

## **Rebranding Kemasan Kopi Pada Usaha Penggilingan Kopi Panca Perkasa Klungkung**

**<sup>1</sup>I Wayan Karang Utama, <sup>2</sup>Joko Santoso, <sup>3</sup>Agus Purwanto, <sup>4</sup>Amalia Putri  
Khomariyah, <sup>5</sup>Made Dharma Ekayasa**

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali <sup>1,2,3,4,5</sup>

\*Email: [karang\\_utama@stikom-bali.ac.id](mailto:karang_utama@stikom-bali.ac.id)

---

### **ABSTRAK**

Usaha penyangrai dan penggilingan kopi Panca Perkasa dengan produknya Kopi Bali H. Fachrudin pada mulanya dirintis dari tahun 1968. Usaha penggilingan kopi ini telah cukup lama vakum. Usaha penyangrai dan penggilingan Kopi Panca Perkasa untuk kembali memasuki pasar yang sudah lama ditinggalkan, perusahaan memiliki beberapa permasalahan yang menjadi kendala utama saat ini antara lain: masalah tentang kemasan, pemasaran dan pembukuan. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu usaha Usaha penyangrai dan penggilingan Kopi Panca Perkasa untuk *rebranding* merek melalui mendesain ulang kemasan lebih menarik sesuai target pasar. Pengabdian Masyarakat dilakuakn dengan memberikan pelatihan pemasaran memanfaatkan teknologi informasi dan pelatihan pembukuan sederhana dengan program aplikasi pembukuan sederhana. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini melibatkan anggota dosen dan mahasiswa untuk memberikan pelatihan dan pendampingan. Hasil pengabdian berupa pemasaran produk kopi dengan kemasan baru yang telah dipasarkan oleh mitra melalui jaringan media sosial, dengan memanfaatkan program aplikasi sederhana untuk pencatatan keuangan dan stok barang serta adanya *website* untuk *pengenalan* usaha secara online. Luaran yang dicapai adanya peningkatan penjualan dari sebelum diadakan pengabdian masyarakat rata-rata penjualan bulanan selama dari 3 juta rupiah menjadi 7 juta rupiah

**Kata kunci** : Kopi H. Fachrudin, Penyangrai Kopi, Panca Perkasa

*Panca Perkasa's coffee roasting and grinding business with Bali Coffee Products H. Fachrudin was originally initiated in 1968. This coffee milling business has been in hiatus for quite a long time. The Panca Perkasa Coffee roaster and mill business to re-enter the long abandoned market, the company has several problems that are the main obstacles at this time, including: problems regarding packaging, marketing and bookkeeping. This community service aims to help the roasting and grinding business of Panca Perkasa Coffee for brand rebranding through redesigning more attractive packaging according to the target market. Community Service is carried out by providing marketing training on the benefits of information technology and simple bookkeeping training with a simple bookkeeping application program. This community service method involves lecturers and students to provide training and mentoring. The results of the service are in the form of marketing coffee products with new packaging that have been marketed by partners through social media networks, by utilizing a simple program for financial and inventory recording and the existence of a website for online business introduction. The output achieved is an increase in sales from before community service, the average monthly sales from 3 million rupiah to 7 million rupiah*

**Key words**: H. Fachrudin Coffee, coffee roaster, Panca Perkasa

## PENDAHULUAN

Usaha penggilingan kopi Panca Perkasa mulai dirintis sebagai usaha industri rumah tangga oleh H. Fachrudin Ali Husein dari tahun 1968. Pada mulanya teknologi yang digunakan untuk proses penyangrai dengan peralatan yang sangat sederhana menggunakan penggilingan kopi diatas tungku bakar. Dalam perkembangan selanjutnya sepeninggal Bapak H. Fachrudin usaha ini sempat vakum karena tidak ada yang melanjutkan.

Usaha yang sudah lama vakum dikelola lagi dimulai dengan mencari pasokan kopi dengan kualitas bagus dan menjalin kembali relasi lama dari pemasok kopi Panca Perkasa sebelumnya, setelah mendapat pemasok dilanjutkan dengan menyiapkan tempat penjemuran kopi dan memperbaiki tempat penggilingan kopi sehingga menjadi lebih layak secara produksi dan higienitasnya. Peningkatan kualitas produk dilakukan dengan mempelajari dan mencari informasi tentang mesin penyangrai yang kualitas baik tetapi dengan harga yang kompetitif mengingat alat penyangrai kopi dengan kualitas bagus pada umumnya adalah buatan eropa yang harganya sangat mahal, membeli dan menginstalasi mesin penyangrai dan penggilingan kopi baru.(Putra, 2018)

Tabel 1. Analisis Situasi

| No | Bidang    | Permasalahan  | Solusi   |
|----|-----------|---|--|
| 1  | Pemasaran | 1. Kemasan yang kurang menarik<br>2. Pemasaran masih sebatas relasi tradisional | 1. Membuat kemasan baru<br>2. Pemasaran lewat media sosial |
| 2  | Manajemen | mitra belum melakukan pencatatan keuangan secara                                | 3. Membuat sistem Pencatatan                               |

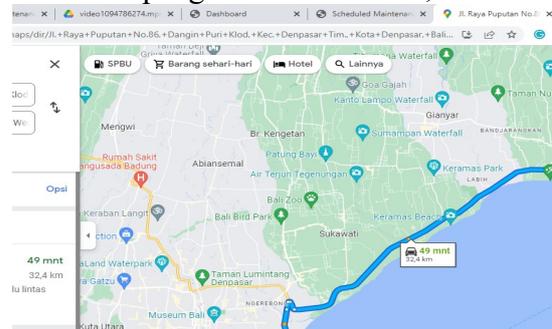
|  |  |                     |              |
|--|--|---------------------|--------------|
|  |  | rutin dan konsisten | an sederhana |
|--|--|---------------------|--------------|

## RUMUSAN MASALAH

Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah masalah pemasaran dan manajemen usaha. Pemasaran mempunyai kendala dalam kemasan produk yang kurang menarik karena masih menggunakan model kemasan lama untuk target pasar di pasar tradisional. Pemasaran masih lebih mengandalkan pertemanan dan relasi tradisional yang sudah terjalin lama. Pemasaran belum mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan web. Saat ini mitra belum melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan konsisten, sehingga sulit untuk mengetahui pendapatan, laba rugi yang diperoleh setiap bulannya. Kendala pencatatan penjualan dengan berbagai metode seperti tunai, kredit dan konsinyasi, juga untuk pencatatan biaya-biaya. Mitra juga belum mempunyai *website* usaha untuk memperkuat *branding* pemasaran secara *online*.

## METODE

Pengabdian masyarakat dilakukan pada IRT Penggilingan Kopi Panca Perkasa yang berlokasi di Jl. Werkudara Gg 1A No. 3 Semarang Kelod Kangin, Klungkung. Jarak dari ITB STIKOM Bali Ke lokasi pengabdian sekitar 33,4 Km.



Gambar 1. Peta lokasi pengabdian

## METODE

Metode yang digunakan adalah pendidikan masyarakat. Solusi yang ditawarkan berdasarkan permasalahan

prioritas yang harus ditangani, untuk kerjasama mitra adalah a). Permasalahan dalam bidang pengelolaan Pemasaran dengan membuka pasar melalui media sosial (Darmawati, 2020). b) *Rebranding* dengan mendesain kemasan dan logo baru yang lebih elegan dan mewah untuk menyasar konsumen *middle-up*. (Maulani, Fetrianggi and Prana, 2021). Peningkatan manajemen pemasaran *online* mitra akan diberikan pengetahuan dan ketrampilan untuk memanfaatkan Instagram bisnis untuk optimasi dan perluasan pemasaran serta menjual produk melalui *market place* seperti shoope, Tokopedia, facebook dan pembuatan landing page usaha dengan membuat website (Purnavita, Sriyana and Widiastuti, 2018). c). Permasalahan dalam bidang Manajemen usaha mitra akan diberikan pelatihan mengenai pencatatan transaksi order dan keuangan, diharapkan setelah mengikuti pelatihan ini mitra dapat melakukan pencatatan keuangan dengan mandiri dan dapat mengetahui arus kas yang terjadi setiap periode. (Warjiyono *et al.*, 2020). Pencatatan penjualannya untuk setiap metode *tunai*, kredit maupun konsinyasi, juga untuk mencatatkan persediaan bahan baku dan biaya-biaya dengan membuat program aplikasi pencatatan penjualan sederhana. (Septiana Ayu, 2015).

## PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dengan mitra adalah :

- a) Perancangan kemasan baru untuk meningkatkan minat pembeli bahwa produk yang dijual adalah produk kopi dengan kualitas premium yang digambarkan sebagai berikut :

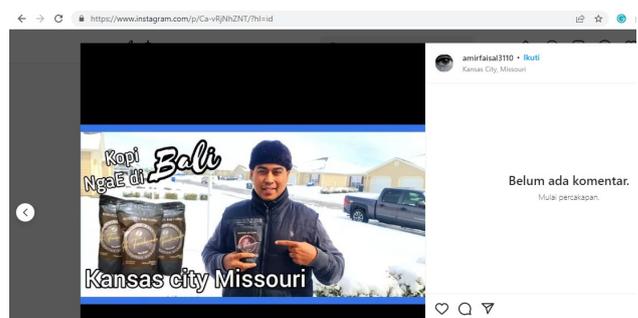


Gambar 2. Perubahan Desain Kemasan

- b) Membantu mitra memasarkan produk lewat media sosial dengan cara memberi pemahaman bahwa potensi pasar yang sangat besar apabila dipasarkan lewat media sosial dan membantu membuat desain untuk diunggah di media sosial



Gambar 3. Tampilan di facebook



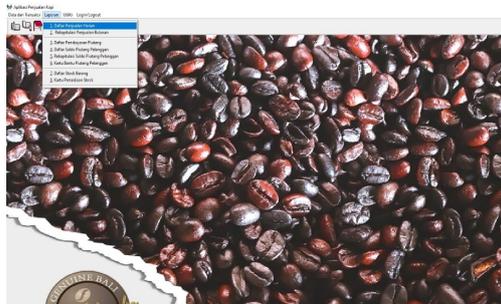
Gambar 4. Tampilan di Instagram mitra

Untuk lebih meningkatkan kepercayaan konsumen akan keseriusan mitra dalam memasarkan dan menjaga kualitas kopinya maka perlu juga dibuatkan website yang beralamat di :

<http://www.pancaperkasa.com>

- c) Untuk membantu mitra dalam mengelola usaha atas analisa

kebutuhan dan permintaan dari mitra dibuatkan sebuah aplikasi pencatatan transaksi sederhana untuk mencatat transaksi penjualan yang dilakukan oleh mitra.



Gambar 5. Tampilan program aplikasi penatatan transaksi sederhana

### LUARAN KEGIATAN

Sebagai indikator pencapaian dari pengabdian masyarakat kepada mitra dari bulan Desember 2021 saat PKM dimulai sampai akhir bulan Mei 2022 mendapat data sebagai berikut :

Tabel 1. Jumlah omset penjualan rata-rata

| Kopi bubuk H. Fachrudin    | Jumlah produk terjual rata-rata per bulan |             |
|----------------------------|---|-------------|
|                            | Sebelum PKM                               | Setelah PKM |
| Kopi kemasan 50,100,250 gr | 3-4 Juta                                  | 5-7 Juta    |

Dari data pada tabel 1, terlihat adanya peningkatan penjualan yang cukup signifikan dengan adanya pergantian kemasan dan pemasaran lewat media sosial yang dilakukan secara masif oleh mitra lewat jejaring pertemanan.

### SIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan mitra Penggilingan Kopi Panca Perkasa didapat hasil sebagai berikut :

1. Mitra mempunyai inisiatif mengganti logo kemasan yang lebih moderen untuk memperluas pasar.
2. Mitra telah mampu beradaptasi dengan sistem pemasaran dari model tradisional ke pemasaran online dengan pelatihan pemasaran lewat media sosial yang jangkauannya lebih luas sampai ke luar negeri
3. Memberikan pelatihan manajemen keuangan dengan aplikasi pencatatan transaksi sederhana untuk mengontrol arus barang dan arus kas untuk pengelolaan usaha
4. Adanya pembelajaran kepada mahasiswa dengan melibatkan langsung dalam PKM sehingga diharapkan mahasiswa dapat belajar merintis dan mengelola usaha.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Mitra dan Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali yang telah mendanai kegiatan kami, kepada mitra yang sudah memberi izin dan menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan Bakti Sosial (Pengabdian Masyarakat), serta kepada seluruh pihak yang mendukung terlaksananya kegiatan ini dengan baik dan lancar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Darmawati, E. (2020) ‘Rancangan model purwarupa kemasan kopi specialty design of prototype model of specialty coffee packaging’, 30(1), pp. 1–12.
- Maulani, A. N., Fetrianggi, R. and Prana, I. S. (2021) ‘Analisis Pengaruh Desain Kemasan dan Brand Image Kopi Good Day Pada Minat Beli Konsumen’, 1(1), pp. 1–9. Available at: <https://ejournal.upi.edu/index.php/FINDER/article/view/34054/14643>.
- Purnavita, S., Sriyana, H. Y. and Widiastuti, T. (2018) ‘Kemasan Menarik dan Internet Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual

- Emping Garut sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen', *E-Dimas*, 9(1), p. 88. doi: 10.26877/e-dimas.v9i1.2260.
- Putra, H. T. (2018) 'Berdasarkan Hasil Roasting Menggunakan Algoritma Fuzzy C - Means Skripsi Oleh : Hayuangga Tinno Putra Kusuma Jurusan Teknik Informatika'.
- Septiana Ayu (2015) 'Tinjauan model inkubator bisnis rintisan (bisnis start up) di indonesia', *Jurnal Manajemen dan Bisnis (PERFORMA)*, 12(1), pp. 76–95. Available at: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/view/3044>.
- Warjiyono, W. *et al.* (2020) 'Metode FAST & Framework PIECES : Analisis & Desain Sistem Informasi Penjualan Berbasis Website', *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 6(2), pp. 172–181. doi: 10.31294/ijse.v6i2.8988.