

Menggali Potensi Penciptaan *Brand* dan Desain Kemasan Makanan UNRIYO

Novi Wulandari¹, Dian Rhesa Rahmayanti², Khaula Lutfiati Rohmah³, Metty⁴,
Setyo Mahanani Nugroho⁵

¹Program Studi Sastra Inggris, Universitas Respati Yogyakarta,

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Respati Yogyakarta,

³Program Studi Ilmu Akuntansi, Universitas Respati Yogyakarta,

⁴Program Studi Ilmu Gizi, Universitas Respati Yogyakarta,

⁵Program Studi DIII Kebidanan, Universitas Respati Yogyakarta,

¹novi.wulandari@mail.ugm.ac.id, ²dianrhesa@gmail.com, ³khaulawisesa@gmail.com,

⁴mettyiskandar@gmail.com, ⁵setyomahanani@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini, ada banyak universitas yang menjalankan prinsip kewirausahaan dalam visi dan misi yang diusungnyadan begitu juga dengan Universitas Respati Yogyakarta (UNRIYO). Jika sebagian besar universitas telah memulai unit bisnis independen baik di dalam maupun di luar institusi mereka, dapat dikatakan bahwa UNRIYO masih jauh tertinggal. Untuk mulai mewujudkan impian untuk memiliki unit bisnis independen di dalam institusi, tim RECENT memiliki ide sederhana tetapi kemungkinan akan membawa manfaat luar biasa, yaitu penciptaan merek dan desain untuk kelengkapan katering UNRIYO, yaitu berupa kotak makanan ringan (*snack box*) dan kotak makan siang. Karena kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) dalam tim RECENT dan modal awal yang sangat terbatas, timberpikir bahwa bisnis ini paling mungkin untuk direalisasikan. Berbicara tentang merek, tidak terlepas dari diskusi tentang *branding*. Jika kata *brand* mengacu pada merek, maka definisi *branding* adalah berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan membangun dan membesarkan merek. Dua hal ini adalah kegiatan utama program tim RECENT saat ini. Selain itu, dengan membawa merek dan melakukan *branding* pada kelengkapan katering UNRIYO, tim memiliki misi untuk menanamkan citra positif untuk menumbuhkan cinta dan kebanggaan terhadap institusi.

Kata kunci: Kewirausahaan, Kemandirian, Merek, Desain, UNRIYO

ABSTRACT

Today, there are many universities that carry out the principle of entrepreneurship within their vision and mission, and so does Respati Yogyakarta University (UNRIYO). If most universities have started independent business units both inside and outside their institutions, it can be said that UNRIYO is still far behind. To begin to realize a dream to have an independent business unit within the institution, the RECENT team has a simple idea but it is likely to bring tremendous benefits, namely the creation of a brand and design for the UNRIYO catering tools, namely the snack box and the lunch box. Due to the lack of Human Resources (HR) in the RECENT team and very limited initial capital, we think that this business is the most possible one to do. Talking about brands, it cannot be separated from the discussion about branding. If the brand word refers to a brand, then the definition of branding is a variety of communication activities carried out by accompany with the aim of building and raising a brand. These two things are the main activities of our program this time. In addition, by carrying out a brand and doing branding on UNRIYO catering tools, we have a mission to instill a positive image so as to foster a love and pride toward the institution.

Keywords: Entrepreneurship, Independent Business, Brand, Design, UNRIYO

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, banyak sekali universitas yang mengusung prinsip kewirausahaan di dalam visi misinya, tak terkecuali Universitas Respati Yogyakarta (UNRIYO) yang juga mengusung visi misi kewirausahaan yang berbunyi “Menjadi Universitas Unggul, Berjiwa Wirausaha dan Mampu Bersaing di Tingkat Global Tahun 2038”(UNRIYO, 2019). Jika sebagian besar universitas sudah memulai unit usaha mandiri baik di dalam maupun di luar institusinya, bisa dikatakan bahwa UNRIYO masih jauh tertinggal. Oleh karena itu, sudah saatnya UNRIYO mulai berpikir untuk membuat unit-unit usaha mandiri yang berkelanjutan demi memajukan institusi itu sendiri.

Untuk itu, *Respati Centre for Entrepreneurship* (RECENT) sebagai sebuah pusat studi kewirausahaan yang dibentuk oleh universitas merasa perlu untuk ikut memikirkan pengembangan unit usaha di institusi. Usaha sendiri secara sederhana dimaknai sebagai suatu bentuk kegiatan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh hasil berupa keuntungan, upah, atau laba usaha.

Usaha tersebut tentunya dilakukan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu. Maksud adanya pengembangan usaha ini tentunya agar ke depan, UNRIYO tidak hanya mengandalkan pemasukan dari mahasiswa, tapi ada sumber dana lain yang dapat digunakan untuk mendukung kemajuan UNRIYO.

Untuk memulai mewujudkan mimpi tersebut, tim RECENT mempunyai ide sederhana tapi kemungkinan besar dapat mendatangkan manfaat yang luar biasa, yaitu pembuatan *brand* dan desain untuk perangkat catering UNRIYO. Berbicara tentang *brand*, tidak lepas dari pembahasan tentang *branding*. *Brand* sendiri pada umumnya diartikan sebagai ‘merek’. Dalam penggunaannya, *brand* dan *branding* memiliki makna yang cukup berbeda.

Jika kata *brand* mengacu pada merek, maka pengertian *branding* merupakan berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah *brand* atau merek (Utami, 2017). Ahli lain mendefinisikan *brand* sebagai tujuan atau hasil yang dicapai melalui proses *branding*, sedangkan *branding* sendiri merupakan strategi yang dilakukan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan para *customer* (Dewanstudio, 2019). Dua hal inilah yang akan tim RECENT usung menjadi kegiatan utama program pengabdian tim kali ini, khususnya di dalam institusi UNRIYO.

Selain itu, dengan mengusung *brand* dan melakukan *branding* pada perangkat catering UNRIYO, kami mempunyai misi untuk menanamkan *image* dan *citra* yang positif sehingga menumbuhkan kecintaan dan rasa bangga terhadap institusi. Bentuk usaha yang sangat sederhana ini kami cetuskan mengingat minimnya Sumber Daya Manusia (SDM) di tim RECENT dan modal awal yang sangat terbatas.

Perangkat catering yang dimaksud di sini yakni berupa pembuatan *brand* catering itu sendiri yang kemudian direalisasikan dalam bentuk pembuatan logo serta desain. Awalnya, tim berencana membuat label kemasan air minum dan *snack box*, namun dalam perjalanan tim merencanakan dan merealisasikan program ini, muncul suatu masalah yaitu dengan diterbitkannya Instruksi Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia No. 1/M/INS/2019 tentang Larangan Penggunaan Kemasan Air Minum Berbahan Plastik Sekali Pakai dan/atau Kantong Plastik di Lingkungan Kemenristekdikti, tak terkecuali di Perguruan Tinggi sebagai salah satu unit di bawah Kemenristekdikti.

Aturan tersebut tentunya membuat rencana awal tim dalam merealisasikan produk air minum universitas menjadi terhambat. Setelah melakukan beberapa diskusi dengan beberapa pihak terkait, tim memutuskan untuk tidak melanjutkan proses pembuatan air kemasan tersebut.

2. PERMASALAHAN MITRA

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada bagian pendahuluan, prinsip kewirausahaan telah tertuang dalam visi dan misi UNRIYO, namun unit usaha yang dimiliki oleh institusi masih sangat minim. Hal ini dimungkinkan karena kesadaran akan perlunya membangun unit-unit usahayang menguntungkan juga masih sangat rendah.

Selama ini, kegiatan yang dilakukan oleh universitas masih selalu berfokus pada bidang akademik. Padahal, keuntungan yang dimaksud disini tidak selalu berupa keuntungan secara finansial tetapi juga untuk menumbuhkan dan memantapkan jiwa kewirausahaan itu sendiri di kalangan civitas akademika UNRIYO. Dari hasil observasi yang tim RECENT lakukan, bisa disimpulkan bahwa sebageaian besar civitas akademika UNRIYO memiliki jiwa dan semangat berwirausaha, namun hanya sebagian kecil dari para civitas akademika tersebut yang berani memulai usaha.

Hal ini juga disebabkan oleh kurangnya motivasi berupa contoh nyata yang diberikan oleh universitas yang bisa menumbuhkan bibit-bibit pengusaha yang unggul. Oleh karena itu, tim RECENT merasa perlu untuk mulai mengembangkan suatu bentuk usaha yang dapat dikelola oleh universitas. Namun, sebagaimana juga telah disampaikan, minimnya jumlah dana yang dapat digunakan sebagai modal awal usaha membuat tim RECENT harus berpikir keras untuk menciptakan suatu model usaha yang sederhana dan dapat direalisasikan dengan modal yang tidak terlalu besar namun ke depan, dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Ke depan pula, jika produk *brand* dan proses *branding* telah berhasil direalisasikan oleh tim RECENT, pengelolaan untuk distribusi produk juga masih menjadi tantangan yang harus ditangani. Mengingat minimnya jumlah SDM dalam tim RECENT itu sendiri serta minimnya jumlah modal awal yang telah dipaparkan sebelumnya membuat suatu keharusan akan adanya campur tangan pihak pemangku kepentingan di universitas untuk membantu and mendukung pengembangan dan keberlangsungan usaha tersebut di masamendatang.

3. METODE PELAKSANAAN

Dalam proses penentuan *brand*, masing-masing anggota tim RECENT menyumbangkan beberapa ide berupa nama yang akan menjadi *brand* dari produk yang akan dihasilkan. Tentunya, nama yang diajukan harus mempunyai makna filosofis yang dapat mewujudkan tujuan awal, yakni menumbuhkan unit usaha yang juga menumbuhkan kecintaan terhadap institusi.

Setelah itu, tim meminta rekomendasi dari pembimbing kegiatan PkM ini untuk menentukan salah satu dari beberapa pilihan nama yang direkomendasikan oleh masing-masing anggota tim. Setelah menentukan *brand*, proses selanjutnya yakni membuat logo dan desain kemasan. Dalam proses ini, tim sepakat untuk mengadakan sayembara berupa lomba pembuatan logo dan desain kemasan *snack box* bagi para mahasiswa UNRIYO.

Nantinya, dalam proses pemilihan pemenang lomba tersebut, tim juga akan melibatkan pembimbing dalam proses penjurian. Ketika *brand*, logo, dan desain telah selesai, tim mulai melakukan proses produksi dan penjangkaran mitra. Untuk pengadaan makanan baik itu makanan ringan (*snack*) maupun makanan berat (*lunch*), tim melakukan penjangkaran mitra.

Mitra yang dimaksud di sini yakni para sivitas akademika UNRIYO yang memiliki usaha di bidang terkait. Tim akan berdiskusi dengan mitra terkait proses produksi, *quality control*, hingga sistem bagi hasil yang akan diaplikasikan ketika menjadi mitra RECENT. Setelah semua proses tersebut dilakukan, maka tim akan mulai melakukan proses *branding*, yakni berupa sosialisasi ke semua unit di lingkungan UNRIYO.

Dengan adanya sosialisasi tersebut, tim tidak hanya mengenalkan produk, namun

juga mengharapkan adanya saran, masukan, maupun *feedback* lain yang membantu tim untuk melakukan perbaikan dalam meningkatkan mutu unit usaha yang tengah dirintis tersebut. Selain itu, tim juga mengharapkan adanya dukungan dari pihak universitas berupa diterbitkannya suatu kebijakan yang mewajibkan seluruh unit di UNRIYO untuk menggunakan produk tersebut, terutama dalam acara-acara formal di lingkungan UNRIYO.

4. PEMBAHASAN

Berpijak pada permasalahan-permasalahan umum yang telah dinarasikan sebelumnya, maka tim RECENT telah melakukan beberapa hal dalam merealisasikan kegiatan PkM ini. Pertama, tim RECENT, bersama dengan pembimbing, menentukan nama yang akan dijadikan *brand* produk, *Respati Snack* (untuk kemasan produk makanan ringan) dan *Respati Lunch Time* (untuk kemasan produk makanan berat).

Kedua, tim juga telah membuat dan mensosialisasikan poster sayembara lomba penciptaan logo dan desain kemasan kepada mahasiswa UNRIYO melalui berbagai media sosial. Dari sayembara tersebut, terdapat sejumlah 4 logo yang diterima oleh tim dari para peserta. Setelah melalui serangkaian proses penilaian dan beberapa pertimbangan internal yang dilakukan bersama oleh tim RECENT, diputuskanlah Rino Tri Handoko dari Program Studi Hubungan Internasional sebagai pemenang lomba logo *Respati Snack*.

Sedangkan untuk desain *snack box* dan *lunch box*, karena tidak ada satupun peserta yang mengirim, maka tim memutuskan untuk meminta tolong kepada Triyanto, S.I.Kom. selaku laboran di Program Studi Ilmu Komunikasi untuk membuatkan desain tersebut. Setelah logo dan desain kemasan telah selesai dibuat dan diproduksi dalam bentuk kemasan, selanjutnya pada tanggal 22 Oktober 2019, tim RECENT mengundang para sivitas akademika UNRIYO yang potensial untuk menjadi mitra.

Dalam acara tersebut, tim RECENT mengajak para calon mitra tersebut untuk berdiskusi membahas berbagai hal terkait rencana kerjasama untuk membangun unit usaha universitas ini. Selain diskusi terkait kerjasama tersebut, tim RECENT juga sekaligus mensosialisasikan program, tujuan, serta produk yang telah dikembangkan tim sejauh ini. Dalam acara itu pula, tim RECENT juga memberikan hadiah dan sertifikat sebagai tanda penghargaan kepada pemenang lomba logo dan desain.

Berdasarkan uraian mengenai pelaksanaan pengabdian yang pertama, yaitu mengenai penentuan nama yang akan dijadikan *brand* produk, tim RECENT dan pembimbing sepakat untuk memilih *Respati Snack* (kemasan produk makanan ringan) sebagai *brand* dengan pertimbangan nama tersebut secara jelas mengenalkan dan menyebarkan nama Respati agar mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat pada umumnya, dan sivitas akademika UNRIYO pada khususnya.

Terkait dengan pembuatan poster lomba penciptaan logo dan kemasan, di dalam poster tersebut tercantum *Respati Water* karena tim membuat poster tersebut jauh sebelum instruksi Menristekdikti mengenai pelarangan air minum kemasan terbit, sehingga nama tersebut masih tertera di dalam poster.



Gambar 1. Poster Lomba Desain Logo

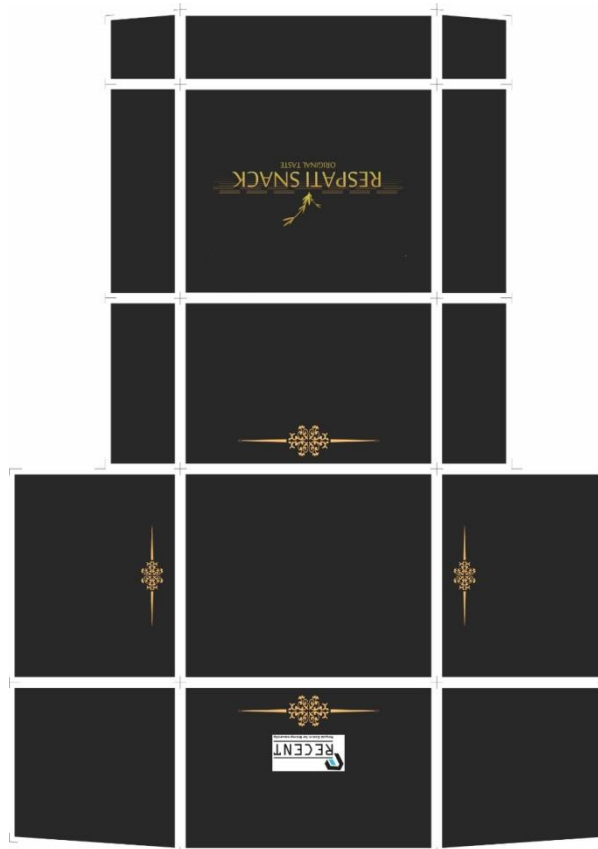
Meskipun poster tersebut telah tim RECENTsosialisasikan cukup lama, namun antusiasme mahasiswa dalam mengikuti lomba tersebut terbilang sangat rendah. Dari jangka waktu 1 bulan yang timsediakan untuk pembuatan logo dan desain tersebut, hanya ada 4 mahasiswa yang mengirimkan ke tim, dan semua dalam bentuk logo. Dari keempat peserta tersebut, terpilihlah Reino Tri Handoko dari Program Studi Hubungan Internasional sebagai pemenang lomba penciptaan logo Respati Snack.

Berikut adalah hasil logo yang akan digunakan dalam kemasan Respati Snack:

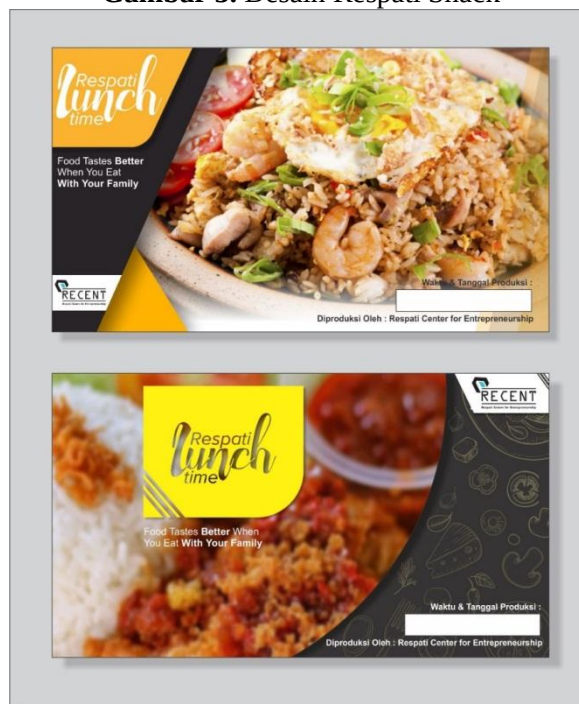


Gambar 2. Logo Respati Snack

Sedangkan untuk pembuatan desain, tim sepakat untuk meminta bantuan ahli, yang dalam hal ini dikerjakan oleh Triyanto, S.I.Kom. selaku laboran dari Program Studi Ilmu Komunikasi. Berikut adalah hasil desain kemasan *snack box* dan *lunch box*:



Gambar 3. Desain Respati Snack



Gambar 4. Desain Respati *Lunch Time*

Setelah proses produksi kemasan selesai dilaksanakan, selanjutnya pada tanggal 22 Oktober 2019, tim RECENT mengundang para sivitas akademika UNRIYO, baik karyawan maupun dosen dari berbagai biro dan Fakultas di lingkungan UNRIYO yang

potensial untuk menjadi mitra. Dalam acara tersebut, tim RECENT mengajak para calon mitra tersebut untuk berdiskusi membahas berbagai hal terkait rencana kerjasama untuk membangun unit usaha universitas ini.

Dari diskusi tersebut, tim mendapatkan banyak sekali masukan dan saran yang membangun terkait rencana eksekusi serta pengembangan program ke depannya. Salah satu rencana jangka pendek yang akan dilakukan oleh tim adalah pembuatan brosur yang akan ditawarkan kepada pihak internal terkait unit bisnis bidang konsumsi yang tengah tim RECENT jalankan.

Selain itu, harapan tim untuk jangka menengahnya, tim RECENT berharap ada payung kebijakan dari universitas untuk mewajibkan berbagai kegiatan di lingkup internal untuk menggunakan produk ciptaan tim bersama para mitra. Sedangkan untuk rencana jangka panjangnya, keuntungan yang didapatkan dari unit usaha ini dalam jangka waktu kurang lebih 5 tahun, dapat digunakan untuk mengembangkan unit usaha lainnya.

Selain diskusi terkait kerjasama tersebut, tim RECENT juga sekaligus mensosialisasikan program, tujuan, serta produk yang telah dikembangkan tim sejauh ini. Dalam acara itu pula, tim RECENT juga memberikan hadiah dan sertifikat sebagai tanda penghargaan kepada pemenang lomba logo dan desain.

5. KESIMPULAN

Sejauh ini, tim masih optimis untuk mengembangkan unit usaha untuk universitas ini lepas dari kendala adanya intruksi Menristekdikti tentang pelarangan penggunaan air minum kemasan di lingkungan Perguruan Tinggi sehingga tim harus merelakan salah satu programnya untuk tidak direalisasikan. Meskipun demikian, merealisasikan satu program, yakni membuat dan memproduksi kemasan *snack box* dan *lunch box* ternyata juga bukanlah pekerjaan yang mudah mengingat banyak hal yang harus dipersiapkan.

Terdapat 3 (tiga) harapan setelah program ini terealisasi, yaitu:

- 1) Adanya suatu kebijakan dari institusi yang mewajibkan seluruh unit di UNRIYO untuk menggunakan produk yang tim hasilkan untuk segala acara, khususnya yang bersifat formal di lingkungan UNRIYO;
- 2) Apabila kebijakan tersebut telah disetujui, tim berharap adanya tanda terimakasih dari institusi kepada pembuat desain mengingat hadiah yang dapat diberikan tim sangat minim mengingat terbatasnya dana; dan
- 3) Keuntungan yang didapatkan dari unit usaha ini dapat digunakan untuk membuat unit usaha lain yang mendukung visi misi UNRIYO sebagai kampus berbasis kewirausahaan.

*UCAPAN TERIMAKASIH

Tim RECENT selaku tim Pusat Studi Kewirausahaan Universitas Respati Yogyakarta mengucapkan terimakasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Respati Yogyakarta (PPPM UNRIYO) atas dana hibah yang diberikan untuk merealisasikan program pengabdian tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanstudio. (2019, February 25). Retrieved from <http://www.dewanstudio.com/ini-perbedaan-brand-dan-branding-serupa-tapi-tak-sama/>
- Utami, N. W. (2017, November 02). *Bisnis*. Retrieved from Jurnal: <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu/>
- Kemenristekdikti. (2019, July 01). Retrieved from https://itjen.ristekdikti.go.id/wpcontent/uploads/2019/07/1.M.INS_.pdf
- UNRIYO. (2019, October). Retrieved from Respati: <http://www.respati.ac.id/visi-misi>