan online ini, seperti handphone/laptop, pulsa/wifi yang bisa terhubung internet, dan sinyal. Selain perangkat untuk keperluan online, tim PPK FTI selalu menghimbau kepada tenant walaupun kegiatan ini diselenggarakan secara online tetap diminta memakai pakaian yang rapi pada saat pelatihan berlangsung dan dilarang menggunakan kaos oblong. Hal tersebut diperlukan untuk menjaga konsentrasi dan kenyamanan pada saat pelatihan online ini berjalan. Setelah diskusi selesai, semua tenant diwajibkan mengisi daftar hadir dan kuesioner melalui tautan yang dibagikan melalui grup *whatsapp* dan ruang diskusi yang terdapat pada aplikasi zoom.

#### Hasil dan Pembahasan

Salah satu kegiatan PPK FTI ini adalah berbentuk pelatihan selama 1 bulan penuh dengan pelaksanaannya setiap hari sabtu dan tema yang berbeda pada setiap pertemuannya. Branding merupakan salah satu materi yang disampaikan pada saat pelatihan ini. Materi tentang branding ini merupakan materi yang layak disampaikan sebagai salah satu materi pelatihan PPK FTI. Sepintas kata branding ini merupakan

kata yang sangat akrab di telinga, khususnya bagi para pelaku usaha. Tetapi, pada praktiknya menerapkan branding pada sebuah usaha tidaklah mudah karena membutuhkan waktu dan biaya. Beberapa perusahaan nasional bahkan rela mengeluarkan hingga milyaran rupiah hanya untuk mengubah warna kemasan produk dalam rangka membranding produk. Maka, branding ini merupakan hal pokok yang sangat penting dalam membangun sebuah usaha sehingga mampu menimbulkan kepercayaan kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

**Gambar 1. Pelatihan Branding**



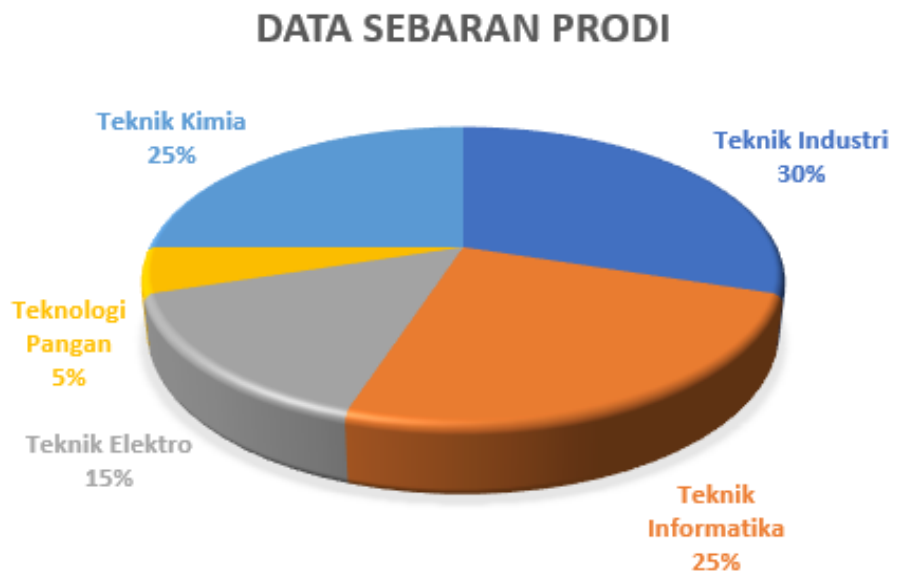
Pelatihan branding ini dilaksanakan di minggu terakhir dari seluruh serangkaian pelatihan yang diselenggarakan oleh tim PPK FTI untuk tenant. Tepatnya pelatihan ini diselenggarakan pada hari sabtu tanggal 18 Juli 2020 pukul 13.00-15.00 WIB. Pelatihan ini diikuti oleh 20 tenant lolos seleksi yang berasal dari program studi yang ada di FTI serta terdiri dari mahasiswa dan alumni. Sebetulnya pada pelatihan ditanggal itu ada 2 materi yang disampaikan dengan narasumber yang berbeda, yakni tentang digital marketing serta legal dan branding. Sebelum masuk ke materi branding terlebih dahulu disampaikan materi tentang legalitas dalam berwirausaha. Hal ini juga tak kalah penting dengan masalah branding. Untuk menuju bisnis yang betul-betul professional, tentunya ada beberapa hal yang memang harus dilindungi oleh payung hukum yang legal. Contohnya saja merk/nama usaha, logo usaha, bahkan hingga desain kemasan bisa dilegalkan agar tidak ditiru oleh orang lain

(Firmansyah, 2009). Memang kalau dilihat agak berat, khususnya untuk level UMKM sehingga tidak harus dilakukan dalam satu waktu bisa bertahap tetapi tetap terencana. Sehingga dalam kurun waktu tertentu, beberapa hal yang memang harus dilegalkan bisa terpayungi oleh payung hukum, baik HaKI maupun badan hukum perusahaannya.

**Gambar 3. Data Status Tenant PPK FTI**

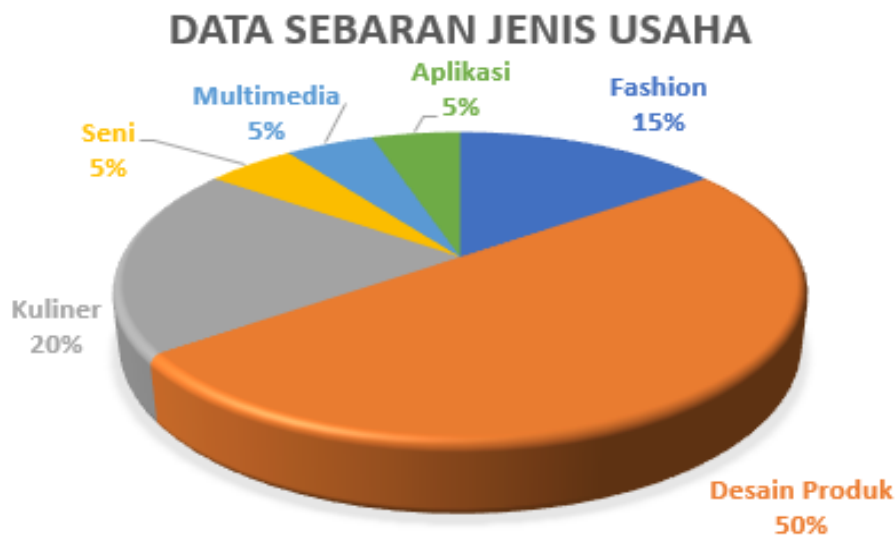


**Gambar 4 . Data Asal Program Studi Tenant PPK FTI**



Materi legal ini perlu disampaikan kepada tenant, bagi yang akan maupun saat ini sudah sebagai pelaku usaha karena sebagai pelaku usaha juga harus sadar akan hukum (Quraisy, 2011). Selain itu, bisnis yang dijalani ini memang bukan bisnis yang kaleng-kaleng atau hanya untuk 1-2 hari tetapi untuk jangka waktu yang lama bahkan bisa turun-temurun ke generasi berikutnya. Pada sesi ini beberapa pertanyaan muncul, seperti untuk badan hukum apakah harus segera kemudian harus PT/UD/CV serta bagaimana proses pengurusan HaKI/Paten dan berapa biayanya. Jawaban untuk kedua pertanyaan tersebut dikembalikan ke sumber daya manusia yang dimiliki. Proses legal, baik HaKI maupun badan hukum pasti tidak terlepas dari formulir yang harus diisi kemudian dilengkapi dengan dokumen-dokumen pendukungnya sehingga membutuhkan usaha bahkan sumber daya manusia tersendiri (Siswosoediro, 2008). Apalagi di skala UMKM sumber daya manusia masih sangat terbatas sehingga disampaikan ke tenant untuk hal-hal ini tidak perlu tergesa-gesa tetapi tetap dijalankan dan berprogres terus sehingga bisa tercapai. Keanekaragaman usaha yang dilakukan tenant tentunya memiliki cara dan strategi yang berbeda-beda dalam membranding usahanya.

**Gambar 5. Jenis Usaha 20 Tenant PPK FTI**



Berikutnya dilanjutkan dengan branding yang diawali dengan memberikan penjelasan tentang konsep dasar hingga pengaplikasiannya. Branding selalu identik dengan merk atau logo dari sebuah usaha atau produk dari usaha tersebut, khususnya UMKM dan tenant PPK FTI. Padahal sejatinya branding lebih luas dari hanya sekedar merk ataupun logo. Branding tidak hanya berbicara terhadap hal-hal fisik saja, tetapi juga terhadap hal-hal yang sifatnya intangible bahkan perilaku termasuk juga di dalamnya adalah branding personal (Dwijatmiko, 2019). Brand yang kuat

tentunya akan menonjol di tengah persaingan pasar yang sangat ketat. Branding yang berhasil mampu menghubungkan secara emosioanal antara usaha yang dikerjakan dengan konsumen sehingga konsumen menjadi percaya, jatuh cinta, hingga setia atau loyal (Wesfix, 2017). Terdapat 6 cara menyampaikan brand kita kepada pelanggan yakni dengan ekspresi, komunikasi, produk, perilaku, saluran distribusi, dan pendengar (Wheeler, 2017). Tidak hanya konsep dasar branding saja yang disampaikan pada pelatihan ini, tetapi juga contoh pengaplikasiannya.

**Gambar 6. Tingkat Pemahaman Tenant Tentang Materi Ini**



Salah satu contoh produk yang diberikan pada pelatihan ini adalah proses metamorfosis desain botol kaca salah satu produk teh yang akhirnya bertahan sampai sekarang dengan menggunakan desain ketiga. Desain botol kaca itu juga dipakai pada desain kemasan teh yang bentuknya kotak, sehingga apapun desain kemasan produk teh tersebut desain botol kaca khasnya selalu ada. Proses penemuan branding hingga sampai desain ketiga tersebut tentunya memerlukan waktu dan biaya hingga bisa bertahan dan memiliki konsumen yang loyal hingga saat ini. Tidak hanya perusahaan besar, UMKM juga bisa mengaplikasikan branding ini di usahanya. Kuncinya sama seperti legal di atas, yakni gak perlu terburu-buru tetapi tetap berprogres dan mengalami peningkatan berapapun prosentasenya. Beberapa pertanyaan juga muncul di tengah penyampaian materi yang secara waktu sangat terbatas karena harus berbagai dengan narasumber lainnya pada pelatihan ini. Pertanyaan tersebut antara lain jika dalam satu usaha ada beberapa jenis produk, bagaimana cara brandingnya atau yang lain adalah dari ke-6 cara penyampaian brand mana yang paling direkomendasikan. Diskusi pada materi legal dan branding ini cukup menarik karena tenant antusias serta mau membagikan apa yang akan

dibangun bagi yang mau menjalankan usaha dan apa yang sudah dilakukan terkait branding selama ini bagi yang usahanya sudah berjalan.

Sebelum diakhiri materi ini, semua tenant diharapkan mengisi daftar hadir dan kuesioner sebagai bentuk *post test* setelah mengikuti pelatihan melalui tautan yang dibagikan bagi di grup *whatsapp* maupun di ruang obrolan yang terdapat pada *platform zoom meeting*. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dibagikan dan diisi oleh para tenant, diperoleh hasil bahwa tenant mampu memahami materi legal dan branding ini dengan baik sehingga kemudian dapat mengaplikasikan ke dalam usahanya secara berkala. Kegiatan pelatihan secara daring ini tidak lancar begitu saja, terdapat beberapa kendala yang hadapi seperti tenant yang keluar masuk, suara yang kadang-kadang tidak jelas, dan sinyal yang kurang baik menyebabkan pelatihan tidak stabil. Kendala yang terjadi bisa saling memaklumi karena memang kondisinya seperti ini. Semangat dan optimistis tenant dalam mengikuti pelatihan ini luar biasa, tetap mengikuti pelatihan dari awal dimulai hingga berakhir, bahkan diskusi yang terjadi juga menarik. Kekurangpuasan pasti ada dan dialami, baik tim ppk maupun tenant yang memperoleh materi tidak bisa semaksimal ketika luring.

**Gambar 6**  
**Efektivitas Pada Sesi Tanya Jawab**



### Simpulan

Secara umum kegiatan pelatihan ini berjalan dengan lancar, terbukti dengan semangat dan antusias tenant mengikuti pelatihan ini dari awal dimulai pukul 13.00 WIB hingga diakhiri pukul 15.00 WIB. Kendala dan hambatan tidak dapat dihindari pada pelatihan yang dilakukan secara daring atau online ini. Pemahaman



sederhananya adalah kegiatan pelatihan secara luring atau langsung tatap muka pasti muncul kendala, apalagi kegiatan yang dilakukan secara daring atau online ini. Apalagi kegiatan ini diikuti oleh para tenant yang berada di tempat yang tidak semuanya kondisi sinyal dalam keadaan baik dan lancar. Toleransi dan saling memaklumilah yang dibutuhkan pada masa pandemi ini. Semangat dan rasa ingin tahu yang tinggi menyebabkan tenant berusaha semaksimal mungkin untuk mengikuti pelatihan ini secara utuh. Bersyukur materi dapat difahami dengan baik dan berharap kondisi segera berakhir sehingga kegiatan tatap muka bisa dilakukan lagi.

#### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ini kami haturkan kepada semua pihak yang sudah membantu sehingga tim PPK FTI ini berhasil mendapatkan hibah pengabdian dari ristekbrin ini. Kepada kaprodi Teknik Industri yang telah memberikan izin laboratorium kewirausahaan dan inovasi ini untuk digunakan sebagai kantor sekretariat dan pusat kegiatan PPK FTI ini. Ketua LPPM dan wakil dekan FTI yang senantiasa mendampingi tim ini mulai dari seleksi proposal hingga kegiatan PPK FTI ini terlaksana karena berhasil dapat hibah pengabdian multi tahun. Ristekbrin sebagai pemberi dana yang telah mempercayakan kepada tim PPK FTI sehingga kegiatan menghasilkan dan mendukung kewirausahaan ini bisa terlaksana. UAD sebagai rumah besar tim PPK FTI yang telah memberikan fasilitas hingga dukungan dana sehingga kegiatan PPK FTI ini bisa dilaksanakan. Semoga amal baik yang sudah dilakukan untuk tim PPK FTI UAD ini dibalas oleh Allah SWT. Amin.

#### Daftar Pustaka

- Benbunan, J., Schreier, G., & Knapp, B. (2019). *Disruptive Branding: How to Win in Times of Change*. Londres: Kogan Page.
- Chiaravalle, B., & Schenck, B. F. (2014). *Branding for dummies*. John Wiley & Sons.
- Dwijatmiko, A. (2019). *Branding Syariah* (I; F. Casova, Ed.). Yogyakarta: Irtikaz Publishing.
- Firmansyah, M. (2009). *Tata Cara Mengurus HaKI*. VisiMedia.
- Kompella, K. (2014). *The definitive book of branding*. SAGE Publications India.
- Quraisy, M. (2011). Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) dalam Perspektif Hukum Islam. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 39–56.
- Siswosoediro, H. S. (2008). *Buku Pintar Pengurusan Perizinan & Dokumen*. VisiMedia.
- Tyreman, D. (2009). *World Famous: How to Give Your Business a Kick-ass Brand Identity*. AMACOM Div American Mgmt Assn.

- Wesfix, T. (2017). *Branding itu Dipraktetin* (1st ed.; A. F. Susanto, Ed.). Jakarta: PT Grasindo.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team*. John Wiley & Sons.