

## Pelatihan Membuat *Brand* Untuk Pengrajin Souvenir di Kawasan Gentala Arasy

Husni Hasbullah <sup>\*1</sup>, Sry Rosita <sup>2</sup>, Agus Solikhin <sup>3</sup>, Sylvia Kartika WB <sup>4</sup>, Dian Mala Fitriani Aira <sup>5</sup>  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Jambi; Kampus Pinang Masak Mendalo Darat, 583317  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi  
email : <sup>\*1</sup> husnihasbullah80@unja.ac.id, <sup>2</sup> sry\_rosita@unja.ac.id, <sup>3</sup> agus.slk09@gmail.com,  
<sup>4</sup>sylvia\_unja@yahoo.com, <sup>5</sup> dmaladian@gmail.com

### Abstrak

*Pelatihan Membuat Brand Untuk Pengrajin Souvenir di Kawasan Gentala Arasy. Target yang ingin dicapai yaitu peningkatan pengetahuan pentingnya memiliki Brand (merek) usaha, membuat merek yang mudah diingat dan dikenal masyarakat, cara mendaftarkan merek dan hak paten merek untuk pengrajin souvenir. Permasalahan yang dihadapi dan ditemukan oleh kelompok pengrajin souvenir di kawasan Gentala Arasy adalah belum mengetahui pentingnya merek, cara membuat merek dan cara mendaftarkan merek. Para pelaku usaha kebanyakan masih mengelola usaha secara tradisional dan menjual produknya dari mulut ke mulut. Diharapkan setelah pelatihan, para pengrajin souvenir di kawasan Gentala Arasy mampu membuat merek produk sendiri dan tentunya akan meningkatkan perekonomian pelaku usaha dan masyarakat di sekitar kawasan Gentala Arasy*

**Kata kunci :** Souvenir, Brand, Hak Paten, Gentala Arasy

### Abstract

*Brand Making Training for Souvenirs Craftsmen in the Gentala Arasy area. The target to be achieved is increasing knowledge of the importance of having a business brand, making a brand that is easy to remember and known to the public, how to register a trademark and brand patents for souvenirs craftsmen. The problem faced and discovered by the group of souvenirs craftsmen in the Gentala Arasy area is not knowing the importance of brands, how to make brands and how to register brands. Most businessman still manage their business traditionally and sell their products by word of mouth. It is hoped that after the training, souvenirs craftsmen in the Gentala Arasy area will be able to make their own product brands and of course this will improve the economy of businessman and the community around the Gentala Arasy area.*

**Keywords :** Souvenirs, Brand, Patent, Gentala Arasy.

### 1. PENDAHULUAN

Kawasan Gentala Arasy menjadi kunjungan wisata tepat di dekat rumah dinas Gubernur Jambi menjadi sangat strategis untuk dijadikan pusat souvenir khas Jambi. Adapun souvenir kerajinan tangan khas Jambi: lacak batik Jambi, batik Jambi, songket Jambi, gantungan kunci dari batok kelapa, miniatur kapal layar dari batok kelapa. Selain kerajinan tangan, di kawasan Gentala Arasy juga ada penjual kue jajanan pasar khas Jambi.



Sumber: Pengabdian (2022)

**Gambar 1.** Hasil Kerajinan Tangan,

Menurut Wirakusuma (2014), pengrajin souvenir merupakan kegiatan masyarakat yang berhubungan dengan ekonomi kreatif. Souvenir khas Jambi juga masih terbatas, karena masih minimnya pengetahuan para pengrajin souvenir bagaimana cara dan di mana mereka memasarkan produk mereka.

Karena belajar secara otodidak dan penjualannya masih tradisional, maka souvenir yang dihasilkan tidak diketahui oleh masyarakat secara luas. Biasanya konsumen akan mengenal suatu produk berdasarkan merek (brand), logo serta kualitasnya. Para pengrajin souvenir biasanya menjual hasil kerajinan tangan kepada pembeli langsung yang datang ke tempat mereka atau para perantara yang akan menjual kembali dengan harga lebih tinggi. Contohnya harga lacak dari batik Jambi dijual dari pengrajin langsung adalah Rp. 30.000, sedangkan perantara menjualnya seharga Rp. 90.000 sampai Rp. 110.000. Maka sesuai berdasarkan hasil penelitian Maida dkk (2022) bahwa pengrajin yang biasanya menjual langsung kepada perantara, biasanya harga jual disepakati berdasarkan harga yang diberikan oleh pengepul atau perantara, untuk itu para pengrajin perlu diberikan pengetahuan dan pelatihan mengenai cara menjual produk secara online agar produknya dikenal secara luas dengan harga bersaing.

Berdasarkan penjelasan dari salah satu pengrajin souvenir di kawasan Gentala Arasy, pak Mulyadi terpaksa menjual hasil karyanya yaitu lacak batik Jambi dengan harga murah baik kepada konsumen langsung maupun melalui pengepul karena belum dikenal konsumen secara umum. Jika suatu produk sudah memiliki merek, maka konsumen akan mengenal dengan mudah selanjutnya mencari dan membelinya karena adanya identitas suatu produk.

Berdasarkan penjelasan dari salah satu pengrajin souvenir di kawasan Gentala Arasy, pak Mulyadi terpaksa menjual hasil karyanya yaitu lacak batik Jambi dengan harga murah baik kepada konsumen langsung maupun melalui pengepul karena belum dikenal konsumen secara umum. Jika suatu produk sudah memiliki merek, maka konsumen akan mengenal dengan mudah selanjutnya mencari dan membelinya karena adanya identitas suatu produk.

Pengrajin souvenir di kawasan Gentala Arasy belum diberikan pelatihan serta pendampingan dalam memasarkan produk souvenir. Hasil wawancara dari salah satu pengrajin souvenir Bapak Mulyadi. Pak Mulyadi menjelaskan bahwa beliau bisa membuat lacak dari batik Jambi dalam 1 jam sebanyak 10 lacak, atau dalam satu hari bisa 25 buah lacak, tergantung keadaan pada saat beliau mengerjakannya. Pak Mulyadi juga bisa membuat kerajinan tangan dari batok kelapa. Pak Mulyadi juga menceritakan, hasil karyanya dibeli konsumen secara langsung atau perantara yang akan menjualnya kembali dengan harga lebih mahal.

Bapak Mulyadi juga tidak mengetahui kemana dan bagaimana caranya membuat merek (brand) hasil karyanya. Selain itu, pengrajin juga belum tau cara bagaimana pengunjung Gentala Arasy agar berkunjung dan membeli produknya. Menurut Lendriyono dkk (2021) beberapa program yang akan dilakukan untuk meningkatkan kreativitas pengrajin adalah dengan memberikan program pengembangan ekonomi kreatif untuk masyarakat, sehingga hasil produksi dapat dijual secara masal.

Dari analisis situasi yang dihadapi oleh para pengrajin souvenir di kawasan Gentala Arasy maka terlihat para pengrajin souvenir memerlukan pendampingan dan pelatihan sehingga dapat membuat merek, mengembangkan dan memasarkan hasil kerajinan souvenir.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat Universitas Jambi merupakan implementasi pendampingan dan pelatihan untuk para pengrajin souvenir di wilayah gentala arasy sehingga menjadi wirausaha yang mampu meningkatkan penjualan, dan mengimplementasikan pembuatan merek (brand) souvenir untuk pengrajin souvenir di Kawasan Gentala Arasy, sehingga memiliki ciri khas sebagai objek wisata sekaligus pusat perbelanjaan souvenir khas Jambi Kota Seberang

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya *brand* (merek) sebagai identitas produk, daerah Jambi Seberang Kota terkenal dengan kerajinan seperti Batik Jambi, Songket Jambi, lacak, tekuluk, kerajinan dari batok kelapa dan lain sebagainya. Para pengrajin souvenir asli Jambi ada yang berada di wilayah kawasan Gentala Arasy, Gentala Arasy terkenal dengan jembatannya, menara Jam Gentala dan Museum Gentala. Pengrajin souvenir yang ada di kawasan Gentala Arasy kebanyakan belum memiliki Brand atau merek atas produk yang mereka hasilkan. Brand atau merek merupakan identitas atas suatu produk.



Sumber : Pengabdian (2022)

**Gambar 2.** Contoh souvenir yang telah dihasilkan oleh para pengrajin

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, merek adalah tanda dengan ciri khas berupa gambar, nama, kata, huruf, angka, corak warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut. Merek adalah salah satu atribut yang penting dari sebuah produk, dimana merek suatu produk dapat memberikan nilai tambah bagi produk tersebut. Merek tidak hanya sebuah nama bagi produk, tetapi lebih dari itu merupakan identitas untuk membedakan dari produk-produk yang dihasilkan dari perusahaan lain. Dengan identitas khusus, produk tertentu akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dan pada gilirannya tentu akan memudahkan pada saat pembelian ulang produk tersebut (Kotler et al, 2020).

Selanjutnya Kotler et al (2020), menjelaskan ada enam tingkatan merek yaitu:

- 1) Atribut Seperti halnya kualitas, gengsi, nilai jual kembali desain, dan lain-lain. Sebuah produk menyatakan sesuatu mahal produk yang dibuat dengan baik, terancang baik, tahan lama, bergengsi tinggi, dan sebagainya.
- 2) Manfaat Meskipun suatu merek membawa sejumlah atribut konsumen sebenarnya membeli manfaat dari produk tersebut. Dalam hal ini atribut merek diperlukan untuk diterjemahkan menjadi manfaat fungsional atau manfaat emosional. Sebagai gambaran, atribut "mahal" cenderung diterjemahkan sebagai manfaat emosional, sehingga orang yang menggunakan sebuah produk akan merasa dirinya dianggap penting dan dihargai.
- 3) Nilai Merek juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen. Sebuah produk menyatakan produk yang berkinerja tinggi, aman, bergengsi, dan sebagainya. Dengan demikian produsen sebuah produk juga mendapat nilai tinggi di mata masyarakat.
- 4) Budaya Merek juga mencerminkan budaya tertentu. Sebuah produk mencerminkan budaya yang terorganisir, konsisten, tingkat keseriusannya tinggi, efisien, dan berkualitas tinggi.
- 5) Kepribadian Merek juga mencerminkan kepribadian tertentu. Sering kali produk tertentu menggunakan kepribadian orang yang terkenal untuk mendongkrak atau menopang merek produknya.
- 6) Pemakai Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut. Pemakai sebuah produk pada umumnya diasosikan dengan orang kaya, kalangan manajer puncak, dan sebagainya.

Dari penjelasan di atas, merek penting dimiliki agar suatu produk memiliki identitas produk, pengakuan dari negara dan masyarakat serta dapat meningkatkan penjualan serta dapat bersaing di dunia usaha. Merek juga menjadi identitas budaya, dari merek bisa diketahui produk memiliki sejarah budaya dari suatu daerah.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang di laksanakan pada hari rabu tanggal 24 Agustus 2022 di Kelurahan Arab Melayu Kecamatan Pelayangan Kota Jambi, disambut oleh masyarakat setempat dan para pengrajin souvenir di wilayah Gentala Arasy. Tim PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi mengawali kegiatan dengan menyampaikan materi pengertian merek secara sederhana, pentingnya merek kepada para pengrajin souvenir di wilayah gentala arasy, dilanjutkan dengan diskusi bersama.

Hasil dari diskusi dengan pengrajin souvenir, maka diketahui bahwa saat ini para pengrajin souvenir di wilayah gentala arasy belum pernah mendapatkan pelatihan membuat Brand (merek) dan mereka tidak mengetahui pentingnya merek sebagai identitas produk yang mereka hasilkan. Para pengrajin sangat antusias dalam mendengarkan pemaparan tim PPM dan mereka banyak bertanya mengenai pentingnya merek. Para pengrajin souvenir berharap bantuan dari pihak PPM FEB UNJA dalam membimbing mereka dalam memahami pentingnya merek.

Membuat merek sederhana agar mudah dikenal masyarakat, setelah tim PPM menjelaskan pentingnya memiliki merek untuk produk yang dihasilkan oleh para pengrajin souvenir, selanjutnya tim PPM menjelaskan dan memberikan pelatihan dan pendampingan cara membuat merek secara sederhana agar produk souvenir dikenal masyarakat luas dan meningkatkan penjualan. Pendampingan yang dilakukan oleh tim PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi kepada para pengrajin souvenir melalui sistem pendidikan dan pelatihan yang memfokuskan pada pencapaian kompetensi kerja. Sistem pendidikan dan pelatihan dilakukan melalui pola pendekatan pendidikan dan pelatihan berbasis kompetensi.

Para pendamping PPM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi memberikan pelatihan cara membuat merek secara sederhana, membuat merek sederhana agar para pengrajin souvenir mudah memahami dan mudah mendesain merek.



Sumber : Pengabdian (2022)

**Gambar 3.** Pemaparan Ketua Tim PPM pada Peserta PPM

Elemen-elemen dari brand adalah nama, logo, simbol, desain, slogan, dan kemasan. Beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam pemilihan elemen brand adalah sebagai berikut:

- 1) Mudah diingat. Brand yang dipilih hendaknya yang mudah diingat, dan disebut atau diucapkan. Simbol, logo, nama yang digunakan hendaknya menarik, unik sehingga menarik perhatian masyarakat untuk diingat dan dikonsumsi.
- 2) Memiliki makna. Brand hendaknya mengandung sebuah makna maupun penjelasan atau deskripsi dari produk. Diharapkan makna ini dapat mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi produk tersebut. Deskripsi makna yang terkandung dapat berupa informasi umum tentang kategori dan isi dari produk dan informasi tentang komposisi penting yang ditonjolkan produk dan manfaat dari produk.
- 3) Menarik dan lucu. Variasi elemen brand yang unik, lucu dan kaya akan visualisasi dan imajinasi. Dalam hal ini yang ditonjolkan adalah desain yang menarik dan lucu.
- 4) Fleksibel. Elemen brand dapat dimengerti dan tetap dapat diterima oleh daerah tertentu atau pasar, bahkan budaya lain. Nama yang digunakan pun tidaklah terlalu sulit untuk diterjemahkan. Seringkali pemilihan elemen merek mudah diingat oleh masyarakat lokal, namun sangatlah sulit dimengerti oleh masyarakat lain. Hal ini tentunya akan menghambat produsen untuk masuk dalam pasar yang baru.

Setelah tim PPM menjelaskan pentingnya merek dan memberikan pelatihan cara membuat merek secara sederhana, selanjutnya tim PPM menjelaskan cara mendaftarkan merek dan memperoleh hak paten. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016, negara menjamin hak warganegara dan melindungi hak merek yang telah didaftarkan.

Merek dapat didaftarkan ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Ham Republik Indonesia. Adapun syarat-syaratnya dapat dilihat <https://merek.dgip.go.id/> yaitu etiket/label merek, tanda tangan pemohon, surat rekomendasi UKM binaan atau surat keterangan UKM binaan dinas (Asli) untuk pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil, surat pernyataan UMK bermaterai untuk pemohon Usaha Mikro dan Usaha Kecil. Prosedur untuk mendaftarkan sebagai berikut :

- 1) Pesan kode billing di <http://simpaki.dgip.go.id/>
  - a) Pilih 'Merek dan Indikasi Geografis' pada jenis pelayanan
  - b) Pilih 'Permohonan Pendaftaran Merek yang Diajukan Oleh:'
  - c) Pilih 'Usaha Mikro dan Usaha Kecil' atau 'Umum'
  - d) Pilih 'Secara Elektronik (Online)'
  - e) Masukkan Data Pemohon dan Data Permohonan (nama, alamat lengkap, email dan nomor ponsel, dll)
  - f) Lakukan pembayaran PNPB melalui ATM/internet banking/m-banking
  - g) Buat Akun
- 2) Log in pada akun merek <https://merek.dgip.go.id/>
  - a) Pilih 'Permohonan Online'
  - b) Langkah 1 : Pilih tipe permohonan, masukkan Kode billing yang telah dibayarkan
  - c) Langkah 2 : masukkan Data Pemohon
  - d) Langkah 3 : diisi jika permohonan dengan kuasa (konsultan ki)
  - e) Langkah 4 : diisi jika memiliki hak prioritas
  - f) Langkah 5 : masukkan Data Merek
  - g) Langkah 6 : masukkan Data Kelas dengan klik 'Tambah',
  - h) Langkah 7 : klik 'Tambah' untuk mengunggah lampiran dokumen persyaratan
  - i) Langkah 8 : Preview (pastikan seluruh data anda sudah benar)
  - j) Langkah 9 : Cetak Draft Tanda Terima
  - k) Klik 'Selesai'
- 3) Biaya yaitu untuk umum sebesar Rp.1.800.000/kelas dan untuk UMK sebesar Rp.500.000/kelas

#### 4. KESIMPULAN

Brand (merek) merupakan identitas produk souvenir yang akan dikenal dan melekat dibenak konsumen. Dengan adanya merek produk souvenir, maka penjualan souvenir para pengrajin souvenir di kawasan Gentala makin meningkat dan meningkatkan tingkat perekonomian masyarakat di sekitar kawasan Gentala Arasy. Dengan adanya merek produk souvenir, maka usaha pengrajin souvenir dijamin secara hukum dapat diakui oleh pasar global, dan diharapkan untuk kedepannya para pengrajin souvenir telah mendapatkan sertifikasi profesional dalam keahlian khususnya dibidang lacak.

#### 5. SARAN

Kegiatan Pengabdian ini ternyata ada kekurangan, saran untuk pengabdian berikutnya agar memberikan pendampingan yang terus menerus bagi pengrajin souvenir yang ada di Kawasan Gentala Arasy agar dapat dilihat kemajuan setelah pelatihan diberikan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jambi yang telah mendukung baik dari pendanaan sampai fasilitas yang diberikan dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian, selanjutnya tim juga mengucapkan terima kasih kepada pelaku usaha masyarakat di Kawasan Gentala Arasy yang sudah meluangkan waktu untuk mengikuti pelatihan ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L.C., dan He, H., 2020. *Principles of Marketing*, Eight European Edition, Pearson.
- [2] Komalasari, D., dan Seprina, I., 2018. Penerapan E-Commerce Pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Betrik*, Vol. 09, No.01.
- [3] Lendriyono, F., Ambarwati, T., & F, I. R., 2021. Pendampingan Usaha Ekonomi Kreatif pada Desa Wisata Pujon Kidul. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01), 17–22.
- [4] Maida, A., Ali, M., Sujatmika, A. R., Sunarti, & Nur, N., 2022. Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif dalam Inovasi Kerajinan Anyaman Pandan di Karanggebang, Munungkerep, Kabuh, Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Darul Ulum*, 1(1), 77–82.

- [5] Undang-Undang Nomor 20., 2016 . <http://simpaki.dgip.go.id/> Merek dan Indikasi Geografis, diakses tanggal 11 Oktober 2022.
- [6] Wirakusuma, R. M., 2014. Analisis Kegiatan Ekonomi Kreatif Di Kawasan Wisata Bahari Pulau Tidung Kepulauan Seribu. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), 49–58.