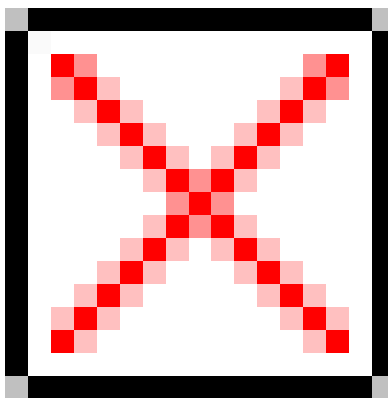


Dukung Santripreneur, Doktor Mengabdi FISIP Kembangkan Brand Produk Pesantren

Dikirim oleh **prasetyafisip** pada **12 Desember 2018** | Komentar : **0** | Dilihat : **321**



CEO Usaha Mikro Kecil dan Menengah bernama 'Jagoan' yang juga merupakan alumni dari Civil Engineering UB Ahmad Sya'ban Nasution

Upaya peningkatan daya saing produk seringkali tidak disertai kesadaran membangun kekuatan brand yang mumpuni. Terutama di kalangan pebisnis lokal termasuk di dunia pesantren.

Untuk menjawab tantangan tersebut, program Doktor Mengabdi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya (FISIP UB) mengembangkan pemberdayaan kewirausahaan melalui manajemen pengelolaan usaha air minum Q-Zulal yang dimiliki Pondok Pesantren Nurul Haromain, Desa Ngroto, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang. Kegiatan dilakukan melalui Workshop Manajemen Branding pada usaha Air Mineral Q-Zulal dengan mengundang Ahmad Sya'ban Nasution sebagai pemateri.

Ahmad Sya'ban Nasution adalah CEO Usaha Mikro Kecil dan Menengah bernama 'Jagoan' yang juga merupakan alumni dari Civil Engineering UB. Workshop itu diadakan pada (28/11/2018) di Ruang Rapat Pascasarjana Gedung A FISIP UB.

Dalam workshop tersebut, Ahmad menjelaskan bahwa dalam memasarkan sebuah produk perlu upaya branding. Hal itu bertujuan untuk menciptakan awareness masyarakat terhadap sebuah produk.

“Oleh karena itu, branding produk yang bisa menciptakan awareness adalah dengan cara membuat branding mudah diingat oleh calon konsumen,” ujar Ahmad.

Ahmad juga menyarankan untuk membuat tagline agar membuat calon konsumen itu penasaran dengan produk air

mineral milik Q-Zulal. “Tagline itu harus membuat orang penasaran dan ingin mencoba, tapi harus diingat bahwa tagline jangan terlalu panjang,” tambah Ahmad.

Program ini juga mendukung program pemerintah berkaitan dengan Santri Go Industri maupun program Himpunan Pengusaha Muda Indonesia termasuk juga program Kementerian Perindustrian yakni Santripreneur. Melalui rangkaian workshop dan pendampingan sebelumnya diperoleh luaran berupa Standar Operasional Prosedur (SOP) dan struktur organisasi sumber daya pengelola, sedangkan dalam workshop akhir dirumuskan strategi branding sebagai sarana mengomunikasikan produk secara efektif. (02/Fariza/Humas FISIP/Humas UB)