



Artikel ini terdapat di <http://journal.uim.ac.id/index.php/darmabakti>

## DARMABAKTI

### Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

# Pelatihan Re-Branding Produk Biopest Pada Kelompok Tani Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar

Dwi Irnawati<sup>1,\*</sup>, Reza Anggapratama<sup>1</sup>, Mula Agung Barata<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bojonegoro

<sup>2</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri Bojonegoro

Alamat e-mail: [dwiirnawati367@gmail.com](mailto:dwiirnawati367@gmail.com), [rezaangga098@gmail.com](mailto:rezaangga098@gmail.com), [mula.ab26@gmail.com](mailto:mula.ab26@gmail.com)

## Informasi Artikel

### Kata Kunci :

Rebranding  
Produk Biopest  
Batok Kelapa  
Pembasmi Hama

### Keyword :

Rebranding  
Biopest Products  
Coconut Shells  
Pesticides

## Abstrak

Kelompok tani kecamatan ponggok kabupaten blitar mempunyai usaha pembuatan Pestisida Alami yang terbuat dari Batok kelapa dan akan dipasarkan ke masyarakat luas, tetapi seluruh anggota kelompok tani tidak memiliki kemampuan untuk mem-branding dan mengemas produk pestisida alami tersebut agar menarik konsumen oleh karena itu kemasan yang diberikan saat ini hanya biasa saja tanpa merek. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk membantu kelompok tani kecamatan ponggok kabupaten blitar dalam pemberian brand dan mengemas produk pestisida alami agar menarik konsumen yang mempunyai daya jual tinggi. Metode pelaksanaan kegiatan ini melakukan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan serta yang terakhir ada evaluasi. Hasil kegiatan ini kelompok tani dapat membuat merek dan mengemas produk pestisida alami yang saat ini disebut BIOPEST lebih menarik minat konsumen. Peningkatan kemampuan kelompok tani dalam pembuatan merek dan pengemasan produk biopest yaitu 55%, yang awalnya hanya 20% saja yang mengetahui supaya produk menjadi menarik dan setelah adanya pelatihan dan pendampingan sudah meningkat menjadi 75%.

## Abstract

The farmer group of Ponggok sub-district, Blitar regency has a business of making Natural Pesticides made from coconut shells and will be marketed to the wider community, but all members of the farmer group do not have the ability to brand and package these natural pesticide products to attract consumers, therefore the packaging provided is currently just ordinary without a brand. The purpose of this activity is to assist farmer groups in Ponggok District, Blitar Regency in branding and packaging natural pesticide products to attract consumers who have high selling power. The method of implementing this activity is socialization, training, and mentoring and finally there is evaluation. As a result of this activity, farmer groups can brand and package natural pesticide products which are currently called BIOPEST more attractive to consumers. The increase in the ability of farmer groups in branding and packaging biopest products is 55%, which initially only 20% knew to make the product attractive and after training and mentoring has increased to 75%.

## 1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam pertumbuhan bisnis dan pertumbuhan ekonomi. Mengikuti Inpres No. 6 Tahun 2009 tentang pertumbuhan ekonomi kreatif. Dalam rangka mewujudkan ekonomi kreatif di Indonesia, pemerintah saat ini memiliki Badan Ekonomi Kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif di bidang pertanian, dimulai dengan penciptaan sarana produksi yang lebih ramah lingkungan dan efisien, energi terbarukan, desain produk dan desain kemasan produk, rekayasa penampilan produk dan pemanfaatan limbah pertanian, produk sampingan (Retiwiranti, 2018). Dalam suatu usaha, branding sangat penting untuk memperkenalkan identitas kita kepada masyarakat umum. Apabila suatu produk sudah siap untuk dipasarkan tetapi memiliki branding yang biasa saja yang ternyata pemilik usaha ingin memperbaharui branding produknya maka kegiatan tersebut dinamakan Rebranding. Apa yang harus direbranding yaitu sebuah merek dari suatu produk. Merek adalah suatu identitas sebuah produk yang dikonseptualisasikan sebagai persepsi konsumen (Marques et al., 2020)

Rebranding dapat dilihat sebagai salah satu titik elemen kritis dalam kesuksesan sebuah organisasi (Prihatiningtyas et al., 2021). Rebranding akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Merek memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan. Nilai produk yang dihasilkan bertambah akan mempengaruhi keputusan pembelian (Anggapratama & Irnawati, 2023).

Rebranding merupakan suatu strategi pemasaran yang bertujuan untuk memberikan sentuhan segar dan memperbaharui citra suatu merek atau produk. Ketika diterapkan dengan bijaksana, rebranding dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kesadaran

konsumen, mengatasi tantangan pasar, dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Salah satu contoh menarik dari rebranding ini terlihat dalam upaya yang dilakukan oleh kelompok tani untuk memperkenalkan kembali produk pestisida alami mereka menjadi BIOPEST. Memperkenalkan produk pada zaman sekarang melalui digital seperti sosial media (Anggapratama & Irnawati, 2023)

Siasat merek mencakup pemilihan komponen merek, menentukan aspek gambar, dan merencanakan teknik penandaan (Kotler dan Keller 2009:66). Komponen keputusan merek adalah ketidakberdayaan melihat nama merek, tenaga kerja dan produk yang mempunyai saran terhadap keputusan merek. Komponen merek lainnya adalah logo, gambar, karakter, dan merek dagang, yang juga mampu menggantikan fungsi lama dan melengkapi nama merek untuk membangun kesadaran merek dalam citra merek. Sehubungan dengan pemilihan komponen merek, ini mencakup dua bagian, khususnya gambaran merek yang tiada habisnya.

Kotler et al., (2005: 97) rebranding merek merupakan suatu keahlian dan batu utama dalam melakukan promosi. Promosi Amerika mencirikan merek sebagai nama, istilah, gambar atau rencana atau campurannya, yang diharapkan dapat memahami tenaga kerja dan produk dari satu atau sekelompok pedagang dan memisahkan mereka dari produk dan layanan pesaing. Utami (2010:251), memperluas nilai merek merupakan suatu tindakan yang dapat diandalkan dalam mengembangkan nilai merek bagi suatu organisasi.

Rancangan kemasan yakni sekian banyak hal yang harus menjadi pemikiran penting dalam tiga komponen Penempatan, Pemisahan Merek dalam suatu produk. Pelanggan dapat menghidupkan pertimbangan mereka melalui

daya tarik visual yang terdapat pada produk dengan menggunakan nada, bentuk, representasi, dan tentunya merek. Suatu kemampuan kemasan yang bertujuan untuk membungkus, membentuk gambar, mengamankan, mengantarkan, menjaga, menyimpan, membedakan dan memisahkan suatu barang yang tersedia. Karena kemasan awalnya akan menggambarkan dan menggambarkan barang yang ada di dalamnya.

Marianne Rosner (2007: 33) menyimpulkan "Rancangan kemasan adalah suatu usaha kreatif yang menghubungkan komponen bentuk, struktur, material, variasi, gambar, tipografi dan desain dengan data barang sehingga barang tersebut dapat dipamerkan. Rancangan kemasan berlaku untuk pembungkusan, pengamanan, mengangkut, menata, menyimpan, membedakan dan memisahkan suatu barang yang tersedia. Sehingga suatu merek sangat penting dalam sebuah produk (Williams, A, S. et al., 2021).

Kemasan produk biopest saat ini belum cukup baik untuk dipasarkan kepada konsumen karena masih menggunakan botol bekas dan tidak memiliki merek, untuk itu saya ingin membantu kelompok tani dalam mengemas dan membuat merek untuk produk pestisida alami (BIOPEST) agar lebih meningkatkan pangsa pasar dan produk dapat diterima di masyarakat luas.

## **2. Metode Pengabdian**

### **2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian**

Waktu pelaksanaan pengabdian masyarakat mulai bulan Desember 2022 sampai bulan Februari 2023. Tempat pelaksanaan di kecamatan Ponggok kabupaten Blitar. Mitra dalam pengabdian masyarakat ini yaitu Kelompok Tani Sejahtera. Peserta yang ikut pelatihan ini ada 17 orang.

### **2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian**

- ❖ Sosialisasi => dalam hal ini peserta dari kelompok tani sejahtera diberikan materi dan penjelasan terkait pengemasan produk dan pemberian merek agar layak diperjual belikan dikalangan Masyarakat luas.
- ❖ Pelatihan => dalam hal ini peserta dari kelompok tani sejahtera diberikan pelatihan cara membuat sticker untuk produk biopest dan cara yang baik dalam pengemasan produk.
- ❖ Pendampingan => dalam hal ini peserta dari kelompok tani sejahtera diberikan pendampingan pembuatan sticker, dan pengemasan produk setiap 1 minggu sekali.
- ❖ Evaluasi => dalam proses evaluasi peserta diberikan pretest diawal kegiatan dan posttest diakhir kegiatan. Hal tersebut untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap kegiatan tersebut dan seberapa efektif dapat memberikan manfaat untuk peserta.

### **2.3. Pengambilan Sampel**

Sampel dalam program pengabdian masyarakat ini yaitu Kelompok Tani Sejahtera di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar Jawa Timur.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

Hasil ini didasarkan pada tahapan yang dilaksanakan dalam pengabdian Masyarakat yaitu melalui Sosialisasi, Pelatihan, Pendampingan dan Evaluasi, Adapun rinciannya yaitu sebagai berikut:

Sosialisasi dilaksanakan pada hari Senin, 12 Desember 2022 di rumah Bapak Danang di Desa Ringin Anyar Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar, acara dimulai dengan pembukaan oleh pembawa acara kemudian sambutan selanjutnya penjelasan materi dan terakhir penutup.



Gambar 1. Sosialisasi materi

Pelatihan pembuatan sticker dan pengemasan dimulai tanggal 19 Desember 2022 s/d 23 Desember 2022, dengan memulai mempelajari desain sticker kemudian membeli kemasan yang baru untuk produk BIOPEST.

Pendampingan kegiatan ini dimulai tanggal 19 Desember 2022 s/d 7 Februari 2023 dimulai dari belajar membuat sticker sampai dengan mencetak kemudian membeli kemasan yang baru selanjutnya menempelkan pada kemasan produk BIOPEST.



Gambar 2. Membuat stiker dan menempelkan pada kemasan produk BIOPEST

Evaluasi kegiatan ini diawali dengan adanya pre test yang dilaksanakan pada hari senin, 12 Desember 2022 dengan mendapatkan hasil yang belum memuaskan yaitu sejumlah 41% (7 orang) yang paham terkait pembuatan sticker dan mengemas produk agar lebih menarik konsumen. Kemudian pada hari senin, 13 Februari 2023 diadakan Post test untuk melihat seberapa pemahaman peserta pelatihan terkait materi yang disampaikan dan

Alhamdulillah hasilnya memuaskan yaitu sejumlah 94% (16 orang) yang paham terkait materi pembuatan stiker dan pengemasan produk.

## PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan pemberdayaan masyarakat kelompok tani guna menciptakan Rebranding Produk BIOPEST di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar, berlangsung selama 3 bulan mulai dari Sosialisasi sampai evaluasi dan diikuti oleh 17 orang anggota kelompok tani sejahtera. Semua pihak senang dengan kegiatan ini. Bapak ibu yang hadir mengucapkan terimakasih kepada tim pendampingan. Proses pendampingan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan lancar karena semua peserta berpartisipasi aktif dalam kegiatan pendampingan.

Kegiatan pendampingan ini membantu kelompok petani di Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar, belajar mengembangkan usaha mereka melalui Rebranding Produk BIOPEST. Kelompok petani yang awalnya tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang rebranding produk, kini dapat memahaminya.

Pendampingan ini meningkatkan kejelian dan ketelitian kelompok petani dalam memasarkan produk BIOPEST. Sehingga kelompok petani dapat menggunakan mekanisme strategi pemasaran untuk mendapatkan hasil penjualan yang lebih baik. Kelompok petani mampu memahami dan menentukan kebutuhan pelanggan serta pesaing mereka.

Kelompok Tani Sejahtera merasa bahwa dengan mengikuti kegiatan ini sangat membantu mereka karena memudahkan Masyarakat luas mengenal produk BIOPEST yang saat ini sudah memiliki kemasan dan brand yang bagus.

#### 4. Simpulan dan Saran

Kegiatan pengabdian ini diberikan kepada Kelompok Tani Sejahtera di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar yang masih mengalami kendala terutama pada rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat terkait rebranding produk BIOPEST.

Kelompok petani sudah mampu membuat branding produk Biopest. Dengan kemampuan membuat sticker dan kemasan yang menarik untuk dipasarkan, kelompok petani bisa memasarkan produk Biopest lebih luas lagi. Sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan kelompok petani kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar. Selain itu, produk Biopest bisa bermanfaat bagi petani seluruh Indonesia dalam menggunakan obat anti hama alami.

#### 5. Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami sampaikan kepada Tim LPPM karena telah memberikan pendanaan untuk kegiatan ini dan kami ucapkan terimakasih pula untuk Kelompok Tani Sejahtera di Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar yang berkenan untuk bekerjasama dengan kami melaksanakan program tersebut.

#### 6. Daftar Pustaka

Daftar pustaka berisi sumber-sumber yang Anggapratama, Reza, and Dwi Irnawati. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Indomaret Cabang Raya Lettu Suyitno Bojonegoro." *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 9(2):341-50. doi: 10.37567/alwatzikhoebillah.v9i2.1811.

Anggapratama, Reza, Dwi Irnawati, and Danang Ananda Yudha. 2023. "Empowering Farmer Groups in Ponggok District , Blitar Regency in the Creative Economy Era with Digital Marketing." *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(2017):6-10.

Dea, Rehana Nirmala. 2022. Strategi Pemasaran Franchise Teh Poci Krisna Pada Masa

Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Harto, Dedy., Sulistya Rini Pratiwi., Mohamad Nur Utomo., & Meylin Rahmawati. 2018. Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM LPIP UMP*, 3(1), 39-45.

Marianju, Indah Nauli dan Susy Edwina. 2018. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Franchise O'Chicken Di Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. *Jurnal Agribisnis*.

Marques, C. Silva, R. V. Davcik, N.S. Faria, R.T. The role of brand equity in a new rebranding strategy of a private label brand, *Journal of Business Research*, Volume 117, 2020, Pages 497-507, ISSN 0148-2963

Prihatiningtyas, Suci, Mar'atul Fahimah, Novia Ayu Sekar Pertiwi, Fitri Umardiyah, and Nisrina Nur Vieda Fitri. 2021. "Rebranding Produk Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Produksi Jamu Di Desa Mojokambang Jombang." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(3):487. doi: 10.24198/kumawula.v4i3.33535.

Retiwiranti, Murni. 2018. Analisis Peran Ekonomi Kreatif Pada Masyarakat Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Melalui Budidaya Tanaman Biofarmaka Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Williams, A, S. Son, S. Walsh, P. Park, J. The Influence of Logo Change on Brand Loyalty and the Role of Attitude Toward Rebranding and Logo Evaluation. *Journal Sport Marketing Quarterly*. Vol 30 (1). 69-81.