

REIDENTITAS MEREK MANDALA SEBAGAI PERGURUAN TINGGI BERBASIS PENGEMBANGAN PRODUK LOKAL BERDAYA SAING GLOBAL

Aulia Bakhtiar Rahman, Pradita Andari Putri
Universitas Jember
aulia.bakhtiar.rahman@gmail.com

Abstrak

Sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Jawa Timur, STIE Mandala perlu melakukan reidentitas merek. Reidentitas merek ini bertujuan untuk mengelola merek Mandala agar dapat terus eksis di masyarakat. Metode penelitian untuk artikel ini berupa deskripsi tentang perlunya reidentitas merek Mandala sebagai sekolah tinggi ilmu ekonomi berbasis pengembangan produk lokal Jember yang berdaya saing global. Dengan identitas baru ini Mandala sebagai sekolah tinggi ilmu ekonomi diharapkan mampu menjadi solusi sekaligus memiliki persepsi yang kuat dan mengakar bagi pihak-pihak yang terkait, khususnya dalam kegiatan membantu industri yang ada di daerah dengan cara aktif dalam membentuk konsep pemasaran produk lokal unggulan di Kabupaten Jember, serta senantiasa menjaga adanya sinergi yang solid dengan berbagai pihak lain yaitu pemerintah, komunitas, dan dunia akademisi lainnya.

Kata Kunci: Identitas Merek, Kabupaten Jember, Produk Lokal, STIE Mandala.

Abstract

As one of the private universities in East Java, STIE Mandala need to do reidentitas brand. Reidentitas this brand aims to manage the brand Mandala so that it can continue to exist in the community. Methods research for this article be a description of the need for reidentitas brand Mandala as a high school science-based economic development of local products Jember global competitiveness. With this new identity of the Mandala as a high school economic science is expected to be a solution as well as have the perception of a strong and entrenched for related parties, especially in activities to help industry in the area with an active way in shaping the concept of marketing local products featured in the Jember Regency, as well as always keep the the presence of a solid coordination with various other parties, namely the government, community, and the world of other academics.

Keywords: Brand Identity, Kabupaten Jember, Local Products, STIE Mandala.

PENDAHULUAN

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten unggulan di Jawa Timur. Kabupaten ini memiliki dua produk berorientasi ekspor yang begitu potensial untuk dikembangkan, yaitu: edamame dan tembakau. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jember (2017) disebutkan bahwa dua produk ekspor tersebut menyumbangkan devisa yang cukup besar. Menurut jenis komoditas yang terlapor, total jumlah ekspor sepanjang tahun 2016 untuk produk tembakau di Kabupaten Jember mencapai 17.908.066 kg dengan nilai \$113.516.671. Sedangkan volume ekspor edamame (kedelai Jepang) di Kabupaten Jember mencapai 44.995.780 kg dengan nilai ekspor mencapai \$9.907.494.

Keberadaan dua produk komoditas lokal unggulan tembakau dan edamame yang berorientasi ekspor membuat Kabupaten Jember memiliki daya saing dalam industri perdagangan global. Jika hal tersebut dapat dikelola dengan baik, tentu akan mampu menggerakkan roda perekonomian yang lebih besar. Dengan adanya pergerakan pada roda perekonomian daerah, selanjutnya diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan mengandalkan putra daerah yang unggul agar dapat berkontribusi di dalamnya.

Kebutuhan akan sumber daya manusia unggul yang diharapkan dapat membantu mengelola dan memajukan daerah sangat disadari oleh dr. Hj. Faida M.MR selaku bupati di Kabupaten Jember. Terhitung sejak bulan Oktober 2017 telah dibuka pendaftaran untuk seleksi 5.000 beasiswa bagi para lulusan SMA/SMK/dan Sederajat, mahasiswa yang sedang menempuh S1/S2/S3 sebagai bentuk realisasi 22 janji kerja bupati dan wakil bupati terpilih. Hal tersebut dimaksudkan agar putra daerah di Kabupaten Jember memiliki semangat untuk memperoleh pendidikan tinggi guna memperbaiki kualitas sumber daya manusia yang ada di daerah Jember. (Sumber: <https://jemberkab.go.id/beri-beasiswa-bukan-sekedar-janji-kampanye-tapi-janji-kerja-yang-dikerjakan/>). Selain kebutuhan pemerintah daerah akan pentingnya sumber daya manusia yang mampu mengembangkan potensi daerahnya, berbagai pelaku industri di Kabupaten Jember pun memiliki kebutuhan yang sama untuk terus mengembangkan produknya. Terutama dalam menciptakan inovasi baru agar produk lokal unggulan di Kabupaten Jember mampu menciptakan nilai tambah yang maksimal.

Nilai tambah suatu produk dapat ditingkatkan dengan cara mengubah produk setengah jadi yang umumnya langsung diekspor ke luar negeri menjadi produk jadi. Contohnya, daun tembakau yang merupakan produk setengah jadi dapat diolah menjadi cerutu. General Manager PT. BIN, Ir. Imam Wahid Wahyudi, sebagai salah satu pelaku di industri tembakau, mengatakan bahwa selama ini Jember hanya mengekspor daun tembakau. Namun saat ini pihaknya telah mencoba meningkatkan nilai tambah tembakau dan menjualnya ke dalam bentuk cerutu beberapa tahun terakhir. Produk olahan tembakau tersebut dijual dan dibagi ke dalam 29 merk. (Sumber: <http://jatimprov.go.id/read/umkm/cerutu-produksi-jember>). Di sisi yang lain, edamame dapat diolah menjadi berbagai makanan ringan. Hal tersebut tentunya dilakukan guna menambah nilai produk edamame mentah. Edamame dapat diolah menjadi pia dan beberapa varian lain. Hal tersebut diungkapkan oleh Achmad Sugianto, Kepala Departemen SPI PT. Mitratani Dua Tujuh yang berada di Kabupaten Jember. (Sumber: <http://mitratani27.co.id/informasi/pia-edamame-peluang-bisnis-olahan-edamame>).

Adanya kebutuhan untuk meningkatkan nilai tambah dari produk mentah unggulan di Kabupaten Jember membutuhkan keberadaan sumber daya manusia yang memiliki keahlian khusus atau terdidik. Sumber daya manusia yang mumpuni diharapkan mampu menjawab tantangan dalam kegiatan memasarkan produknya, manajerial bisnisnya, serta bagaimana menganalisa peta industrinya secara global. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama dengan berbagai jenis perguruan tinggi yang ada di Kabupaten Jember.

Mandala sebagai salah satu perguruan tinggi yang berbentuk sekolah tinggi ilmu ekonomi bisa mengambil peran yang nyata karena sudah fokus pada satu rumpun ilmu pengetahuan dan teknologi, yakni akuntansi, manajemen, ekonomi pembangunan dalam satu kesatuan merek. Hal ini lebih memudahkan membentuk persepsi atau citranya kepada pihak-pihak yang terkait sebagai pengembang produk lokal yang berdaya saing global yang menjadi unggulan kabupaten Jember. Dengan demikian diperlukan sebuah identitas merk Mandala yang baru.

Identitas merek merupakan hal yang penting dalam pengelolaan merek akibat merek yang semakin banyak dan semakin berkembang serta memiliki banyak kemiripan sehingga masyarakat mulai susah untuk membedakan antara merek yang satu dengan yang lain. Jika sebuah merek yang tidak memiliki suatu nilai tetapi ingin diingat oleh masyarakat, maka akan mudah untuk mengalahkannya di pasar (Kazemi et al., 2013: 2).

Menurut Kotler & Keller (2009: 261) identitas merek adalah seperangkat asosiasi merek yang unik yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek. Asosiasi ini mencerminkan kedudukan suatu merek dan merupakan suatu janji kepada pelanggan dari anggota organisasi. Identitas merek akan membantu kemantapan hubungan diantara merek dan pelanggan melalui proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional, manfaat emosional atau ekspresi diri.

Dindra Desmipian, M. Sulthan, dan Dian Bestari S.R. (2014) sebelumnya telah melakukan penelitian terkait branding perguruan tinggi negeri yang mengambil studi kasus pada Universitas Jenderal Soedirman. Hasilnya adalah melakukan tiga langkah branding. Pertama adalah *brand campaign* dengan mengkampanyekan/mengkomunikasikan berbagai prestasi yang di peroleh, dan mengkampanyekan identitas merek sebagai universitas negeri yang mempunyai kepribadian seperti panglima besar Jenderal Soedirman yang berani, tegas, dan mempunyai jiwa pantang menyerah dengan menggunakan media komunikasi. Kedua, *brand recognition* melakukan positioning secara berulang melalui berbagai kegiatan yang menjurus kepada positioning sebagai *world class civic university* dengan menggunakan berbagai media seperti sosialisasi, dan promosi menggunakan media cetak dan elektronik. Ketiga, *brand preference*, dengan membuka program doktor untuk program S3 ilmu Biologi dan program S3 ilmu manajemen, program studi pendidikan dan program doktoral.

Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu dilakukan penelitian mengenai reidentitas merek Mandala sebagai sekolah tinggi ilmu ekonomi berbasis pengembangan produk lokal Jember berdaya saing global. Artikel ini bertujuan secara umum untuk (1) menjelaskan pentingnya reidentitas merek Mandala sebagai sekolah tinggi ilmu ekonomi yang memiliki peran besar di Kabupaten Jember (2) menjelaskan pentingnya pengembangan produk lokal Jember memiliki daya saing secara global.

METODOLOGI

Metode Penelitian untuk artikel ini memberikan deskripsi tentang perlunya reidentitas merek Mandala sebagai sekolah tinggi ilmu ekonomi berbasis pengembangan produk lokal Jember berdaya saing global. Dengan identitas baru ini Mandala sebagai sekolah tinggi ilmu ekonomi bisa menjadi solusi dan persepsi yang kuat bagi pihak-pihak yang terkait, khususnya dalam kegiatan industri yang menghasilkan produk lokal, yaitu pemerintah, komunitas, akademisi dan pelaku usaha.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang ciri dari variabel-variabel yang ada. Riset deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi (Sekaran, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Jawa Timur, STIE Mandala beberapa tahun terakhir telah mencoba berinovasi menjawab tantangan revolusi industri 4.0 dengan melakukan beberapa perubahan. Terutama dalam pengelolaan kegiatan belajar mengajarnya. Hal tersebut harus dilakukan untuk menjaga eksistensi di tengah persaingan yang ada, dengan harapan menghasilkan *output* berupa lulusan yang siap dan dibutuhkan oleh dunia industri serta mampu berkompetisi di era digitalisasi seperti sekarang. Selain itu, STIE Mandala selalu berusaha mengenalkan dirinya dengan *tagline* kampus berprestasi.

Kabupaten Jember membutuhkan suatu *quadruple helix* yang baik, dimana pemerintah/negara, pelaku industri, dan berbagai perguruan tinggi yang ada, serta didukung oleh komunitas di masyarakat agar mampu mengembangkan produk lokal yang potensial guna menembus pasar internasional. Tanpa adanya dukungan dari masyarakat daerah semua konsep yang dimiliki pemerintah ataupun pelaku industri hanya akan menjadi sebuah wacana.

STIE Mandala Jember sebagai sekolah tinggi tentunya dapat membentuk suatu wadah untuk mengembangkan jiwa bisnis bagi mahasiswanya. STIE Mandala diharapkan dapat mengembangkan konsep pemasaran produk lokal yang telah ada. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengkonsep *mindset* mahasiswa sejak dini untuk dapat mencintai produk lokal dan mengupayakan bakat dan minat mereka agar dapat menjual atau memasarkan produk lokal daerah agar secara bersama-sama mampu mengangkat dan menggerakkan roda perekonomian daerah.

Kabupaten Jember telah memiliki produk unggulan baik berupa bahan mentah, setengah jadi, maupun barang jadi yang berorientasi ekspor. STIE Mandala tidak perlu berfokus untuk menciptakan suatu produk sendiri, namun STIE Mandala dapat bersinergi dengan para produsen produk unggulan tersebut untuk memecahkan problem bisnis mulai dari

perencanaan produk, manajemen operasional/produksi, akuntansi manajemen, saluran distribusi, sampai kendala pemasaran yang sedang mereka hadapi. Terutama terkait 7 P dalam *marketing mix*.

Dengan adanya STIE Mandala dalam memosisikan produk unggulan Jember, diharapkan para pelaku industri, pemerintah daerah, dan para pelaku komunitas di lingkungan Kabupaten Jember dapat lebih bersinergi secara nyata untuk memajukan daerahnya. Pemerintah dapat menyumbangkan ide atau gagasan serta informasi lain terkait produk dan kebijakan yang berhubungan dengan birokrasi pada sektor perdagangan dan kesempatan ekspansi di daerah atau negara lain serta mengenalkan adanya ekosistem bisnis ke dunia luar. Di sisi lain para pelaku industri dapat mengirimkan staf ahlinya untuk saling berbagi informasi tentang produk dan pengetahuan serta menjadikan Mandala dalam suatu tujuan dan bagian dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ada pada perusahaan.

Dengan adanya sinergi yang baik antar pelaku usaha dan dunia akademis di STIE Mandala diharapkan mampu menciptakan peluang lain berupa kemudahan bagi mahasiswa agar dapat melakukan kuliah kerja lapang di industri yang dimaksud. Sedangkan di sisi yang lain, komunitas yang terdapat dalam suatu industri, misal *cigar club* dapat *sharing* informasi dan pengetahuan terkait peluang-peluang yang mereka temui di dunia luar kepada mahasiswa. Di samping itu, akademisi lain bisa diundang dan *sharing* pengetahuan untuk dapat memberikan solusi terkait keputusan bisnis.

Dengan adanya kesempatan besar untuk membuat suatu ekosistem *quadruple helix* yang solid di Kabupaten Jember, STIE Mandala sebagai salah satu pelaku di dunia akademik memerlukan adanya suatu identitas merek yang kuat agar masyarakat luas lebih mengenal bahwa keberadaan sekolah tinggi ini memang fokus turut serta dalam mengembangkan produk ekspor unggulan di Kabupaten Jember.

Pentingnya Reidentitas Merek Bagi STIE Mandala Jember

Identitas merk yang meliputi nama merek, URL, logo, karakter, juru bicara, slogan, lagu, kemasan dan papan iklan perlu dimiliki oleh suatu perguruan tinggi. Baik negeri maupun swasta. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat menjaga eksistensi suatu perguruan tinggi di tengah persaingan yang semakin global.

Konsep Reidentitas Merek Bagi STIE Mandala

Nama Merek

Awalnya STIE Mandala Jember dikenal oleh masyarakat sebagai Akademi Bank dan Manajemen (ABM) Mandala. Wakil Ketua II STIE Mandala Jember menyatakan bahwa pada masa sekarang pun nama STIE Mandala Jember masih kurang mengena di benak masyarakat. Masyarakat pada umumnya lebih familiar dengan nama ABM daripada STIE. Termasuk dengan para alumninya.

Ada beberapa pendapat baik dari pihak internal maupun eksternal untuk mengembalikan nama STIE Mandala menjadi ABM Mandala kembali. Namun, faktanya, jika nama tersebut kembali dipakai, hal itu akan bertentangan dengan visi dan misi Mandala saat ini. Nama ABM lebih condong terhadap perbankan, dimana alumninya diharapkan akan diserap oleh perbankan. Sedangkan nama STIE lebih meluas cakupannya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nama STIE Mandala sejauh ini masih menjadi nama yang pas bagi Mandala. Dengan harapan *output*-nya tidak hanya diserap oleh perbankan, namun dapat terserap di berbagai korporasi.

URL

STIE Mandala saat ini memiliki URL <http://www.stie-mandala.ac.id> yang perlu diperbaiki tampilan antarmukanya (*user interface*). Supaya lebih representatif dan komunikatif dalam mengemas informasi akademik yang diperlukan para *civitas academica*.

Logo

Logo yang sekarang dimiliki oleh STIE Mandala Jember berupa perpaduan dari gambar segi lima dengan warna dasar merah api, lingkaran hijau, pena, tangan, buku dan trisula yang berwarna putih. Logo ini kedepannya dapat lebih disederhakan sesuai dengan konsep *simplicity* agar lebih mudah dikenal, unik, dan khas oleh *stakeholders*.

Karakter

Sejauh ini STIE Mandala Jember belum memiliki karakter yang mampu lebih menonjolkan lembaganya. Namun, pada awal berdirinya STIE Mandala Jember menggunakan sesosok ayam bekisar sebagai karakter lembaga ini.

Juru Bicara

Juru bicara atau humas yang ada di STIE Mandala Jember saat ini berjumlah hanya satu orang saja. Hal ini membuat STIE Mandala cenderung kurang gesit. Banyak informasi baik berupa kegiatan atau prestasi yang tidak mampu disampaikan secara cepat akibat kurangnya tim humas dalam institusi ini.

Slogan

STIE Mandala Jember memiliki slogan “Kampus Prestasi” dengan harapan agar masyarakat luas mampu mengenal lembaga ini sebagai sebuah kampus dengan banyak prestasi baik di bidang akademik maupun non akademik serta dapat mendorong para civitas akademik yang ada di dalamnya untuk terus menjadi sosok berprestasi yang berguna bagi nusa dan bangsa.

Lagu

Terdapat dua lagu resmi yang dimiliki oleh STIE Mandala Jember, yaitu Hymne Mandala dan Mars Mandala. Mars Mandala menggambarkan semangat para civitas akademika Mandala yang peduli pada nusa dan bangsa, harapan agar STIE Mandala selalu maju dan

Sinergitas Quadruple Helix: e-Business dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

berkembang, serta pernyataan dari lubuk hati seorang civitas akademika untuk selalu mengamalkan amanah menjadi sosok yang berguna bagi masyarakat. Sedangkan pada Hymne Mandala terdapat ungkapan terima kasih dari alumni karena STIE Mandala telah mendidik mereka dan telah melakukan tri dharma perguruan tinggi.

Kemasan

Physical evidence yang dimiliki oleh STIE Mandala Jember pada tahun 2018 sudah mengalami banyak perombakan. Ada gedung baru dengan fasilitas yang cukup baik. Kemudian pada tahun 2019 akan dilakukan perombakan di bagian depan dengan tujuan untuk dijadikan suatu pusat pertokoan yang diharapkan sebagai galeri/etalasi produk-produk lokal unggulan berorientasi global sehingga lebih dekat dengan para pelaku industri, seperti gambar berikut:



Papan Iklan

Papan iklan STIE Mandala Jember selama ini memiliki ciri selalu berganti baik *font*, warna maupun konsepnya. Hal tersebut kurang *eye catching*. Idealnya sebagai salah satu perguruan tinggi swasta dengan paradigma modern mampu memiliki kekhasan dalam mengatur perihal pola papan iklannya agar pesan yang tersirat dapat diterima baik oleh khalayak.

KESIMPULAN

STIE Mandala Jember perlu berbenah, khususnya dalam mengubah identitas diri di tengah persaingan yang semakin mengglobal. Hal tersebut sangat penting sebagai usaha dalam mengelola merek Mandala agar dapat terus eksis di tengah bermunculannya berbagai perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, serta mereka yang telah ada

namun berani mengadakan *rebranding* diri. Reidentitas STIE Mandala ini dimaksudkan agar masyarakat lebih familiar terhadap keberadaan institusi ini sehingga mereka tidak susah untuk membedakan antara merek perguruan tinggi yang satu dengan yang lain. Reidentitas merek Mandala yang perlu diperhatikan sejauh ini meliputi nama merek, URL, logo, karakter, juru bicara, slogan, lagu, kemasan, dan papan iklan.

KETERBATASAN

Keterbatasan artikel ini adalah tidak menggali lebih dalam terkait informasi langsung dari pihak pemerintah melalui dinas terkait dan pelaku industri lokal dalam hal ini cerutu dan edamame. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang lebih mendalam dan menyeluruh untuk menggali potensi atau produk lokal lainnya yang lebih prospek dikembangkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan untuk Ketua, Pembantu Ketua I, Pembantu Ketua II, dan Pembantu Ketua III STIE Mandala Jember yang telah bersedia menjadi informan dalam penyusunan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. 2017. *Kabupaten Jember dalam Angka*. Jember: BPS Kabupaten Jember.
- Desmipian, Dindra., Sulthan, M., dan S. R., Dian Bestari. 2014. Branding Perguruan Tinggi Negeri: Studi Kasus Strategi Marketing Public Relations Universitas Jenderal Soedirman. *Acta Diurna*, 10(2), pp. 97-105.
- Kazemi, A., Moradi, V., Abbaszadeh, A. dan Pourzamani, J. 2013. Impact of Brand Identity on Customer Loyalty and Word of Mouth Communications, Considering Mediating Role of Customer Satisfaction and Brand commitment. *Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*. 2 (4) (July), pp. 1-14
- Kotler, Philip & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, U., 2006. *Research Methodology for Business*. 4th ed. Jakarta: Salemba Empat Publishing.
- Website:
- <http://www.stie-mandala.ac.id/> Diakses pada hari Jumat pukul 15.00 WIB
- <https://jemberkab.go.id/beri-beasiswa-bukan-sekedar-janji-kampanye-tapi-janji-kerja-yang-dikerjakan/> Diakses pada hari Sabtu, 15 September 2018 pukul 19.00 WIB
- <http://jatimprov.go.id/read/umkm/cerutu-produksi-jember/> Diakses pada hari Sabtu, 15 September 2018 pukul 19.30 WIB
- <http://mitratani27.co.id/informasi/pia-edamame-peluang-bisnis-olahan-edamame/> Diakses pada hari Sabtu, 15 September 2018 pukul 19.40 WIB