PENDAMPINGAN PEMASARAN DAN RE-BRANDING USAHA MADU TANI DI BLIMBINGSARI

I Kadek Dedi Susila Yasa[1], I Wayan Toni Astika Putra[2], Ni Putu Devi PradnyaWulantari[3], Ni Komang Ayunda Paramita[4], Ni Putu DyahKrismawintari[5], Putu Suarmi Sri Patni [6], Dr. Christimulia[7], I Made Darmayasa[8]

Program Studi S1 Manajemen, Universitas Dhyana Pura
Jl. Raya Padang Luwih Tegaljaya Dalung Kuta Utara, Badung, Bali, Indonesia
Email: 19110101134@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Madu Sari adalah sebuah *brand* produk dari madu hutan yang diprakarsai oleh sejak bulan November 2020. Produk yang dipasarkan adalah madu hutan murni yang dipanen dan dikemas di Desa Blimbingsari Kabupaten Jembrana, Bali. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh usaha madu sari adalah usaha Madu Sari terbentuk kelompok dimana anggotanya terdiri dari puluhan orang dalam proses panen dan pengemasan ini di lakukan di masing masing rumah para anggota Kelompok Tani Hutan (KTH), sehingga tidak ada standarisasi keseragaman proses panen, pengemasan, dan pemasaran karena bersifat pribadi. Dan proses pemasaran masih menggunakan system mulut kemulut. Karenanya, konsumen di luar desa Blimbingsari tidak dapat menjangkau dengan mudah melalui teknologi selain itu produsen juga belum dapat menjamin bahwa madu yang dikemas benar-benar higienis. Maka dari itu, tim menerapkan siklus manajemen pengetahuan *(Socialization, Externalization, Combination, Internalization)* untuk meningkatkan kualitas pengemasan dan mengembangkan usaha Madu Sari. Dalam proses wawancara kami dengan ketua Kelompok Tani Hutan yaitu bapak Madjus, tim memiliki solusi berupa pemasaran melalui digital dan stadardisasi prosedur pengemasan produk tahap demi tahap sehingga produk madu dapat dikemas dengan tetap terjaganya kandungan gizinya dan terjamin higienis. Dengan demikian, UMKM ini dapat memberikan jaminan kepada konsumen dan dapat mencapai pangsa pasar yang lebih luas dan dapat di akses dengan mudah.

Kata kunci:Produk madu, manajemen pengetahuan, proses pengemasan, higienis, SECI

1. Pendahuluan

Pulau Bali memang dikenal dengan pulau Seribu Pura, karena Pura adalah tempat suci agama Hindu dan mayoritas penduduk pulau Bali adalah beragama Hindu. Namun sisi lain dari pulau Bali ini, sejumlah tempat atau desa ada juga yang menjadi mayoritas pemeluk agama lain, seperti halnya desa Blimbingsari di kawasan Bali Barat mayoritas penduduknya beragama Kristen Protestan, tentu akan menjadi hal unik dan menarik tatkala anda berkunjung ke desa tersebut. Desa Blimbingsari berkembang sebagai desa wisata, yang sekarang ini banyak wisatawan yang berkunjung baik itu wisatawan asing maupun domestik, berbagai sarana disediakan terutama homestay atau akomodasi sebagai tempat menginap. Desa Blimbingsari sendiri merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Melaya, Kabupaten Jembrana. Jarak dari kota Denpasar sekitar 120 km sedangkan jarak dari ibu kota Jembrana yaitu Negara sekitar 24 km.

Sementara ini kawasan Bali Barat memang cukup populer dengan tujuan wisata ziarah Katolik, dengan tujuan utama Gereja Palasari da Goa Maria. Dan sekarang ini hadirnya desa wisata Blimbingsari bisa menjadi tujuan tour searah ke kawasan ini, anda bisa mengemas tour berikut berkunjung ke sejumlah objek wisata populer yang ada di kawasan kabupaten Jembrana. Lalu apa saja daya tarik dan keunikan dari desa wisata Blimbingsari ini, memang kalau berada pada deretan atau daftar objek wisata di Bali, desa ini belum begitu populer, namun demikian desa Blimbingsari sanggup memberikan

suasana dan nuansa lain saat anda liburan di pulau Dewata, desa ini menyuguhkan keindahan alam pedesaan dengan akulturasi budaya unik antara Kristen dan Hindu, alamnya yang tenang, jauh dari perkotaan dan penduduknya yang ramah membuat desa ini penuh kedamaian, apalagi bangunan-bangunan tempat suci yang ada di desa ini, sungguh menyuguhkan pemandangan yang unik dan indah.

Walaupun dominasi penduduk dari Desa Blimbingsari beragama Kristen Protestan, tetapi nuansa Bali sangat terasa kental di sini, termasuk juga dua buah bangunan gereja yang berdiri megah di Desa Blimbingsari menggunakan ornamen lokal yang mencirikan budaya Bali. Tentu hal ini tidak bisa anda temukan di kawasan lainnya selain di pulau Bali. Untuk itulah dua buah gereja yang terdapat di desa ini yaitu Gereja Pniel di banjar Blimbingsari dan Gereja Imanuel di banjar Ambyarsari menjadi tujuan wisata tour bagi para wisatawan

2. Metode

Metode yang kami lakukan dalam proses pengabdian masyarakat ini yaitu tahap pelatihan, kami datang ke Kelompok Tani Hutan Madu sari dan memberikan materi mengenaivariankemasanbotol, logo yang lebihmenarikdarisebelumnyadan pemasaran. Langkah-langkahnya yaitu penyampaian informasi, kemudian pendampingan, demontrasibeberapakemasanvarianbotolkaca. Selanjutnya tahap internalisasi pelatihan ini mulai daripemilihankemasan dan logo yang lebih menarik. Ketiga tahap eksternalisasi metodenya terjun langsung ke lapangan membantu proses pengemasan dan pemasaran. Tahap terakhir adalah tahap kombinasi dari metode sosialisasi dan eksternalisasi yang dapat dihasilkan yaitu dampaknya Program pelatihan ini mampu memberikan peningkatan keterampilan dalam membuat kemasan produk yang kompetitif dan mampu melakukan pemasaran produk terutama secara online melalui media sosial baik media Instagram, whatsApp, market place, tookpedia.

3. Hasil dan Pembahasan

Tahap Sosialisasi : Kami datang mengunjungi rumah Bapak majus selaku ketua Kelompok Tani Hutan (KTH) Madu Sari untuk mencari informasi dan juga diskusi terkait kendala yang di hadapi dan solusi yang bisa di lakukan. Kami mulai dengan mendata mengenai kelompok Tani Hutan Madu Sari ini yang beranggotakan 23 orang bagaimana pengelolaan pemanenan sarang lebah, pengolahan madu, pengemasan, dan pemasaran.

Metodenya : pengumpulan informasi, menganalisa resiko, pengambilan keputusan.

Hasil yang di peroleh sampai saat ini masih belum signifikan tetapi mulai timbul kesadaran para anggota kelompok Tani Hutan (KTH) untuk lebih konsisten mengelola usaha Madu Sari mengingat besarnya potensi yang di miliki karena Madu sangat baik untuk kesehatan. Alat yang di gunakan sebagai rumah untuk lebah hutan tinggal dan menghasilkan madu mereka sering menyebutnya dengan "kungkungan" yang berbentuk balok berisi lobang di sisi kanan dan kiri yang terbuat dari kayu dengan kualitas yang bagus supaya tidak mudah rusak. Kungkungan di pasang menyebar di seluruh hutan dan juga di kebun milik warga setempat. Untuk proses pemanenan mereka biasanya 2 kali dalam satu tahun yaitu pada bulan Mei dan November dan menghasilkan hingga 50 botol kemasan 625 ml. tetapi banyak faktor yang mempengaruhi banyaknya madu yang di peroleh seperti cuaca karena akan berpengaruh pada ketersediaan bunga di hutan. Selanjutnya untuk proses pengolahan masih bersifat probadi dimana tidak adanya standarisasi dalam proses pengolahan dan pengemasan. Proses pemasaran madu menurut informasi yang kami peroleh madu sari sudah cukup terkenal hingga luar pulau tetapi mereka harus datang langsung ke Desa Blimbingsari untuk mendapatkan madu dan kami rasa itu kurang efektif karena sulit untuk di jangkau

Tahap internalisasi: pada pelatihan ini dimulai dari pembuatan kemasan, desain logo yang lebih menarik, dan pemasaran secara digital melalui social media intagram dan e-commerce Tokopedia yang nantinya akan lebih menarik konsumen dan dapat dengan mudah di jangkau dari berbagai kota.

Tahap kombinasi : Dari metode Sosialisasi dan eksternalisasi yang dapat dihasilkan yaitu Dampaknya Program pelatihan ini mampu memberikan peningkatan

keterampilan dalam membuat logo dan *packaging* produk yang kompetitif dan mampu melakukan pemasaran produk terutama secara *online* melalui ecommerce atau media sosial baik media Instagram, whatsApp, dan lain-lain.

Gambar 1. Kegiatan pendampingan ide packaging madu sari

4. Simpulan

Dari hasil kami dapat simpulkan bahwa selama proses pendampingan di usaha madu sari ini kami telah meberikan cara yang lebih mudah dalam memasarkan produk melalui toko online (Instagram) dan martketplace (TokoPedia). Serta selama pendampingan ini anggota telah menyetujui bahwa sebelumnya kemasan madu ada 1 macam isi 650 ml, dan saat ini di ubah menjadi 2 kemasan yang isinya 650 ml dan 300 ml. perubahan kemasan ini menjadi stok madu yang di pasarkan akan lebih banyak untuk didapatkan. Karena sebelumnya dengan kemasan 650 ml itu menjadi kendala dalam memasarkannya. Dan kami juga telah melakukan kegiatan sosialisasi agar media online bisa digunakan dlam memasarkan produk madu sari ini.