https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Pendampingan Penguatan Branding Dan Optimalisasi Pemasaran Digital Pada UMKM Minyak VCO Sari Pala Melalui Kegiatan Proyek Desa Di Desa Sesandan

Dewa Nyoman Benni Kusyana[1], Ketut Riyastuti Sudarsana Putri[2], Ni Wayan Eka Apriyanti, Ni Putu Nia Adnya Paramitha[4], Sayu Made Risna Andani[5], I Kadek Ary Kurniawan[6,] Ni Komang Sarita Candrayani[7], Dewa Ayu Bintang Cahyani[8]

[1,2,3,4,5,6,7,8]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia

Email korespondensi: proyekdesasesandan@gmail.com

Abstrak

Proyek Desa merupakan sarana pembelajaran lapangan bagi mahasiswa untuk mengenali kondisi riil, potensi, serta tantangan pengembangan ekonomi di tingkat perdesaan. Kegiatan ini dilaksanakan di Banjar Sandan Lebah, Desa Sesandan, Kabupaten Tabanan, dengan memfokuskan pendampingan pada UMKM Minyak VCO Sari Pala milik Ibu Sayu Putu Yasani. Desa Sesandan memiliki luas wilayah sebesar 287 hektare (2,87 km²) yang terbagi dalam tujuh Banjar Dinas dengan jumlah penduduk sebanyak 2.340 jiwa. Kendala utama yang dihadapi pelaku usaha UMKM Minyak Vco Sari Pala mencakup kemasan botol yang polos tanpa label informatif, ketiadaan penanda lokasi usaha fisik, serta keterbatasan pemanfaatan saluran pemasaran berbasis digital. Metode pelaksanaan kegiatan ditempuh melalui pendekatan deskriptif partisipatif yang meliputi observasi lapangan, diskusi kebutuhan bersama pemilik usaha, perancangan identitas visual, produksi media cetak dan audio visual, hingga pendampingan tata kelola promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa perancangan stiker kemasan baru berhasil memberikan kejelasan merek serta meningkatkan nilai estetika produk minyak kelapa murni. Pemasangan banner promosi di area depan tempat usaha mempermudah aksesibilitas konsumen, sementara pembuatan video promosi berdurasi singkat mampu memperluas jangkauan pemasaran melalui platform media sosial. Selain membantu meningkatkan profesionalisme identitas usaha mitra, kegiatan Proyek Desa ini memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa dalam berkolaborasi dengan masyarakat lokal.

Kata kunci: *Proyek Desa; UMKM; Branding; Pemasaran Digital; VCO Sari Pala.*

PENDAHULUAN

Pelaksanaan Proyek Desa oleh mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia menjadi wadah pembelajaran kontekstual untuk berinteraksi langsung dengan dinamika masyarakat. Kegiatan ini melatih mahasiswa dalam memetakan kondisi lapangan, mengidentifikasi permasalahan usaha, merumuskan solusi prioritas, serta mengaplikasikan keilmuan manajemen secara nyata di tingkat desa.

Desa Sesandan yang berjarak sekitar 7 km ke arah utara dari pusat kota Tabanan mencakup luas wilayah sekitar 287 hektare (2,87 km²). Berdasarkan data administratif resmi desa, wilayah Desa Sesandan terbagi ke dalam tujuh Banjar Dinas, yaitu Banjar Dinas Sandan Dangin Yeh, Banjar Dinas Sandan Lebah, Banjar Dinas Sandan Dauh Yeh, Banjar Dinas Sandan Dauh Yeh Baleran, Banjar Dinas Sandan Pondok, Banjar Dinas Sandan Tegeh, dan Banjar Dinas Sekartaji, dengan total populasi mencapai 2.340 jiwa (1.153 laki-laki dan 1.187 perempuan)

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Desa ini menyimpan keunggulan pada sektor pertanian dan perkebunan, khususnya komoditas kelapa murni. Salah satu bentuk pengolahan potensi lokal yang bernilai ekonomis adalah produksi Virgin Coconut Oil (VCO) yang dikelola oleh unit usaha Minyak VCO Sari Pala milik Ibu Sayu Putu Yasani di Banjar Sandan Lebah yang sudah berjalan lebih dari 10 tahun. Minyak kelapa murni yang diproduksi secara tradisional ini mengandung khasiat kesehatan yang tinggi, sehingga berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk unggulan desa.

Meskipun mutu produk yang dihasilkan tergolong baik, pendataan awal di lapangan menunjukkan bahwa UMKM Minyak VCO Sari Pala masih menghadapi keterbatasan dalam tata kelola pemasaran. Botol kemasan yang digunakan belum memiliki identitas visual yang informatif, seperti nama merek yang jelas, manfaat , serta kontak pemesanan. Selain itu, lokasi produksi dan penjualan di Banjar Sandan Lebah belum dilengkapi penanda fisik berupa banner promosi, dan saluran media digital belum dimanfaatkan secara optimal.

Oleh karena itu, fokus kegiatan Proyek Desa ini diarahkan pada pendampingan penguatan branding dan optimalisasi pemasaran digital bagi UMKM Minyak VCO Sari Pala milik Ibu Sayu Putu Yasani. Melalui perancangan stiker kemasan, pembuatan banner tempat usaha, serta penyusunan konten video promosi, kegiatan ini diharapkan dapat mempermudah pengenalan produk sekaligus meningkatkan daya saing usaha warga Desa Sesandan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan berlangsung di lokasi usaha UMKM Minyak VCO Sari Pala, Banjar Sandan Lebah, Desa Sesandan, Kabupaten Tabanan, sepanjang bulan September sampai Oktober 2026. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan deskriptif, dengan mengikutsertakan pemilik usaha, Ibu Sayu Putu Yasani, secara langsung pada setiap tahapan kegiatan. Alur pelaksanaan meliputi survei awal, perancangan media promosi, produksi audio visual dan cetak, implementasi dan pendampingan, dan evaluasi kegiatan.

Tahap awal dimulai dengan kunjungan mahasiswa ke rumah Kepala Desa Sesandan pada tanggal 20 September 2026 untuk meminta izin melaksanakan proyek desa di desa Sesandan. Kemudian pada tanggal 22 September 2026, penerimaan mahasiswa proyek desa diadakan di Kantor Desa Sesandan. Pada tanggal yang sama, mahasiswa melakukan survei awal ke UMKM Minyak VCO Sari Pala di Banjar Sandan Lebah untuk mengamati alur pembuatan minyak kelapa murni, mendiskusikan hambatan pemasaran, serta menyelaraskan rencana kegiatan bersama pemilik usaha Ibu Sayu Putu Yasani.

Tahap selanjutnya pada tanggal 2-3 Oktober 2026 mahasiswa mulai mendokumentasikan proses produksi minyak VCO yang diambil di lokasi usaha sebagai bahan penyusunan video promosi. Pada tanggal 13-14 Oktober 2026 mahasiswa menyusun draf visual stiker kemasan dan banner tempat usaha.

Pemostingan video promosi UMKM Minyak VCO sari Pala dilakukan pada tanggal 24-25 Oktober 2026 dan dilanjutkan dengan penyerahan stiker siap pakai dan pemasangan banner usaha dilakukan pada tanggal 26 Oktober 2026. Kemudian evaluasi kegiatan dilakukan bersama pemilik usaha untuk mengukur kemudahan penggunaan media promosi baru serta penerimaan konsumen terhadap tampilan produk yang telah diperbaiki.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi UMKM Minyak VCO Sari Pala

Hasil survei dan wawancara bersama Ibu Sayu Putu Yasani di Banjar Sandan Lebah menunjukkan bahwa UMKM Minyak VCO Sari Pala memiliki keunggulan bahan baku kelapa murni berkualitas yang diolah secara higienis tanpa campuran bahan kimia. Namun, keunggulan tersebut belum tervisualisasikan dengan baik pada kemasan awal. Oleh karena itu, penetapan fokus pendampingan difokuskan pada pembenahan identitas produk dan penyediaan sarana promosi.

Penguatan Identitas Visual Melalui Stiker Kemasan

Perancangan stiker kemasan baru disesuaikan dengan ukuran botol yang digunakan mitra. Label baru ini mencantumkan merek "Sari Pala", keterangan keunggulan minyak kelapa murni, isi bersih, dan nomor kontak pemesanan Ibu Sayu Putu Yasani. Keberadaan stiker ini mengubah penampilan botol dari kemasan polos menjadi produk yang memiliki identitas jelas, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap mutu produk.

Peningkatan Visibilitas Lokasi dan Promosi Digital

Pemasangan banner promosi dilakukan pada area depan tempat usaha di Banjar Sandan Lebah, Desa Sesandan, agar mudah terlihat dari jalur utama. Banner memuat nama usaha, jenis produk, dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Selain media fisik, optimalisasi pemasaran digital diwujudkan melalui video promosi singkat yang menampilkan tahapan produksi hingga kemasan akhir. Publikasi video ini membantu mengenalkan produk Minyak VCO Sari Pala kepada calon konsumen yang lebih luas di media daring.

EVALUASI

Pelaksanaan kegiatan Proyek Desa berjalan selaras dengan alur rencana yang ditetapkan. Dari segi pengemasan dan visibilitas fisik, perancangan stiker dan banner terbukti mempermudah pengenalan tempat usaha di Banjar Sandan Lebah serta identitas produk. Evaluasi juga mencatat pentingnya fleksibilitas waktu saat pengambilan dokumentasi video produksi agar tidak mengganggu rutinitas kerja Ibu Sayu Putu Yasani. Koordinasi yang terjalin sejak awal antara mahasiswa, pemilik UMKM, dan perangkat desa menjadi kunci kelancaran seluruh rangkaian kegiatan.

KESIMPULAN

Kegiatan Proyek Desa di Desa Sesandan memberikan pengalaman practical bagi mahasiswa dalam mengenali potensi usaha lokal dan menerapkan prinsip manajemen pemasaran. Pendampingan pada UMKM Minyak VCO Sari Pala milik Ibu Sayu Putu Yasani di Banjar Sandan Lebah menghasilkan luaran konkret berupa stiker kemasan produk, banner tempat usaha, serta video promosi digital.

Ke depan, media promosi yang telah tersedia disarankan untuk terus dimanfaatkan secara konsisten oleh pemilik usaha. Penyajian informasi pemesanan yang jelas dan pembaruan konten promosi secara berkala dapat terus dikembangkan guna menjaga keberlanjutan pemasaran produk Minyak VCO Sari Pala.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Hindu Indonesia, dosen pembimbing Proyek Desa, Pemerintah Desa Sesandan, pemilik UMKM Minyak VCO Sari Pala (Ibu Sayu Putu Yasani), serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama pelaksanaan Proyek Desa berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Sayu Putu Yasani. (2026). Informasi mengenai UMKM Minyak VCO Sari Pala. Hasil wawancara, Desa Sesandan, Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan.

Pemerintah Desa Sesandan. (2026). Data Wilayah Administratif dan Demografi Desa Sesandan. Website Resmi Desa Sesandan.

Universitas Hindu Indonesia. (2026). Buku Pedoman Proyek Desa Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia Tahun 2026. Denpasar: Universitas Hindu Indonesia.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.