

## Penerapan Digital Marketing dan Branding untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Kube Tampi Mas

Lipantri Mashur Gultom<sup>1</sup>, Desi Amirullah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, Politeknik Negeri Bengkalis, [lipantri@polbeng.ac.id](mailto:lipantri@polbeng.ac.id), [andes@polbeng.ac.id](mailto:andes@polbeng.ac.id)

### Abstrak

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan program pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan melalui pendekatan pengembangan usaha bersama antarwarga dalam suatu kelompok yang diinisiasi oleh Pemerintah Indonesia. Pada awal bulan Maret tahun 2020, banyak Warung Kopi yang tutup karena pembatasan aktifitas diluar rumah oleh Pemerintah untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19, atas dasar hal tersebut pada bulan Juli tahun 2020, beberapa Masyarakat Desa Penampi Kec. Bengkalis, Provinsi Riau membuat inisiatif untuk membangun KUBE dengan nama Tampi Mas yang bergerak dalam usaha produksi dan Penjualan Biji Kopi dan Bubuk Kopi. Saat ini (tahun 2023) KUBE Tampi Mas sudah memiliki aset teknologi Produksi Utama berupa satu buah mesin roasting modern dengan kapasitas 10 kg dalam satu kali proses roasting, 3 buah mesin penggilingan Kopi, serta sudah memiliki mitra yang menyediakan bahan baku berupa kopi mentah dengan kapasitas 1 Ton setiap bulannya, selain itu sudah memiliki 70 mitra lokal yaitu warung/ kedai harian lokal daerah kecamatan Bengkalis yang membantu menjual produknya langsung kepada konsumen. Pada saat Diskusi antara Anggota KUBE Tampi Mas dengan Tim Pengabdian Masyarakat dari Politeknik Negeri Bengkalis, KUBE Tampi Mas, dalam menjalankan usahanya memiliki beberapa permasalahan, diantaranya yaitu : 1. Belum ada akun media sosial dan website terkait dengan pemasaran dan branding usaha KUBE Tampi Mas, 2. Produk Bubuk Kopi, dan Biji Kopi KUBE Tampi Mas khususnya produk *Single Origin* belum familiar di masyarakat Bengkalis, 3. Banyak kompetitor produk bubuk kopi dari luar Bengkalis yang dijual pada warung mitra penjualan KUBE Tampi Mas. Dari Permasalahan tersebut, disepakati beberapa solusi untuk mengatasi masalah tersebut, yaitu : 1. Pembuatan Konten Digital Marketing dan Branding (Video Profile, Foto Produk, dan Copywriting), 2. Pembuatan akun Media Sosial untuk marketing, 3. Pembuatan dan Penerapan Website untuk Branding.

**Kata Kunci:** KUBE, Kopi, Marketing, Branding

### Abstract

*Kelompok Usaha Bersama (KUBE) is a community economic empowerment program carried out through a joint business development approach between residents in a group initiated by the Indonesian Government. At the beginning of March 2020, many coffee shops closed due to restrictions on activities outside the home by the government to break the chain of spread of Covid-19. Based on this, in July 2020, several communities in Penampi Village, Kec. Bengkalis, Riau Province made an initiative to build a KUBE with the name Tampi Mas which is engaged in the production and sales of coffee beans and coffee powder. Currently (in 2023) KUBE Tampi Mas already has Main Production technology assets in the form of a modern roasting machine with a capacity of 10 kg in one roasting process, 3 coffee milling machines, and already has partners who provide raw materials in the form of raw coffee with capacity 1 ton every month, apart from that, it already has 70 local partners, namely local daily stalls/taverns in the Bengkalis sub-district area who help sell its products directly to consumers. During the discussion between KUBE Tampi Mas members and the Community Service Team from the Bengkalis State Polytechnic, KUBE Tampi Mas, in running its business had several problems, including: 1. There are no social media accounts and websites related to marketing and branding of the KUBE Tampi Mas business, 2 KUBE Tampi Mas Coffee Powder and Coffee Bean products, especially Single Origin products, are not yet familiar to the people of Bengkalis, 3. Many competitors for coffee powder products from outside Bengkalis are sold at KUBE Tampi Mas sales partner stalls. From this problem, several solutions were agreed to overcome this problem, namely: 1. Creating Digital*

*Marketing and Branding Content (Video Profile, Product Photos, and Copywriting), 2. Creating Social Media accounts for marketing, 3. Creating and Implementing a Website for Branding.*

**Keywords:** KUBE, Kopi, Marketing, Branding

---

## 1. Pendahuluan

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah program pemberdayaan ekonomi masyarakat yang dilakukan melalui pendekatan pengembangan usaha bersama antarwarga dalam suatu kelompok [1]. Program KUBE bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan keterampilan dan kemampuan berusaha, serta memberikan akses terhadap sumber daya dan modal usaha.

Sejak bulan Maret tahun 2020, Indonesia dilanda pandemi Covid-19 yang sangat berdampak terhadap berbagai sektor ekonomi, seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Industri Kecil Menengah (IKM) dan juga KUBE yang merupakan salah satu bagian dari UMKM dan IKM, sehingga banyak usaha yang gulung tikar karena perekonomian yang lumpuh disebabkan pembatasan semua aktifitas dalam jangka waktu yang cukup lama [2][3].

Pada saat terjadi pandemi Covid-19, pada tahun 2020 muncul inisiatif Kelompok Masyarakat dari Desa Penampi Kecamatan Bengkalis untuk membangun KUBE Tampi Mas yang bergerak dalam usaha produksi dan Penjualan Bubuk Kopi dan Biji Kopi, hal ini atas dasar melihat permasalahan Kosumsi Kopi di Cafe atau Warung Kopi banyak yang tutup karena pembatasan aktifitas diluar rumah oleh Pemerintah, dan terdapat peluang Pasar untuk penikmat Kopi Rumahan yang tidak berkurang dimasa Pandemi, sehingga dengan usaha KUBE Produk Bubuk/ Biji Kopi yang sudah di masak (roasting) dapat dijual langsung kepada Konsumen untuk kebutuhan rumahan. Selain itu juga terbentuknya KUBE Kopi Bubuk ini dikarenakan pada masalah Pulau Bengkalis termasuk salah satu daerah penghasil Kopi terbaik di Riau, yang dikenal dengan Kopi Bengkalis.

Pada saat ini KUBE Tampi Mas yang resmi berdiri sejak bulan Juli tahun 2020 (Surat Keputusan Kepala Desa Penampi dengan Nomor 15/KPTS/VIII/2020, tentang pembentukan Kelompok dan Pengurus KUBE Tampi Mas Desa Penampi), sudah memiliki teknologi Produksi Utama yang sangat mumpuni, berupa satu buah mesin roasting modern dengan kapasitas 10 kg dalam satu kali proses, 3 buah mesin penggilingan Kopi yang sudah di roasting menjadi bubuk, serta sudah memiliki mitra yang menyediakan bahan baku berupa kopi mentah dengan kapasitas 1 Ton setiap bulannya. Saat ini, KUBE Tampi Mas sudah memiliki 70 mitra lokal yaitu warung/ kedai harian untuk dapat menjual produknya langsung kepada konsumen.

Dari hasil diskusi dengan Tim Pengabdian Masyarakat dari Politeknik Negeri Bengkalis, KUBE Tampi Mas dalam menjalankan usahanya memiliki beberapa permasalahan, diantaranya yaitu rendahnya pengetahuan pengelola KUBE dalam memenuhi tuntutan disrupsi digital untuk dapat melakukan Pemasaran berbasis Digital (hingga saat ini belum ada akun media sosial dan website terkait dengan usaha KUBE Tampi Mas), KUBE

yang diberi nama Tampi Mas masih belum familiar ditelinga masyarakat Bengkalis, apalagi diluar daerah. Selain itu dengan banyaknya kompetitor produk bubuk kopi dari perusahaan skala nasional dengan harga yang murah, membuat penjualan Kopi Tampi Mas yang memiliki produk Kopi Asalan dan Single Origin susah untuk mendapatkan perhatian dari calon konsumen. Dukungan dan kerjasama serta kolaborasi untuk mendorong akselerasi Pemasaran berbasis Digital adalah tugas semua pihak, terutama akademisi yang memiliki peran besar dalam menciptakan invensi dan inovasi[3].

## 2. Metode Pelaksanaan

Supaya kesepakatan solusi yang akan dilaksanakan berjalan dengan baik maka dibutuhkan suatu metode atau langkah-langkah pelaksanaan kegiatan yang terencana. Pada gambar dibawah ini menjelaskan tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

Pada tabel 1 dibawah ini dirincikan masalah, solusi, rencana kegiatan dan metode pelaksanaan yang akan dilakukan :

Tabel 1. Metode pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Masalah	Solusi	Metode Pelaksanaan	Output
1	Rendahnya penjualan Produk KUBE Tampi Mas yang memiliki produk Kopi Asalan dan <i>Single Origin</i> dan belum mendapat banyak perhatian dari calon konsumen lokal dan Nasional	Pembuatan Konten <i>Digital Marketing</i> dan <i>Branding</i> (Video Profile, Foto Produk, dan <i>Copywriting</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>Diskusi dan koordinasi pemantapan kegiatan dengan tim pengusul, dengan mitra;</li> <li>Pelaksanaan Kegiatan Pengambilan foto dan editing konten <i>digital marketing</i> dan sekaligus memberikan edukasi kepada pengelola KUBE tentang Teknik Pemasaran dan <i>Branding</i> serta <i>copywriting</i> menggunakan AI;</li> <li>Evaluasi dan Perbaikan (jika diperlukan).</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Absensi;</li> <li>Dokumentasi Kegiatan;</li> <li>Konten Digital Marketing.</li> </ul>
2		Pembuatan akun dan Penerapan Media Sosial untuk marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>Diskusi dan koordinasi pemantapan kegiatan antara tim pengusul, dengan mitra;</li> <li>Pelaksanaan Kegiatan Pembuatan Akun dan sekaligus memberikan edukasi Teknik Pemasaran menggunakan media sosial kepada pengelola KUBE Tampi;</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dokumentasi Kegiatan;</li> <li>Akun Media Sosial (Facebook, Instagram) untuk <i>marketing</i>.</li> </ul>

			3. Evaluasi dan Perbaiki (jika diperlukan).	
3		Pembuatan dan Penerapan Website untuk Branding	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diskusi dan koordinasi pemantapan kegiatan antara tim pengusul, dengan mitra;</li> <li>2. Pelaksanaan Kegiatan Pembuatan Website oleh tim pengusul;</li> <li>3. Evaluasi dan Perbaiki (jika diperlukan).</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dokumentasi Kegiatan;</li> <li>- Website KUBE Tampi Mas untuk <i>branding</i>.</li> </ul>

Indikator keberhasilan dari solusi yang sepakati tim pengabdian masyarakat dengan mitra KUBE Tampi Mas diatas yaitu sebagai berikut :

- 1) Konten Digital Marketing dan Branding : Karya Foto dan Video sebagai konten Digital untuk Pemasaran dan Branding untuk dipublikasi di Media Sosial dan website KUBE Tampi Mas.
- 2) Media Sosial : Terbentuknya Akun Media Sosial KUBE Tampi Mas dan dapat diakses oleh masyarakat sebagai media promosi (Instagram, Facebook, Whatsapp Business, youtube).
- 3) Website : Website KUBE Tampi Mas dapat diakses melalui jaringan internet sebagai sarana branding dan promosi ([www.kopitagehdue.com](http://www.kopitagehdue.com)).

### 3. Hasil dan Pembahasan

1. Pembuatan Konten dan akun Media Sosial Digital Marketing dan Branding (Video Profile, Foto Produk, dan Copywriting)

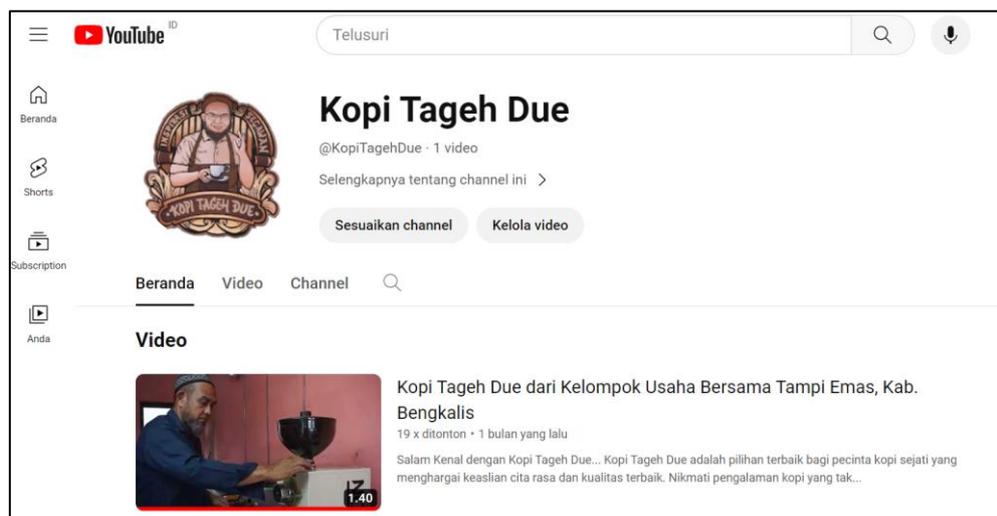
Konten Digital Marketing dan Branding meliputi Video Profile, Foto Produk, dan Copywriting serta Artikel. Dalam pembuatan konten digital, tim pengabdian menggunakan beberapa alat pendukung seperti :

- 1) Kamera Smartphone/ DSLR untuk pengambilan foto dan video.
- 2) Peralatan Lighting dan property, pengaturan pencahayaan dan property terkait dengan produk pada saat pengambilan foto dan video.



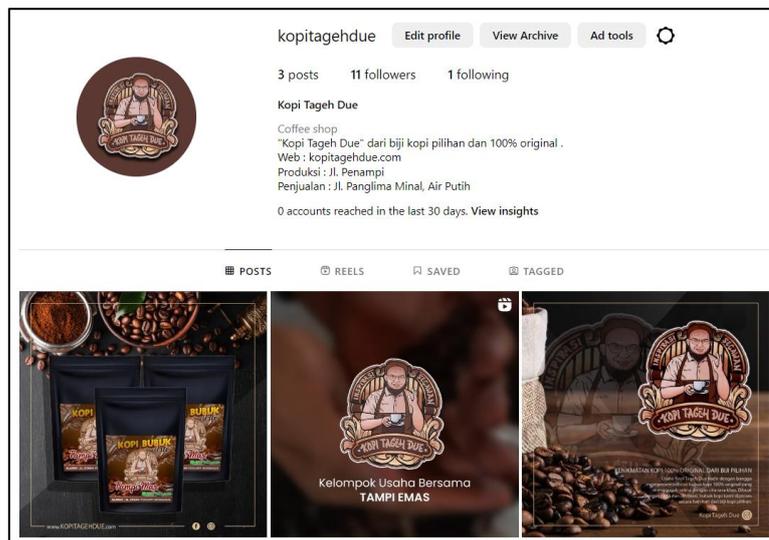
Gambar 1. Aktifitas Tim dalam Membuat Konten Marketing

- 3) Software aplikasi editing Foto dan Video yaitu Adobe Premier, Photosop, Coreldraw, Canva.



Gambar 2. Video Profile KUBE Tampi Mas (Konten Marketing)

- 4) Membuat Copywriting dan Artikel dengan menggunakan teknologi Kecerdasan Buatan, yang menggunakan salah satu model pemrosesan Bahasa alami tercanggih saat ini, yaitu ChatGPT.
- 5) Membuat Akun di Platform Media Sosial (Instagram/ Facebook)
- 6) Promosikan Konten Pemasaran menggunakan fitur iklan berbayar pada Instagram/ facebook



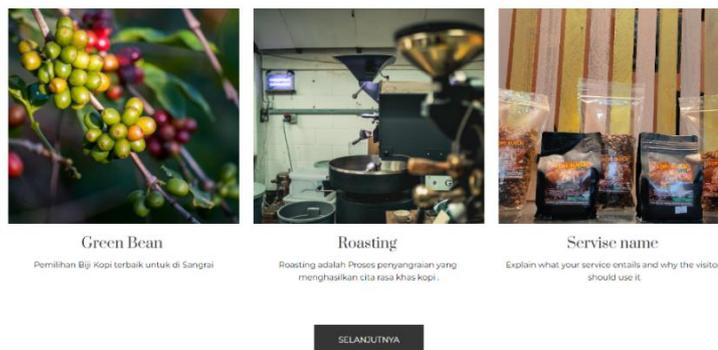
Gambar 3. Platform Media Sosial Instagram

## 2. Pembuatan dan Penerapan Website untuk Branding

Tim pengabdian membuat perancangan/ desain website branding yang, selanjutnya dalam kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan melakukan pembuatan website, pengujian dan penerapan. Adapun rancangan Website Branding yang meliputi informasi usaha, produk, mitra, dan link ke media sosial serta marketplace dalam pengabdian ini adalah sebagaimana pada gambar berikut ini.



Inspirasi Secawan Kopi



Gambar 4. Website Branding yang diterapkan pada KUBE Tampi Mas

Agenda terakhir kegiatan ini adalah serah terima hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat kepada Ketua KUBE Tampi Mas berupa Akses Pengelolaan Website Branding, Hosting, Media Sosial dan Video Profile.



Gambar 5. Serah Terima Hasil Pengabdian Masyarakat secara Simbolis Kepada KUBE Tampi Mas

#### 4. Kesimpulan

1. KUBE Tampi Mas didirikan pada Juli 2020 dengan fokus pada hilirisasi hasil pertanian Kopi dengan memanfaatkan teknologi produksi yang sudah standar, sudah memiliki mitra lokal penyedia biji Kopi mentah dan mitra penjualan bubuk kopi.
2. Beberapa tantangan KUBE Tampi Mas yaitu rendahnya pengetahuan tim dalam pemasaran berbasis digital dalam menghadapi persaingan produk serupa di pasar local maupun Nasional.
3. Dalam menghadapi tantangan era digitalisasi, Tim Pengabdian Bersama KUBE Tampi Mas melakukan pendekatan pengembangan melalui kegiatan pembuatan konten dan akun media sosial, video profile dan website branding.
4. Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat ini berupa Konten digital mencakup *video profile*, foto produk, dan *copywriting*, dan pembuatan akun media sosial yang diisi dengan konten marketing dan penerapan website branding dengan informasi usaha, produk, mitra, dan link ke media sosial.

## Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bengkalis yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik, KUBE Tampi Mas sebagai mitra.

## Daftar Pustaka

- B. Nasution, N. Rimayanti, A. Rasyid, A. Daud, and A. Mediana, “Pengembangan kompetensi digital Bengkalis UMKM community di Kabupaten Bengkalis,” vol. 3, pp. 556–563, 2021.
- [Juliana, Djakasaputra, A., Pramezwary, A., & Hutahaeen, J. (2020). Marketing Strategy in Digital Era. NEM.
- N. I. Septiana, R. Muar, and A. F. Rozi, “Analisis Masalah dan Solusi Prioritas Pengembangan UMKM,” *Jihbiz J. Ekon. Keuang. dan Perbank. syariah*, vol. 3, no. 1, pp. 1–16, 2019, doi: 10.33379/jihbiz.v3i1.785.