

OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI BRAND PACKAGING DAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PIA SINAR BALI

Ricky Aurelius N. Diaz¹, I Gede Harsemadi², Ni Wayan Sri Arini³, Erma Sulistyorini⁴, Ni Luh Nym Mirah Wedasari⁵

^{1,3}Program Studi Sistem Komputer ITB STIKOM Bali ;^{2,5} Program Studi Sistem Informasi ITB STIKOM Bali; ⁴ Program Studi Manajemen Informatika ITB STIKOM Bali
Email:ricky@stikom-bali.ac.id
Email:harsemadi@stikom-bali.ac.id
Email:sri_arini@stikom-bali.ac.id
Email:erma@stikom-bali.ac.id
Email:weda@stikom-bali.ac.id

ABSTRACT

Baturiti is a part of Tabanan Regency whose position is very strategic because it has a growing tourism object and agro-tourism. The development of this tour also supports other business fields such as souvenirs and Balinese specialties, where one of them is a light dish with a variety of tasty choices. Since its establishment until now the marketing reach of Pia Sinar products is still focused in the area of Bali, due to the limited resources of both human and other resources as a support in the marketing process of its products. The marketing model is done only through information from previous buyers to other communities and uses a conventional model that is direct sales at sales outlets in the baturiti. Currently, product packaging is also very simple, using clear mica plastic so that it does not seem to be of quality or exclusive and is vulnerable to product damage at the time of shipment, whereas if it is marketed online it is used as souvenirs typical of Bali not yet considered representative in the packaging. From the conditions found in the partners, the problems that were helped to solve were financial management training aimed at helping to tidy up the recording of outlet and store sales transactions, assisting in making label re-design and packaging design so that it could be used as a light packaging brand, making an application or an online information system e-commerce that will be used as a medium for online promotion and sales, and post cashier application to facilitate sales transactions in stores, as well as equipment assistance to improve the production process.

Keywords: *packaging, e-commerce, marketing*

ABSTRAK

Baturiti adalah sebuah kecataman di Kabupaten Tabanan yang kedudukannya sangat strategis karena memiliki objek wisata dan ekonomi agrowisatanya yang semakin berkembang. Perkembangan wisata ini juga mendukung bidang usaha lain seperti oleh-oleh dan makanan khas bali, dimana salah satunya adalah pia sinar dengan berbagai pilihan rasa. Sejak berdiri sampai saat ini jangkauan pemasaran produk pia sinar masih berfokus di area bali saja, dikarenakan terbatasnya sumber daya baik manusia dan sumber daya lain sebagai pendukung dalam proses pemasaran produknya. Model pemasaran dilakukan hanya melalui informasi dari pembeli sebelumnya kepada masyarakat lain, dan menggunakan model konvensional yaitu penjualan langsung di outlet penjualan di baturiti. Saat ini, pengemasan produk juga masih sangat sederhana yaitu menggunakan plastik mika bening sehingga terkesan tidak berkualitas atau eksklusif serta rentan terhadap kerusakan produk pada saat pengiriman, sedangkan jika dipasarkan online digunakan sebagai oleh-oleh khas Bali belum dianggap representatif dalam kemasan. Dari kondisi yang ditemukan di mitra, permasalahan yang dibantu pemecahannya adalah pelatihan manajemen keuangan bertujuan untuk membantu merapikan pencatatan transaksi penjualan outlet dan toko, pendampingan pembuatan re-desain label dan desain pengemasan agar dapat digunakan sebagai brand packaging pia sinar, pembuatan aplikasi atau sistem informasi online e-commerce yang akan digunakan sebagai media promosi dan penjualan online, dan aplikasi post kasir untuk mempermudah transaksi penjualan di toko, serta bantuan peralatan untuk meningkatkan proses produksi.

Kata kunci: *pengemasan, e-commerce, pemasaran*

PENDAHULUAN

Kecamatan Baturiti salah satu kecamatan yang memiliki potensi bidang perkembunan dan perhutanan, pertanian serta sentra industri wisata dan kuliner. Baturiti adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Tabanan Provinsi Bali, dengan luas wilayah 99,17 km² dengan pusat kota kecamatan berjarak kurang lebih 40 km di utara Kota Tabanan dan jarak tempuh 44.6 km atau 1,15 jam dari Denpasar.

Kedudukannya sangat strategis karena merupakan satu-satunya kecamatan di Tabanan dengan objek wisata dan ekonomi agrowisatanya yang berkembang. Dengan potensi ini secara tidak langsung juga memiliki nilai tambah bagi masyarakat setempat dalam meningkatkan taraf hidup masyarakatnya seperti peluang usaha dalam berbagai bentuk salah satunya adalah oleh-oleh khas Baturiti baik souvenir maupun makanan. Di Bali sendiri oleh-oleh yang cukup terkenal dari kecamatan ini adalah pia, sejenis kue kering dengan isian didalamnya dengan berbagai pilihan rasa seperti kacang hijau, keju, coklat dan durian.

Adapun hasil analisis kondisi mitra di Baturiti sebagai produsen pia adalah sebagai berikut :

1. Produksi dilakukan berdasarkan pesanan rutin dari pelanggan tetap maupun pesanan baru dari pelanggan baru, disamping itu juga memproduksi untuk dijual secara langsung di toko
2. Jangkauan pemasaran produknya masih berfokus di area Bali saja. Teknik promosi atau pemasaran masih dilakukan secara konvensional melalui toko dan orderan customer yang datang karena mitra belum memiliki pola pemasaran menggunakan teknologi seperti melalui web atau media sosial atau bekerjasama dengan e-commerce dalam bentuk *marketplace* untuk pemasaran ataupun penjualan.
3. Dari sisi pengemasan atau *packaging* masih menggunakan plastik mika bening

yang diberi nama usaha dan logo yang masih sangat sederhana dibandingkan dengan produk sejenis dan berasal dari desa yang sama. Selain nilai jual dan *performance* produk untuk promosi cukup rendah dengan menggunakan pengemasan seperti ini berdampak juga terhadap jaminan keamanan misalnya kerusakan, gangguan fisik (benturan), gesekan atau getaran selain itu juga pencemaran seperti basah atau kotor disamping tidak adanya jaminan mutu produk, memperpendek masa atau usia penyimpanan produk, kesulitan dalam penyimpanan, kesulitan membawa produk kemanapun dan kesulitan dalam proses pengiriman.

4. Permasalahan lain pada point tiga (3) tersebut diperkuat dengan desain logo yang digunakan sebagai identitas/merek perusahaan masih terkesan statis atau kaku tidak dinamis seperti warna, desain, huruf dan bentuk sehingga tidak fleksibel jika digunakan dalam media promosi atau dalam *tools* promosi
5. Potensi yang dimiliki oleh mitra ini cukup besar melihat varian rasa produknya cukup banyak seperti kacang hijau, keju, coklat dan durian dan peluangnya juga cukup bagus dengan pengemasan yang baik dan eksklusif sehingga dapat dijadikan oleh-oleh khas bagi wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang digunakan adalah metode SLA (*Sustainable Livelihoods Approach*). SLA pada dasarnya merupakan upaya pelibatan masyarakat untuk belajar dan beraktivitas secara berkelanjutan dengan cara unik mereka menjalani hidup dalam rangka meningkatkan kualitas hidup mereka (Gunatama, 2017: 532). Pemberdayaan masyarakat melalui metode SLA diawali dengan tahap penyadaran (*awareness*), tahap kedua adalah pengkapasitasan dan

pendampingan (*scaffolding*), dan tahapan terakhir adalah pelebagaan (*institutionalization*).

Berdasarkan pada teknik tersebut, maka prosedur pelaksanaan kegiatan ini dimulai dari sosialisasi, kemudian pelatihan

dan pendampingan, dilanjutkan dengan peningkatan produksi dan pemasaran, terakhir evaluasi kegiatan. Prosedur kerja kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini ditunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 1. Prosedur kerja Program Kemitraan Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya serta hasil berdiskusi dengan UKM diperlukan beberapa peralatan untuk menunjang proses produksi UKM agar lebih meningkat. Pada bulan Agustus 2019 dilakukan penyerahan peralatan penunjang produksi UKM secara bertahap. Adapun bantuan berupa alat yang diberikan kepada UKM adalah Mixer Dougt Besar yang digunakan untuk menunjang produksi mitra serta tablet dan *printer thermal* yang dapat digunakan untuk menunjang proses pencatatan

transaksi penjualan di outlet dan toko.



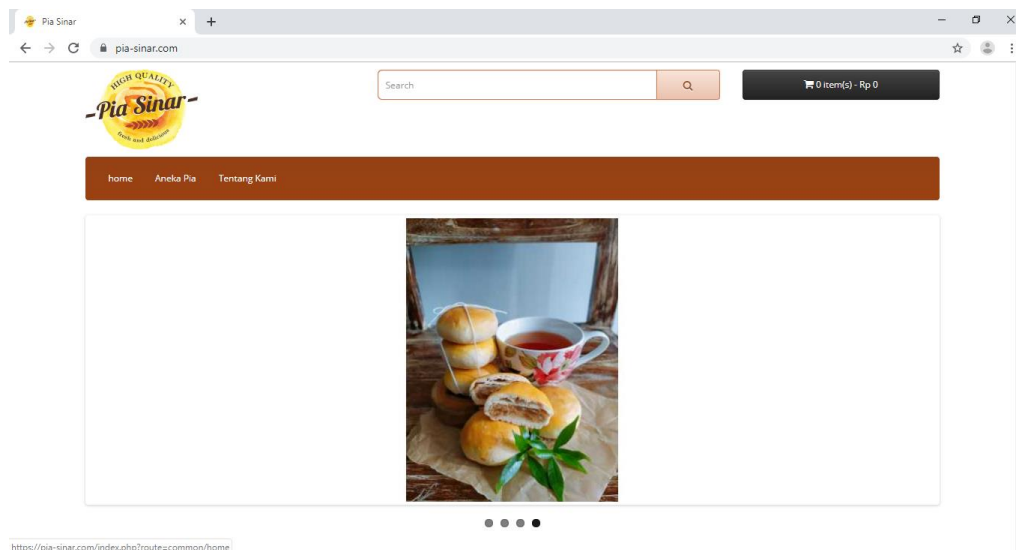
Gambar 2. Penyerahan alat bantuan produksi

Dalam upaya memasarkan produk, diperlukan komunikasi pemasaran yang baik. Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. (Hendayanti, 2019 : 97).

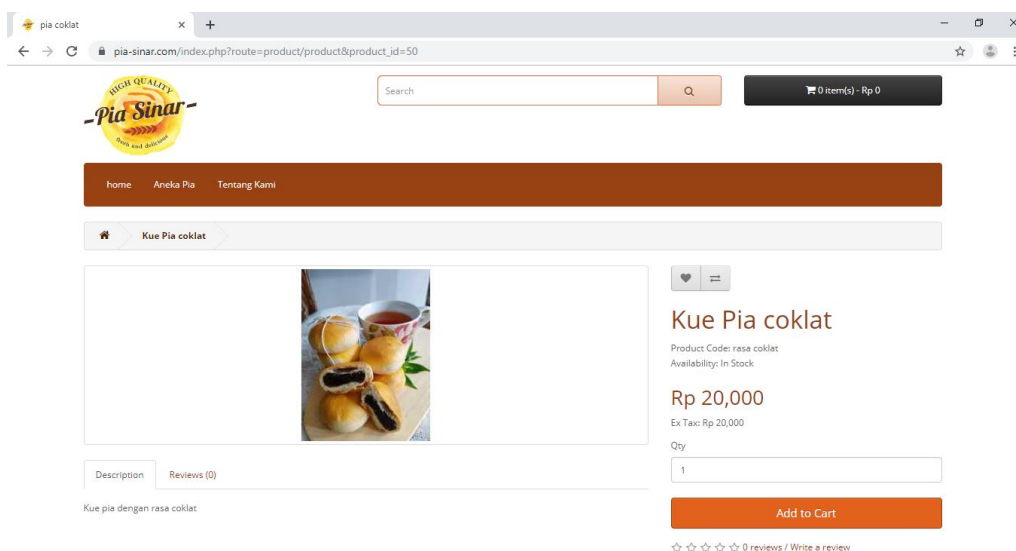
Dalam kegiatan ini, teknik komunikasi pemasaran yang diarahkan kepada UKM adalah bentuk optimalisasi pemasaran melalui e-commerce dan *brand packaging* yang dapat memberikan kesan tersendiri kepada pelanggan.

Dengan meningkatnya penggunaan internet saat ini, kegiatan promosi dapat mengikuti *trend* yang berkembang dengan memanfaatkan website *e-commerce* sebagai media promosi online. (Suwirmayanti, 2019 : 62). Untuk optimalisasi pemasaran, UKM

dibantu dengan pembangunan sistem berbasis E-Commerce yang diharapkan agar produk hasil produksi UKM ini dapat dijangkau oleh masyarakat luas tidak hanya yang berada di pulau Bali namun juga yang berada dari luar daerah Bali. Berikut ini adalah beberapa tampilan dari E-Commerce untuk Pia Sinar, yang didaftarkan pada *domain* www.pia-sinar.com.



Gambar 3. Halaman e-commerce Pia Sinar



Gambar 4. Halaman pembelian produk melalui e-commerce

Pengemasan yang baik sangat penting untuk penjualan produk makanan dan minuman karena itu desain kemasan dapat berpengaruh terhadap

minat beli masyarakat (Kartika, 2018: 88). Untuk itu, upaya optimalisasi pemasaran berikutnya adalah UKM dibantu dengan desain kemasan produk serta atribut lain yang dapat menjadi sarana promosi bagi UKM. Berikut ini adalah beberapa bentuk desain kemasan yang diberikan kepada UKM:

Kemasan *sachet* dapat digunakan untuk bentuk pembelian *take away* dengan jumlah satuan yang biasanya untuk langsung disantap. Desain *sachet* menggunakan kertas sehingga akan lebih mudah terurai saat telah selesai digunakan. Berikut adalah bentuk desain kemasan bentuk sachet yang dapat digunakan oleh mitra:

1. Desain kemasan sachet



Gambar 5. Desain kemasan sachet

2. Desain kemasan kantong

Kemasan kantong dapat digunakan untuk jumlah pembelian lebih dari satu, sehingga memungkinkan untuk lebih mudah dibawa oleh customer sambil menikmati pia sinar yang

dibelinya. Berikut ini adalah desain kemasan bentuk kantong yang disarankan bagi pia sinar untuk digunakan:



Gambar 6. Desain kemasan kantong

3. Desain tas belanja

Tas belanja dapat digunakan untuk jumlah pembelian yang besar, sehingga semua produk yang dibeli dari *outlet* dapat dimasukkan dalam tas belanja yang ada. Bentuk tas belanja berbentuk kotak dari bahan kertas, dan desain

tote bag yang terbuat dari bahan dasar kain. Berikut adalah bentuk desain tas belanja pada *pia sinar*.



Gambar 7. Desain tas belanja

SIMPULAN

Dari pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Mitra sangat merasa terbantu dengan peralatan produksi dan penunjang yang diberikan.
2. Mitra sangat antusias dan memahami dengan baik materi pelatihan yang diperolehnya.
3. Mitra memahami pentingnya pemasaran dalam bentuk penggunaan kemasan yang baik dan ramah lingkungan.

DAFTAR RUJUKAN

Gede Gunatama, Dewa Gede Hendra Divayana, I Putu Gd Parma, Ni Wayan Sukerti, . 2017. "IBDM Geowisata Bali Aga Di Desa Trunyan Kecamatan Kintamani-Bali." 529-37.

Putu, Ni, Nanik Hendayanti, Kadek Dwi, Pradnyani Novianti, and Gde Yoga Hary. 2019. "Pelatihan Pemasaran Dengan Menggunakan Media Sosial Pada Usaha Penjahit Kebaya Devi Di Kerambitan." 1(3):96-101.

Luh Gede Surya Kartika, I Made Adi Surya Antara, Komang Rinantha. 2018. "Penyuluhan Pengemasan Dan Pemberian Label Kemasan Pada Usaha Minuman Tradisional Di Mangupura Kabupaten Badung." Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer I(1):86-90.

Ni Luh Gede Pivin Suwirmayanti, I. Komang Agus Ady Aryanto, A. Gede Arista Mudita. 2019. "Pengembangan Dan Penerapan Web Media Promosi Pada Usaha Ternak Itik Di Banjar Antugan Desa Nyitdah Tabanan." 1(2):59-64