

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Brand management

by Deslaely Putranti

Submission date: 13-Feb-2023 04:05PM (UTC+0700)

Submission ID: 2012994480

File name: Yogyakarta_melalui_brand_management_dan_traceability_system.pdf (440.13K)

Word count: 2420

Character count: 15814

Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan
23 Oktober 2021, Hal 1280-1286
e-ISSN: 2686-2964

**Pemberdayaan masyarakat perlindungan indikasi geografis Batik Tulis Nitik
Yogyakarta melalui *brand management* dan *traceability system***

Deslaely Putranti¹, Arif Ardy Wibowo², Fitri Indra Indikawati³

Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Banguntapan, Bantul¹²³
Email: deslaely.putranti@law.uad.ac.id

ABSTRAK

Pasca terdaftarnya suatu produk dengan Indikasi Geografis (IG), tidak berarti perlindungan hukum atas produk tersebut selesai diperjuangkan. Tantangan selanjutnya adalah bagaimana dapat menjaga reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan Indikasi Geografis pada suatu produk. Sayangnya, pendaftaran Indikasi Geografis seringkali tidak dibarengi dengan peningkatan kapasitas anggota MPIG (Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis) untuk melanjutkan perlindungan atas produknya. Kurang pahamiannya anggota MPIG terhadap nilai produknya sendiri menjadi kendala tidak dikenalnya nilai produk kepada konsumen. Belum adanya sistem yang dapat memudahkan MPIG dalam melakukan pelacakan asal produk dari anggota sehingga kontrol terhadap kualitas produk menjadi kurang efisien. Solusi yang diberikan kepada mitra berupa pemberian pemahaman kepada mitra terkait IG yang berkelanjutan, edukasi kepada mitra terkait penggunaan label tag, dan pelatihan terkait penggunaan sistem kode keterunutan melalui aplikasi siBatik. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada hari Selasa dan Rabu, 15-16 Juni 2021 di Kantor Kelurahan Trimulyo, Bantul. Pemahaman dan keterampilan mitra mengalami peningkatan setelah mengikuti kegiatan pengabdian yakni sebanyak 53,3% sangat setuju dan 46,7% setuju. Luaran yang telah dihasilkan dari Program Pengabdian Masyarakat skema reguler ini adalah hak cipta aplikasi siBatik, video kegiatan, dan artikel pada media online Joglo Jateng.

Kata kunci : Batik Nitik Yogyakarta, *Brand Management*, Kekayaan Intelektual, MPIG, *Traceability System*

ABSTRACT

After registered as Geographical Indication (GI) product, the legal protection towards the product is not automatically has been completed. The next challenge is how to maintain the reputation, quality, and characteristics as the basic protection given to GI product. Unfortunately, GI registration generally not followed by enhancing the capacity of MPIG members as GI Managing Group to continue the protection of their own products. The lack of understanding of MPIG members on the value of their own products becoming an obstacle of giving understanding to the consumer related to the value of the product itself. Also, the absence of a system that can facilitate MPIG in tracking the origin of their products from members has made it less efficient. Solutions provided to the partners given by the team is by providing understanding related to Intellectual Property through sustainable GI, providing training regarding the use of tag label and providing training related to the use of traceability code system through siBatik application. The activities was held on Tuesday, June 15th 2021 at

1 Trimulyo Village Office, Bantul. The understanding and skills of the partners have increased after participating the activities was proven by the result of questionnaires on which 53,3% strongly agree and 46,7% are agree. The outputs produced from this regular scheme of Community Service Program are published article, videos uploaded on the personal Youtube of the members, and articles on Joglo Jateng online media, meanwhile article in Community service journal is still in process.

Keywords : Batik Nitik Yogyakarta, Brand Management, Intellectual Property, MPIG, Traceability System

PENDAHULUAN

Batik Tulis Nitik Yogyakarta merupakan produk batik pertama di Indonesia yang mendapatkan sertifikasi Indikasi Geografis (IG) dari Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual (D.J.H.K. Intelektual, 2020). Sejak amandemen Undang-Undang Hak Cipta (UUHC) 1982, batik telah diakui sebagai produk yang spesial dan mendapatkan perlindungan hak cipta di dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987 tentang Hak Cipta. Hingga UUHC Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta selalu mencantumkan batik sebagai karya yang mendapatkan perlindungan Hak Cipta (Ayu et al., 2021). Kelemahan dari perlindungan batik melalui rezim hak cipta adalah di dalam hak cipta tidak melindungi batik yang dimiliki secara komunal. Perlindungan Indikasi Geografis merupakan solusi dari perlindungan produk batik yang dimiliki oleh komunitas untuk dapat mendatangkan manfaat ekonomi bagi komunitas pelindung produk IG.

Indikasi Geografis merupakan sarana yang sangat baik untuk dapat mempromosikan pembangunan pedesaan, alat akses pasar yang efektif, alat untuk melestarikan pengetahuan lokal dan sumber daya alam, dan bagian penting dari warisan budaya (Natasha Saqib., 2015). Muara dari perlindungan kekayaan intelektual adalah naiknya pendapatan *stakeholder* sebagai insentif atas penjualan produknya (Umami dan Roisah, 2015). Tidak terkecuali pada IG, diharapkan perlindungan yang didapat dari pendaftaran IG dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya anggota MPIG.

Merujuk analisis modalitas organisasi dan pemerintahan dalam kelompok produsen kecil, khususnya dalam sistem produksi pada *Appellation d'Origine Control'lee (AOC; Designation of Controlled Origin)*. Fungsi internal *Comte AOC* telah terbukti baik, setelah pemeriksaan yang cermat, dan relatif kompleks. Terdiri pada tiga elemen dasar, yaitu (Torre., 2006):

- a. *The signature of contract*, kontrak ditandatangani oleh AOC, apapun status mereka. Hal tersebut memungkinkan untuk mengurangi ketidakpastian tentang kualitas produk yang dijual dan dipertukarkan di dalam sistem;
- b. *The internal governance structure*, AOC diatur oleh sebuah organisasi yang mewakili semua pihak dalam AOC. Struktur tata kelola bertujuan:
 - menghasilkan, menyusun, dan menerapkan aturan umum;
 - memastikan bahwa aturan yang terakhir dipatuhi, dan dapat memodifikasinya bila perlu;
 - menetapkan dan memberlakukan sanksi jika terjadi ketidakpatuhan;
- c. *The organizational trust*, kepercayaan organisasi atas dasar semua hubungan di antara para anggota, lebih dari sekedar hubungan tatap muka, dan mempertimbangkan aturan yang diterapkan dalam organisasi mengenai jawaban untuk menyediakan atau prosedur untuk diterapkan sesuai dengan situasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Sebuah *brand* dalam wujud apapun, dapat berupa produk, perusahaan, acara, pemerintahan bahkan seseorang tentunya membutuhkan cara agar dikenal oleh masyarakat

1 (Prayudi dan Juanita., 2005). *Brand* yang dikenal secara mendalam, akan lebih mudah diingat dan interaksi akan lebih sering terjadi dibanding *brand* yang tidak disadari oleh masyarakat. *Brand awareness* merupakan sebuah kesadaran yang dibangun oleh sebuah *brand* melalui keunikan yang dikomunikasikan kepada masyarakat (Herdana, 2015). Ketika khalayak dapat sadar, memahami dan menerima keunikan ini, maka sebuah *brand* akan lebih leluasa dalam memberikan apa yang diminati oleh konsumen.

Aaker (1992) menyebutkan jika *brand awareness* dapat dibagi menjadi empat bagian yang kemudian dibuat menjadi piramida, dimulai dari ketidaktahuan terhadap sebuah brand disebut dengan *unaware of brand*. Kemudian diikuti dengan pengenalan dengan sebuah brand dikarenakan sebuah interaksi secara langsung maupun tidak langsung yang dikenal dengan *brand recognition*. Selanjutnya adalah *brand recall* yakni tingkatan sebuah brand bukan hanya dikenal saja tapi diketahui tetapi dipahami sehingga terekam oleh konsumennya. Terakhir merupakan tingkat tertinggi yang disebut dengan *top of mind* yang mana sebuah *brand* sudah memiliki posisi yang spesial, bahkan mengalahkan *brand* kompetitornya (Aaker, 1992).

Dari perbandingan pengelolaan yang dilakukan oleh AOC dengan MPIG, dapat dilihat bahwa hambatan yang dihadapi MPIG antara lain :

1. Pasca-sertifikasi IG, pengurus MPIG memiliki tugas untuk melakukan regenerasi pengrajin batik dengan memaksimalkan peran dan fungsinya melakukan pengelolaan terhadap MPIG serta untuk melaksanakan advokasi yang mana membutuhkan tenaga profesional khususnya untuk mendampingi MPIG. Pengelolaan MPIG membutuhkan biaya yang tidak murah sehingga kebanyakan keberadaan MPIG hanya sekedar menjadi syarat administratif pada saat pendaftaran.
2. Kurangnya pemahaman terhadap *internal branding*
Kurang pahamnya anggota MPIG sendiri bahwa produk IG merupakan produk premium yang layak mendapatkan *reward* berupa peningkatan kesejahteraan *stakeholdernya* menjadi salah satu aspek sulitnya MPIG di Indonesia untuk dapat mengelola MPIG secara swadaya. Di samping itu, kurangnya pengetahuan mengenai produk mereka membutuhkan pemahaman secara *internal branding* kurangnya kedekatan dengan produk mereka sendiri. Selain itu, terkadang ketika konsumen menanyakan tentang asal usul Batik Nitik, sehingga informasi kepada konsumen terkait produk Indikasi Geografis menjadi tidak lengkap.
3. Keterbatasan kemampuan dan kompetensi SDM yang ada.
Sistem kontrol keterunutan pada produk IG non pertanian khususnya kerajinan tangan masih dilakukan secara manual. Salah satu kendala dalam menerapkan sistem keterunutan (*traceability system*) ini adalah karena hal ini membutuhkan ketelitian untuk mengetahui asal suatu produk. Sehingga pada prakteknya, sistem keterunutan dalam MPIG baru dapat dilacak melalui pencatatan manual.

Pada program pemberdayaan masyarakat kali ini menggandeng mitra yakni MPIG Paguyuban Batik Tulis Nitik Yogyakarta (PGBTNY). Berdasarkan hasil survey kondisi real mitra didapati bahwa pengetahuan mitra terkait pengelolaan MPIG secara umum masih minim. Hal ini disebabkan anggota MPIG hanya berprofesi sebagai pembatik. Sehingga hanya ketua MPIG saja yang sadar dan aktif dalam pengelolaan MPIG PBTNY. Selain itu, mitra masih belum memahami nilai produknya sendiri, karena minimnya informasi terkait asal usul produk yang dibuat oleh mitra. Mitra juga mengalami kendala dalam membuat kode keterunutan karena setiap proses pembuatan batik melibatkan banyak orang sehingga pembuat produk batik cukup sulit dilacak. Oleh karena itu, perlu ada pendampingan mitra terkait edukasi pengelolaan MPIG secara menyeluruh (Putranti, 2021).

Dengan adanya pandemi Covid-19, MPIG PBTNY mengalami pembatasan dalam pemasaran yakni berkurangnya penjualan, meskipun sudah dilakukan secara online. Pembuatan konten media sosial instagram yang menarik menjadi penting untuk

mempromosikan produk Batik Tulis Nitik. Sehingga pendampingan mitra ini diharapkan dapat meningkatkan kembali pemasaran serta naiknya *internal branding* dari PBTNY.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, setidaknya ada 3(tiga) tujuan dari program ini yakni pengelolaan MPIG yang berkelanjutan, strategi pemasaran dengan media promosi dan pemanfaatan teknologi dalam sistem pelacakan produk.

METODE

1. Melakukan *Focus Group Discussion* terkait perlindungan Indikasi Geografis berkelanjutan dengan memberikan pemahaman terkait pentingnya mencantumkan Kode Keterunutan
2. Mengajak Peserta untuk mempraktikkan cara memasukkan kode keterunutan sesuai dengan kode masing-masing pembatik yang ada pada Buku Persyaratan Indikasi Geografis Batik Tulis Nitik Yogyakarta
3. Mengajak peserta mempraktikkan cara memasukkan kode keterunutan yang telah dilakukan oleh mitra pada aplikasi siBatik yang telah disiapkan oleh Tim Pengabdian
4. Melakukan *Focus Group Discussion* terkait perlunya label tag pada produk batik yang telah melewati proses *quality control* dan pencantuman *QR code* pada label tag sebagai sarana informasi kepada konsumen.

Pengabdian terhadap MPIG Batik Tulis Nitik Yogyakarta telah dilakukan secara berkesinambungan dan pada puncaknya, kegiatan FGD dan pelatihan kode keterunutan dilakukan pada tanggal 15 Juni 2021 berlokasi di Kantor Kelurahan Trimulyo, Bantul. Adapun kegiatan pengabdian ini melibatkan 4 (empat) orang mahasiswa dengan rincian 1 mahasiswa dari prodi hukum dan 3 orang mahasiswa dari prodi teknik informatika.

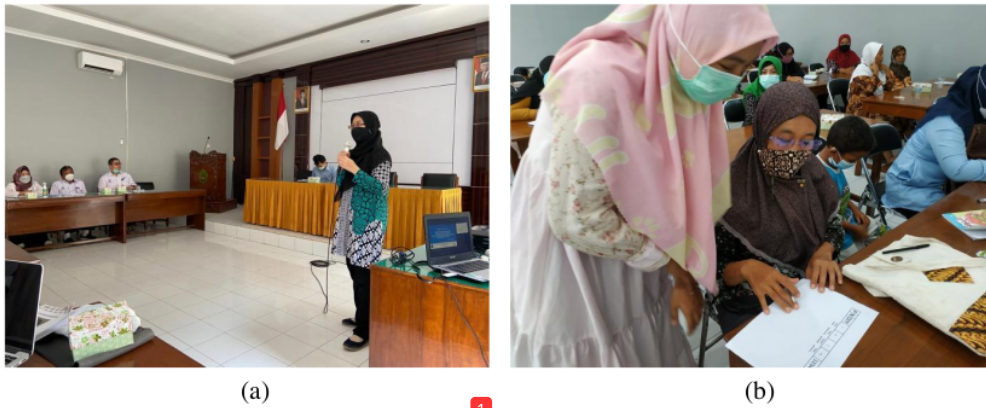
HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Pengabdian kepada masyarakat kerjasama Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Ahmad Dahlan dengan Paguyuban Batik Tulis Nitik Yogyakarta sebagai MPIG dari Indikasi Geografis Batik Tulis Nitik Yogyakarta dilaksanakan pada hari Selasa, 15 Juni 2021 di Kelurahan Trimuloyo, Bantul. Kegiatan ini menjadi bagian dari implementasi Catur Dharma Perguruan Tinggi Universitas Ahmad Dahlan yang harus dilakukan dosen kepada masyarakat. Kegiatan yang diberi judul “Workshop dan Pelatihan Kode Keterunutan Indikasi Geografis Batik Tulis Nitik Yogyakarta” dilatarbelakangi karena kurangnya pemahaman anggota MPIG PBTNY terhadap implementasi kode keterunutan sebagai sarana kontrol kualitas atas produk batik yang diwajibkan untuk diterapkan pada produk Indikasi Geografis.

Pengabdian masyarakat yang diikuti sekitar dua puluh enam peserta yang terdiri dari Pengurus dan anggota MPIG PBTNY, Pangripto dari Kelurahan Trimulyo, Bantul, Perwakilan dari KUKMP Dinas UMKM dan Balai Batik Yogyakarta telah terlaksana dengan baik sebagaimana terlihat dalam **Gambar 1. a dan b.**

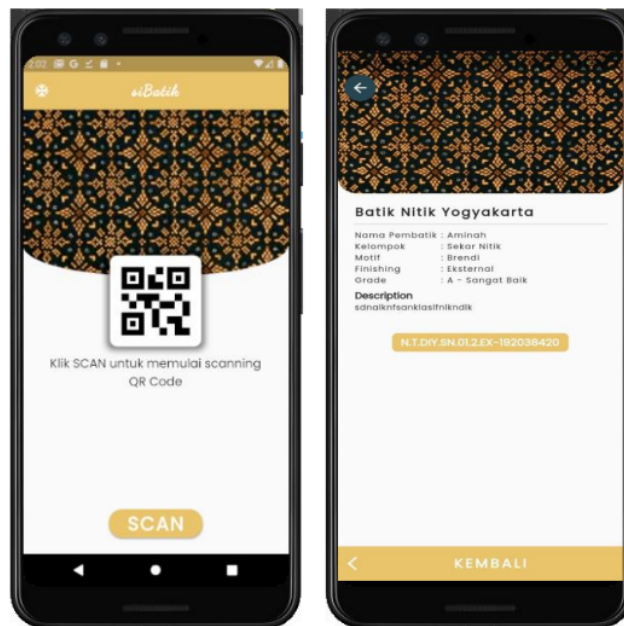
Secara umum, gambaran hasil dari kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada video dalam tautan youtube <https://www.youtube.com/watch?v=aCyTmTIXX7o> maupun gambar-gambar berikut :

- (a) pemaparan penjelasan cara memasukkan kode keterunutan pada produk
- (b) pendampingan anggota MPIG Paguyuban Batik Tulis Nitik dalam memasukkan kode keterunutan untuk produknya



1
Gambar 1.

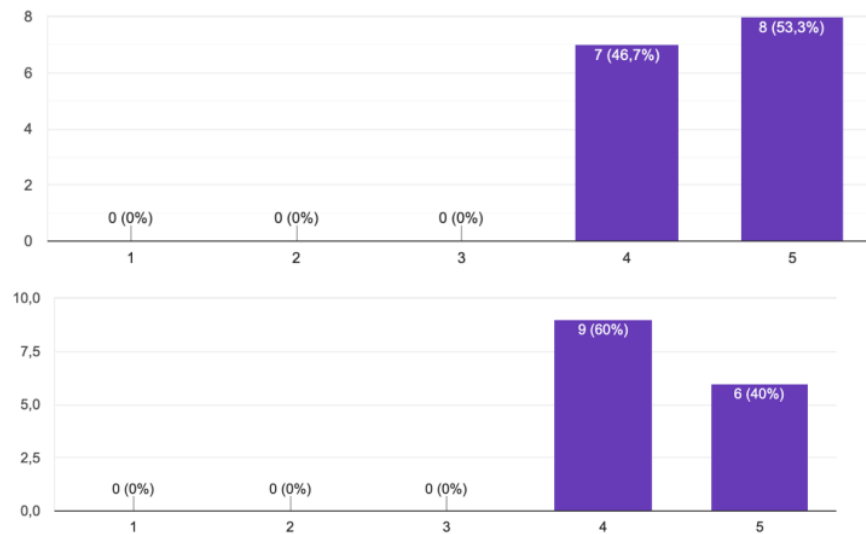
Dari hasil survey yang dilakukan pada saat kegiatan, didapati hasil berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan dari peserta terkait penggunaan kode keteruntutan serta penggunaannya dalam aplikasi siBatik (**Gambar 2**) sebagaimana tampak pada **Gambar 3**.



Gambar 3. Tampilan aplikasi SiBatik

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh pengusul telah membantu mitra baik dari pihak pengurus maupun anggota MPIG dalam meningkatkan pemahaman terkait

1 pentingnya melanjutkan perlindungan IG terhadap produk batik tulis nitik yang dilakukan oleh MPIG sendiri. Pengusul maupun anggota pengusul yang meskipun berasal dari prodi yang berbeda dapat mengimplementasikan keilmuan masing-masing dalam program pengabdian masyarakat ini dengan tepat.



Gambar 4.

Atas : 53,3% Peserta sangat setuju, 46,7% peserta setuju pengetahuan terkait perlindungan dengan IG dan kode keterunutan bertambah

Bawah : 40% Peserta sangat setuju, 60% peserta setuju keterampilan menuliskan kode keterunutan dan menggunakan aplikasi siBatik bertambah

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Batik Tulis Nitik Yogyakarta Pasca Sertifikasi Melalui *Brand Management* dan *Traceability System*” telah dapat meningkatkan pemahaman tentang perlindungan Indikasi Geografis berkelanjutan dengan menerapkan kode keterunutan dan pemberian label tag sebagai informasi produk kepada konsumen. Aplikasi SiBatik perlu untuk diupgrade kembali sebagai antisipasi penambahan, perubahan, maupun pengurangan jumlah pembatik yang ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LPPM UAD, Paguyuban Batik Tulis Nitik Yogyakarta, dan Balai Batik Yogyakarta atas dukungan dan kerjasamanya dalam pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Herdana, 'Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta)', *J. Ris. Bisnis dan Manaj.*, vol. 3, 2015, [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jrbm/article/view/7524>.
- A. Torre, 'Collective action, governance structure and organizational trust in localized systems of production. The case of the AOC organization of small producers', *Entrep. Reg. Dev.*, vol. 18, no. 1, pp. 55–72, Jan. 2006, doi: 10.1080/08985620500467557.
- D. A. Aaker, *Managing Brand Strategy*. 1992.
- D. J. H. K. Intelektual, 'No Title', 2020. .
- D. Putranti, 'Perlindungan Indikasi Geografis oleh Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Pasca Sertifikasi', 2021.
- M. R. Ayu Palar, A. M. Ramli, D. E. Sukarsa, I. C. Dewi, and S. Septiono, 'Geographical indication protection for non-agricultural products in Indonesia', *J. Intellect. Prop. Law Pract.*, vol. 16, no. 4–5, pp. 405–414, Jun. 2021, doi: 10.1093/jiplp/jpaa214.
- Natasha Saqib, 'GEOGRAPHIC INDICATION AS A BRANDING TOOL FOR SAFFRON', *Int. J. Manag. Soc. Sci. Res. Rev.*, vol. 1, no. 11, p. 18, 2015, [Online]. Available: <http://ijmsrr.com/downloads/260520154.pdf>.
- Prayudi and J. Juanita, 'Strategic Corporate Communication dalam Proses Repositioning dan Rebranding', *J. Ilmu Komun.*, vol. 2, no. 2, pp. 159–174, 2005, doi: <https://doi.org/10.24002/jik.v2i2.248>.
- Y. Z. Umami and K. Roisah, 'PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KELAPA KOPYOR SEBAGAI POTENSI KOMODITAS INDIKASI GEOGRAFIS KABUPATEN PATI', *J. Law Reform Progr. Stud. Magister Ilmu Huk.*, vol. 11, no. 1, pp. 113–122, 2015, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/lawreform/article/view/15760/11775>.

Pemberdayaan Masyarakat Melalui Brand management

ORIGINALITY REPORT

93%

SIMILARITY INDEX

93%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

seminar.uad.ac.id

Internet Source

93%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off