

Rebranding Produk Keripik Tortilla Seaweed-Binar PPU Poklhasar Swakarya Bersama Kabupaten Penajam Paser Utara

Diniar Mungil Kurniawati^{1*}, Menasita Mayantasari², Faisal Manta¹, Donny Pasunyar¹, Riola Montissa¹, Ahmad Yassar Sitompul¹, Muhammad Idris Al-Hakim², Achmad Farizul Hasmi¹, Fauzan Adzimi¹, Riki Herliansyah³

¹Program Studi Teknik Mesin, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

²Program Studi Fisika, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

³Program Studi Statistika, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

Email: diniarmungil@lecturer.itk.ac.id

Abstrak - Poklhasar Swakarya Bersama merupakan Kelompok UMKM yang berfokus pada kegiatan pengolahan dan pemasar, terletak di Kelurahan Tanjung Tengah Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU) Provinsi Kalimantan Timur dengan produk olahan berbahan dasar rumput laut. Saat ini, Kabupaten PPU sudah disahkan menjadi Ibu Kota Negara Indonesia (IKN). Salah satu konsentrasi yang diperlukan dalam pemindahan ibukota baru adalah kesiapan dari wilayah penyangga IKN. Namun yang menjadi inti dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memperbaiki kualitas UMKM yang bergerak dibidang pangan yaitu Poklhasar Swakarya Bersama. Upaya peningkatan tersebut haruslah dikembangkan melalui penguatan teknologi, *branding* sampai dengan pemasaran untuk memperluas pasar dan manajemen usaha. Dengan adanya program penguatan pasar dengan *branding* dan pemasaran digital diharapkan mampu memperluas dan memperkuat target pasar. Kegiatan *rebranding* ini dikemas dengan kegiatan pelatihan pemasaran digital dan pemilihan desain logo dan kemasan. Adapun target pasar yang diinginkan oleh Poklhasar Swakarya Bersama adalah keripik tortilla seaweed yang dapat dikonsumsi oleh segala usia dan gender. Oleh karena itu pemilihan logo dan kemasan yang baru melalui tahap audiensi dengan mitra dimana desain sebelumnya sudah dibuat beberapa alternatif oleh tim pelaksana kegiatan.

Kata Kunci: Kemasan, Pemasaran Digital, *Rebranding*, Tortilla Seaweed

Abstract - Poklhasar Swakarya Bersama is an MSME Group that focuses on processing and marketing activities, located in Tanjung Tengah Village, North Penajam Paser Regency (PPU) East Kalimantan Province with processed products made from seaweed. Currently, PPU Regency has been approved as the National Capital of Indonesia (IKN). One of the concentrations needed in moving the new capital is the readiness of the IKN buffer area. However, the essence of this community service activity is to improve the quality of MSMEs operating in the food sector, namely Poklhasar Swakarya Bersama. These improvement efforts must be developed through strengthening technology, branding and marketing to expand markets and business management. With the market strengthening program with branding and digital marketing, it is hoped that it will be able to expand and strengthen the target market. This rebranding activity is packaged with digital marketing training activities and selecting logo and packaging designs. The target market desired by Poklhasar Swakarya Bersama is seaweed tortilla chips which can be consumed by all ages and genders. Therefore, the selection of a new logo and packaging went through an audience stage with partners where several alternative designs had been created by the activity implementation team.

Keywords: Digital Marketing, Packaging, Rebranding, Tortilla Seaweed

1. PENDAHULUAN

Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklhasar) Swakarya Bersama merupakan Kelompok UMKM yang terletak di Kelurahan Tanjung Tengah Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU) Provinsi Kalimantan Timur dengan produk olahan berbahan dasar rumput laut. Anggota Poklhasar Swakarya Bersama adalah para ibu rumah tangga di Kelurahan Tanjung Tengah. Kabupaten PPU mempunyai potensi yang cukup besar dalam subsektor perikanan darat dan laut. Luas laut Kabupaten PPU 272,24 km² sehingga potensi hasil laut melimpah (Desy, 2017). Potensi sumber daya rumput laut sendiri di Kabupaten PPU cukup besar dan dapat memenuhi permintaan kebutuhan dalam kota maupun luar kota. Pengolahan hasil panen rumput laut di Kabupaten PPU dapat mencapai kapasitas 6 ton dalam 1 tahun (Utara, 2016).

Poklhasar Swakarya Bersama Kabupaten PPU sudah berhasil membuat diversifikasi produk olahan rumput laut yaitu keripik tortilla, dodol, sirup dan stik rumput laut. Namun saat ini yang

paling banyak diminati oleh pasar adalah keripik tortilla rumput laut. Keripik tortilla rumput laut dibuat dengan bahan baku utama singkong, jagung dan rumput laut. Tortilla merupakan makanan ringan yang berbentuk seperti keripik. Keripik tortilla merupakan salah satu makanan ringan yang berasal dari jagung dan berasal dari Meksiko. Keripik tortilla memiliki ketebalan dan bentuk yang berbeda-beda di tiap negara (Rohmayanti, 2019). Selain jagung, bahan makanan ini juga terbuat dari pati atau tepung yang berasal dari umbi, kentang, dan lain-lain serta dilakukan penambahan bumbu, rempah dan campuran lain untuk menghasilkan inovasi produk.

Keripik tortilla rumput laut milik Poklhasar Swakarya Bersama di *branding* dengan nama Binar PPU tortilla *seaweed*. Binar PPU merupakan merk produk dari Poklhasar Swakarya Bersama PPU. Poklhasar Swakarya Bersama mengalami penurunan produksi di saat pandemi COVID-19 dengan indikator penurunan penjualan produk. Sebelumnya tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat sudah melakukan branding dengan memperbaiki kemasan dari produk tortilla rumput laut (Gambar 1). Kemasan adalah salah satu strategi branding yang cukup kuat karena kualitas kemasan dapat menarik minat konsumen melakukan pembelian terhadap produk. Kemasan yang sudah digunakan sebelumnya sudah baik berdasarkan desain produk tetapi belum mempunyai keluasan informasi untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas.



Gambar 1. Kemasan Keripik Tortilla Seaweed Binar PPU

Tidak jauh berbeda dengan kemasan, logo juga mempunyai peran penting dalam menarik minat konsumen. Logo Binar PPU sebelumnya dapat ditunjukkan pada Gambar 2 berikut. Logo tersebut terkesan kaku dan tidak menarik. Adapun tujuan rebranding logo untuk memperluas jangkauan pasar di segala usia dan kalangan. Logo didesain sesuai dengan kebutuhan mitra yang dapat mencirikan mitra.



Gambar 2. Logo Binar PPU

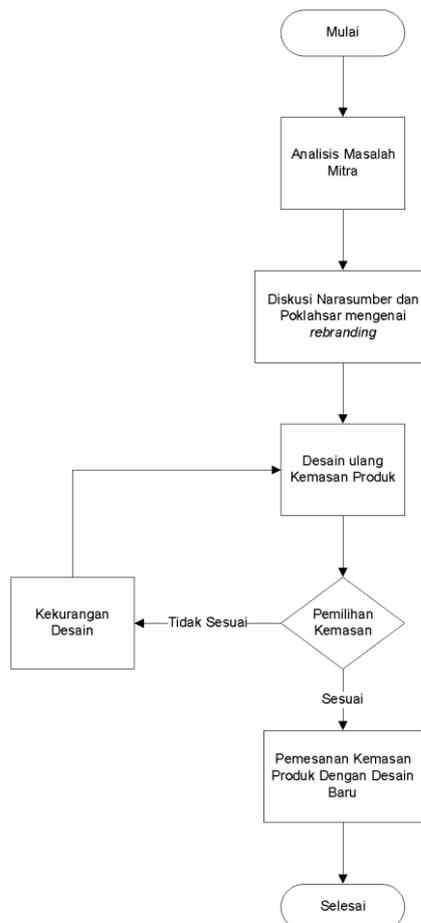
Biasanya dalam kegiatan rebranding akan diikuti oleh pemasaran digital. Pemasaran digital dapat dikelompokkan lagi kedalam kelompok kecil tergantung dari kebutuhan mitra. Contoh dari pemasaran digital adalah pemasaran melalui social media atau biasa disebut dengan social media marketing dengan media Facebook, Instagram, Tiktok dsb. Adapula pemasaran digital dengan penjualan produk di marketplace digital seperti Tokopedia, Shopee, Tiktok Shop dsb. Salah satu yang diambil dari kelompok media tersebut adalah *social media marketing* melalui Instagram. Instagram merupakan *platform* digital yang penggunaanya mulai dari remaja hingga orang tua dengan

cakupan pemasaran yang luas melalui Instagram *Business*. Selain itu, melalui Instagram para UMKM juga dapat melihat bagaimana *engagement* produk yang dipasarkan dengan target pasar yang dituju.

Pemahaman akan rebranding harus ditanamkan kepada UMKM agar produk yang mereka jual dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dapat memperkuat sisi khas dari produk tersebut. Tentunya itu akan berdampak pada penjualan produk yang tidak hanya sekedar oleh-oleh Ketika datang ke suatu daerah namun produk dapat menjangkau seluruh pasar baik pasar offline (ketersediaan produk di swalayan) dan pasar online. UMKM dapat menaikkan kelasnya selain dari izin edar produk.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklhasar) Swakarya Bersama yang memiliki produk keripik tortilla yang bernama Binar-PPU Tortilla Seaweed. Kegiatan ini dimulai dari tahap persiapan dengan melakukan koordinasi dengan penanggungjawab Poklhasar. Survey dan koordinasi dengan ketua Poklhasar dilakukan dengan tujuan merumuskan masalah yang sedang dihadapi oleh Poklhasar Swakarya Bersama tentang penjualan produk keripik tortilla *seaweed* sejauh ini. Setelah diskusi dan melakukan kesepakatan dengan mitra (Poklhasar Swakarya Bersama), tim pelaksana mendesain kemasan dan logo baru untuk produk mitra. Dalam hal ini terdapat beberapa desain kemasan yang menjadi alternatif pilihan pada saat audiensi dengan mitra. Ketika alternatif desain telah selesai dibuat, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan pelatihan branding dan digital marketing oleh pendamping UMKM di Balikpapan. Berikut (Gambar 3) merupakan tahapan kegiatan yang dirangkum menjadi diagram alir kegiatan.



Gambar 3. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Permasalahan Mitra (Poklahsar Swakarya Bersama)

Kegiatan pertama pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan koordinasi untuk menganalisis masalah yang ada di Kelompok Pengolah dan Pemasar (Poklahsar) Swakarya Bersama. Kegiatan ini bersifat diskusi (Gambar 4). Dari permasalahan yang dihadapi yaitu semenjak pandemi Covid-19, penjualan keripik tortilla mengalami penurunan dan kelompok ini menginginkan untuk memperluas area pemasaran tetapi belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pasar dan pemanfaatan teknologi untuk pemasaran digital. Kemasan yang sebelumnya (Gambar 1) sudah menjangkau cukup tinggi penjualan hingga 50 % berdasarkan analisis yang dilakukan oleh mitra. Akan tetapi kemasan tersebut menjangkau pusat oleh-oleh saja belum sampai pada took komersil seperti swalayan.



Gambar 4. Koordinasi Penanggungjawab Poklahsar Swakarya Bersama

Untuk akun Instagram milik Binar PPU sebelumnya sudah ada (Gambar 5). Akun tersebut dibuat pada tahun 2021 pada saat melakukan kegiatan branding pertama. Mitra mengakui bahwa tidak ada ketrampilan khusus dalam mengelola Instagram dan tidak adanya pendampingan setelah pembuatan Instagram tersebut. Akun tersebut tidak diserahkan ke mitra sehingga tidak bisa dikelola. Oleh sebab itu, tim pelaksana saat ini membuat akun Instagram yang baru yang nantinya akan dikelola bersama antara mitra dan tim pelaksana. Berikut adalah akun Instagram Binar PPU yang baru (Gambar 6). Dalam akun Instagram yang baru memuat profil mitra dan link pemesanan produk yang langsung terhubung dengan kontak Poklahsar Swakarya Bersama.



Gambar 5. Akun Instagram Binar PPU sebelumnya



Gambar 6. Akun Instagram Binar PPU saat ini

3.2 Pelatihan dan Pendampingan Program Rebranding Produk

Dalam melakukan strategi pemasaran, produsen harus melakukan analisis pasar terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pasar sehingga dapat diperoleh peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi. Setelah mengetahui keinginan pasar, dilakukan pengembangan strategi pemasaran, kemudian diimplementasikan. Setelah melakukan pemasaran, dilakukan pemantauan dan evaluasi yang bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran yang telah dilakukan (Tanama, 2017). Untuk menumbuhkan dan menguatkan pemahaman seluruh anggota Poklhasr Swakarya Bersama akan *rebranding* dan pemasaran digital dilakukan pelatihan dan pendampingan. Adapun kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan dapat ditunjukkan pada Gambar 7 berikut ini.



Gambar 7. Pelatihan Pemasaran Digital Dan *Branding*

Dalam kegiatan pelatihan tersebut ditekankan mengenai pentingnya suatu UMKM mengerti tentang *branding* dan pemasaran digital. Sebab dengan melakukan *branding* dan pemasaran digital dapat menarik minat konsumen dari yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, dari tahu menjadi beli, dari membeli kemudian ikut promosi. Salah satu strategi pemasaran adalah *rebranding*. *Brand* merupakan hal yang sangat penting dari sebuah produk agar dapat bersaing di pasaran. Oleh karena itu diperlukan strategi *branding* yang tepat. *Brand* tidak hanya nama produk tetapi juga diharapkan dapat membentuk suatu ikatan emosional antara produsen dan konsumen atau diantara konsumen sehingga dapat membentuk loyalitas (Sulistio). Sedangkan *rebranding* adalah suatu usaha produsen untuk memberikan kepribadian yang baru terhadap produk dengan perubahan penampilan. Tujuan dari *rebranding* adalah mengelola reputasi di masyarakat (Nastain, 2017). Tim pengabdian kepada masyarakat telah melakukan beberapa desain kemasan untuk didiskusikan oleh Poklhasr Swakarya Bersama. Adapun alternatif kemasan yang dipilih oleh anggota Poklhasr Swakarya Bersama dapat ditunjukkan pada Gambar 8 berikut.



Gambar 8. Kemasan yang Ditawarkan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat

Dari keempat kemasan tersebut, narasumber memberikan masukan mengenai hal yang harus ada dalam kemasan. Poklhasr Swakarya Bersama sebagai mitra memberikan pendapat mengenai kemasan yang mereka inginkan, seperti warna dasar, gambar, bentuk tulisan, dll. Kemasan yang dipilih tidak hanya satu tetapi beberapa kemasan yang kemudian dijadikan landasan untuk memperbaiki kemasan yang telah dibuat. Poklhasr Swakarya Bersama memilih kemasan (c) sebagai warna dasar karena terkesan lebih elegan tetapi menginginkan gambar kentang diganti dengan gambar produk mereka. Selain itu, merekamenginginkan terdapat pilihan rasa seperti pada kemasan (a), dan gambar animasi keripik tortilla pada kemasan (b) agar tidak terkesan kaku. Sehingga tim pelaksana mengkaji ulang desain berdasarkan masukan dari anggota Poklhasr Swakarya Bersama.

Selain kemasan, rebranding juga telah dilakukan pada logo Binar PPU. Mitra menginginkan dasar warna logo yang sama yaitu merah, tetap menggunakan singkatan BR namun perlu ditambahkan tanduk rusa yang secara filosofis adalah merupakan ikon dari Kabupaten Penajam Paser Utara. Sehingga logo baru yang disepakati bersama mitra dapat ditunjukkan pada Gambar 9 berikut ini.



Gambar 9. Logo baru Binar PPU

Adapun kemasan yang disetujui dengan melakukan audiensi kedua ditunjukkan pada Gambar 10. Kemasan ini telah disetujui oleh anggota Poklhasr Swakarya Bersama. Isi kemasan sudah disertai dengan logo baru, informasi mengenai produk (berat, komposisi, rasa dan deskripsi produk), ijin edar produk dsb. Berdasarkan dari kelengkapan informasi yang tertera pada kemasan, produk tersebut sudah sangat jelas dan diharapkan mampu diterima oleh pasar yang lebih luas.



Gambar 10. Kemasan Baru Keripik Tortilla Seaweed Binar PPU

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa anggota Poklahsar Swakarya Bersama sudah cukup memahami pentingnya branding dan pemasaran digital. Logo dan kemasan yang baru adalah merupakan program rebranding yang dilakukan oleh tim pelaksana dalam meningkatkan daya jual produk dan minat konsumen. Dengan adanya rebranding logo dan kemasan serta pembuatan akun Instagram yang baru dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Pendampingan pengelolaan social media Binar PPU akan terus berlanjut hingga anggota Poklahsar Swakarya Bersama mampu secara mandiri melakukan pemasaran dengan Instagram.

REFERENCES

- Anug. (2017, April 25). *Martim News*. Dipetik September 1, 2023, dari <http://maritimnews.com/2017/04/hasil-budidaya-rumput-laut-terus-melonjak-hingga-tembus-pa-sar-ekspor/>
- Desy, A. (2017). *Pembuatan Produk Tortilla Chips Rumput Laut (Eucheuma cottonii) dan Ikan Kembung (Rastrelliger sp.)*. Departemen Teknologi Hasil Perikanan IPB.
- Nastain, M. (2017). Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk). *Channel*, 14 - 26.
- S.d.M., Y. (2011). Jagung sebagai Sumber Pangan Fungsional. *Iptek Tanaman Pangan*, 41 -56.
- Sulistio, B. (t.thn.). *Branding Sebagai Inti dari Produk Bisnis*.
- Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana
- Titi Rohmayanti, N. N. (2019). Karakteristik Tortilla Chips dengan Penambahan Tepung Ampas Kecap Characteristic of Tortilla Chips Added of Flour Dreg Soy Sauce. *Jurnal Agroindustri Halal*, 5(1), 113 - 121.
- Utara, B. P. (2016). *Penajam Paser Utara: BPS Kabupaten Penajam Paser Utara*. Dipetik Februari 13, 2022, dari <https://ppukab.bps.go.id/publication/download.html>