

Pelatihan *Packaging*, *Rebranding* dan *Digital Marketing* Pada BUMDes Sri Sedana Munduk Temu, Tabanan

Ni Putu Rita Sintadevi ^{1*}, Putu Sandra Putri Astariani ²,
Kadek Dwi Cahaya Putra ³, Ketut Vini Elfarosa ⁴,
Gede Sedana Wibawa Yasa ⁵, A. A. Ayu Mirah Kencanawati ⁶

¹⁻⁶ Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

* ritasintadevi@pnb.ac.id

Abstrak

BUMDes memiliki potensi dalam peningkatan PADes (Pendapatan Asli Desa) yang dapat menunjang pembangunan desa. Sebagai desa penghasil kopi robusta terbesar di Kabupaten Tabanan, Desa Munduktemu melalui BUMDes Sri Sedana Munduktemu diharapkan mampu mengelola potensi desa sehingga dapat memberi manfaat bagi kesejahteraan desa. Hadirnya BUMDes Sri Sedana dalam menyerap hasil pertanian petani lokal diharapkan dapat menguatkan potensi desa, membuka lapangan kerja, hingga memberi kesejahteraan bagi petani. Untuk dapat meningkatkan pendapatannya, maka BUMDes harus dapat menjual produk-produk yang dimilikinya. Beberapa kendala yang dihadapi BUMDes Sri Sedana dalam memasarkan produknya yaitu produk BUMDes kalah bersaing dalam penjualan secara konvensional maupun daring. Oleh karena, pengelolaan dalam bidang pemasaran sangat diperlukan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk *rebranding* BUMDes melalui metode pelatihan *packaging*, *rebranding* dan *digital marketing*. Langkah awal yang dilakukan adalah observasi. Kemudian implementasinya berupa pelatihan, pembuatan logo, *design*, dan media sosial. Dengan adanya pengabdian ini, BUMDes diharapkan mampu meningkatkan nilai jual dan daya saingnya sehingga dapat memasarkan produk lebih luas lagi. Adapun hasil pengabdian ini yaitu BUMDes memiliki *branding* produk kopi dengan nama Temu Coffee, *design* logo dan *packaging*, serta media sosial yang digunakan sebagai sarana promosi.

Kata Kunci: kopi robusta, organik, *packaging*, *rebranding*, *digital marketing*

Pendahuluan

Desa Munduktemu merupakan desa penghasil kopi robusta terbanyak di Kabupaten Tabanan. Berdasarkan data BPS Kabupaten Tabanan tahun 2018, Desa Munduk Temu merupakan desa penghasil kopi terbanyak di Kabupaten Tabanan yaitu 4.456 ton dengan luas lahan sebesar 1.212,5 Ha pada tahun 2017. Sebagian besar masyarakat Desa Munduk Temu masih mempertahankan lahan pertaniannya untuk dikelola sebagai sumber penghasilan. Oleh karenanya, sebagian masyarakat desa ini berprofesi sebagai petani. Hal ini menjadikan masyarakat Desa Munduk Temu harus dapat mengolah lahan pertaniannya dan meningkatkan hasil produksi yang berdampak pada pendapatan petani. Potensi besar yang dimiliki oleh Desa Munduk Temu diiringi dengan trend konsumsi kopi yang semakin

diminati oleh masyarakat menjadikan kopi Desa Munduk Temu harus dapat semakin dikenal oleh masyarakat.

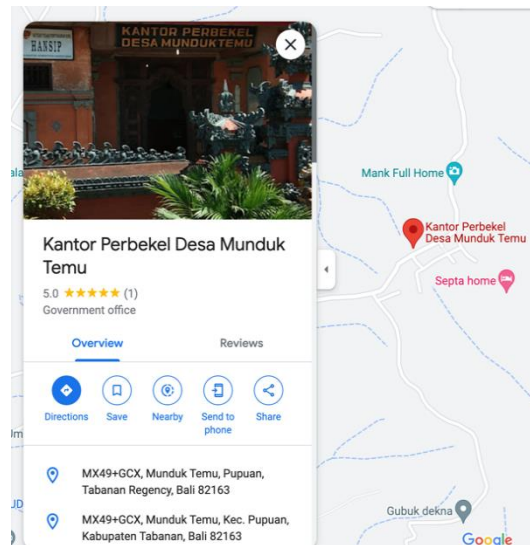
Saat ini kopi hasil pertanian di Munduk Temu dipasarkan oleh BUMDes Sri Sedana Munduk Temu dengan brand Leak Bali Coffee. Metode pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional. Konsep pemasaran konvensional memiliki kelemahan, salah satunya adalah kurang dikenalnya produk oleh masyarakat. Sejak adanya pandemi, model pemasaran mulai bergeser dari konvensional menjadi penjualan daring. Hal ini memunculkan tantangan baru bagi penjual, yaitu desain kemasan. Kemasan memiliki dua fungsi yakni: 1) protektif yaitu terkait dengan proteksi produk dan 2) promosional yaitu bahwa kemasan berperan dalam sarana promosi yang membuat konsumen memiliki preferensi terhadap produk (Apriyanti, 2018). Ketertarikan konsumen pada produk khususnya *design* kemasan yang unik menyebabkan konsumen tertarik untuk membelinya (Widiati, 2019). Pada penjualan konvensional, kemasan menjadi kurang penting karena pembeli dapat melihat secara langsung produk yang akan dibeli. Berbeda halnya dengan penjualan secara daring. Pada penjualan daring, pembeli tidak dapat melihat produk secara langsung melainkan dengan cara melihat foto kemasan serta membaca deskripsi produk yang dicantumkan oleh penjual. Oleh karenanya, desain kemasan menjadi salah satu faktor penentu bagi pembeli untuk membeli produk. Kemasan berperan dalam meningkatkan citra dan nilai tambah dari produk (Widiati, 2019). Saat ini, kemasan produk kopi dibuat dalam kemasan kaleng dan kantong pouch. Permasalahan lainnya yakni media pemasaran produk kopi dari BUMDes Sri Sedana masih terbatas. Gaya penjualan yang masih konvensional dirasa kurang cukup untuk memasarkan produk ke masyarakat. Dari segi biaya, pemasaran secara digital (*digital marketing*) lebih murah dibandingkan dengan biaya promosi secara tradisional atau konvensional (Jasri, et al., 2022).

Melihat kendala yang dihadapi BUMDes Sri Sedana maka penting diberi pelatihan tentang pengemasan produk, *rebranding*, dan pemasaran secara digital. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi BUMDes Sri Sedana Munduk Temu dalam hal bertambahnya pengetahuan pengelola BUMDes dalam hal *packaging*, *rebranding*, dan *digital marketing*. Selain itu, BUMDes Sri Sedana Munduk Temu dapat mengaplikasikan teknik pemasaran digital dengan demikian produk-produk yang dipasarkan oleh BUMDes dapat dikenal oleh masyarakat luas. Upaya-upaya ini dilakukan untuk menunjang penjualan dan penyerapan hasil produksi kopi petani-petani di Desa Munduk Temu. Dampak sosial dari kegiatan pengabdian ini yaitu BUMDes Sri Sedana Munduk Temu siap melayani pelanggan secara langsung maupun daring secara prima. Dampak lanjutannya adalah adanya peningkatan penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan BUMDes Sri Sedana Munduk Temu.

Metode Pelaksanaan

Terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan hasil diskusi bersama antara Dosen Manajemen Bisnis Internasional dengan Perbekel Desa Munduktemu, Kepala BPD Desa Munduktemu dan Manajer BUMDes Sri Sedana Munduktemu tentang kebutuhan mengenalkan produk dan mendapatkan pasar untuk produk-produk yang dihasilkan BUMDes maupun UMKM di Munduktemu. Pengabdian

kepada masyarakat dilaksanakan di Wantilan Kantor Desa Munduk Temu, Tabanan pada 10 Juni 2023. Gambar 1 menunjukkan lokasi pengabdian.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian

Serangkaian metode dilakukan dengan harapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan memberi manfaat dan membantu BUMDes kedepannya. Berikut merupakan rangkaian metode yang dilakukan dalam mendukung pelaksanaan pengabdian.

1. Persiapan Kegiatan

Persiapan kegiatan yang dilakukan meliputi survei lokasi mitra pengabdian, pengajuan permohonan kerja sama, pengurusan administrasi dan surat menyurat, persiapan materi pengabdian serta tempat dan perlengkapan. Survei menjadi tahap awal dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, Tim mengamati permasalahan yang ada pada BUMDes untuk selanjutnya membuat solusi dalam program pengabdian.

2. Pelatihan

Pelatihan pada kegiatan ini terdiri atas: 1) pelatihan *rebranding* dan *packaging*, dan 2) pelatihan *digital marketing*. Pelatihan diawali dari pemaparan materi dan diskusi yang kemudian dilanjutkan dengan pelatihan *business model canvas*.

3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan guna memperoleh umpan balik dari peserta kegiatan dengan menggunakan kuisioner. Terdapat tiga indikator penilaian yakni indikator perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan bagian integral dalam tri dharma perguruan tinggi yang turut melibatkan dosen, mahasiswa maupun alumni dalam pelaksanaannya. Peserta pelatihan berjumlah 40 orang yang terdiri dari pengelola BUMDes, Kelompok Tani, Pokdarwis dan UMKM di Desa Munduktemu. Materi pelatihan

terbagi menjadi dua, yakni: 1) Bisnis Kopi, Packaging dan Branding, dan 2) Digital Marketing. Pelatihan juga dilengkapi dengan latihan menyusun *business model canvas*. Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan ini yang tercermin dari banyaknya peserta memberi pertanyaan pada sesi diskusi di setiap sesi. Selain itu, hasil kuisioner kepuasan mitra yang diisi pada akhir kegiatan menunjukkan bahwa peserta puas dengan kegiatan yang dilakukan.



Gambar 2. Pemberian Materi



Gambar 3. Antusias Peserta Pengabdian

Penyelesaian masalah yang dihadapi mitra terbagi atas:

1. *Packaging dan Rebranding*

Dalam mengatasi kendala *packaging* dan *rebranding*, tim pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa memberikan pendampingan *design packaging* dan *rebranding* produk yang digali langsung sebelum dan saat pendampingan. Setelah menerima saran dan masukan, berikutnya dirumuskan *brand* dan *design packaging* yang dapat digunakan

oleh BUMDes untuk produk kopi yakni Temu Coffee. *Rebranding* dilakukan dengan mencari nama baru yang cocok dengan Desa Munduktemu, yakni Temu Coffee. "Temu Coffee" menggambarkan semangat pertemuan yang mendalam, dimana kopi yang berkualitas tinggi dan pengalaman yang memikat bersatu menjadi satu. Filosofi ini berakar pada keunikan dan eksklusivitas Desa Munduktemu, tempat tumbuhnya kopi robusta berkualitas tinggi.



Gambar 4. *Rebranding*

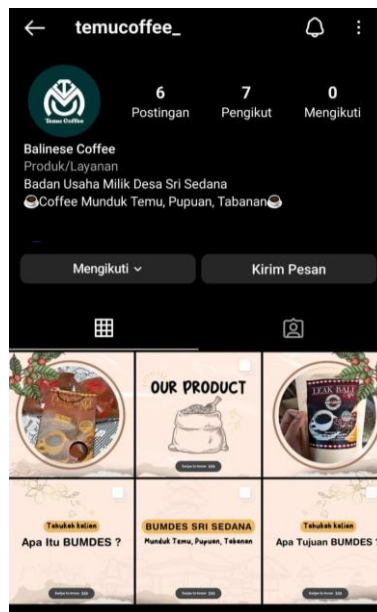
Berikut merupakan *design packaging* selaras yang dengan adanya *rebranding* pada produk kopi BUMDes Sri Sedana Munduktemu.



Gambar 5. *Design Packaging*

2. Meningkatkan Strategi Pemasaran Melalui *Digital Marketing*

Permasalahan pada aspek pemasaran dapat diselesaikan dengan pelatihan *digital marketing*. Kendala pemasaran yang salah satunya dikarenakan adanya keterbatasan wilayah pemasaran dapat teratasi dengan pemanfaatan sosial media. Melalui pelatihan ini, BUMDes memiliki pengetahuan dasar terkait dengan pemasaran, pemasaran secara digital, dan strategi distribusi penjualan.



Gambar 6. Instagram

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada BUMDes Sri Sedana Munduktemu, Pupuan, Tabanan telah berjalan dengan lancar. Pelatihan *rebranding* dan *packaging* menjadi solusi pada permasalahan terkait dengan “brand” yang menjadi daya pikat bagi calon pembeli. Pelatihan terkait dengan *digital marketing* menjadi solusi dalam hal memasarkan produk melalui media sosial. Dengan demikian, BUMDes dan UMKM dibawah naungan BUMDes nantinya dapat melakukan perbaikan serta memperoleh manfaat nyata dari pelaksanaan program pengabdian ini. Kegiatan pengabdian pada BUMDes Sri Sedana Munduktemu perlu dilanjutkan dalam bentuk pelatihan bisnis.

Ucapan Terimakasih

Tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat di BUMDes Sri Sedana Munduktemu, Tabanan mengucapkan terimakasih kepada unit Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bali yang telah membantu dalam menganggarkan biaya pelaksanaan kegiatan ini sehingga dapat terlaksana dengan baik dan lancar. Tim pelaksana juga mengucapkan terimakasih kepada Perbekel Desa Munduktemu dan Manager BUMDes Sri Sedana Munduktemu yang telah berkenan menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat.

Referensi

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio E-Kons*, 10(1), 20-27.
- Jasri, et. al., (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224.

Widiati, A. (2019). Peran Kemasan (*Packaging*) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.