
RE-BRANDING KEMASAN & LOGO KOPI KUDA BERKAIT DESA SEBONG PEREH**Oleh****M. Isa Alamsyahbana¹, Alwi Dwi Nursyalim², Karina Vivananda Mareta³, Maharani Eka Pramita⁴, Syahrul Gunawan⁵, Yulia Putri Audina⁶****^{1,2,3,4,5,6}STIE Pembangunan Tanjungpinang****Email: ¹albanapengusahamuda@gmail.com**

Article History:*Received: 17-06-2025**Revised: 08-07-2025**Accepted: 20-07-2025***Keywords:***Rebranding*

Abstract: *Sebong Perek Village is a coastal village in kecamatan, Teluk Sebong, Kabupaten Bintan, Provinsi Kepulauan Riau. This research was carried out for the first time on October 23 2023, making Kopi Kuda Berkait which is located in Sebong Perek Village at Mr Bedu's house as the owner of the Kopi Kuda Berkait business. We are carrying out a program, namely Re-Branding. There we asked about the history of the formation of related horse coffee and the obstacles experienced, especially in legality, namely the HALAL, PIRT and BPOM labels on the packaging of the related horse coffee, and another obstacle, namely the ingredients in the seahorse coffee mixture. Before the rebranding process, Kopi Kuda Berkait's packaging and logo had an appearance that was considered less attractive. The packaging uses matte black and a logo design that is considered less attractive. After going through a rebranding process, Kopi Kuda Berkait now has significant changes to its packaging and logo. Attractive colors are now used, with the front of the packaging being transparent, allowing buyers to clearly see the Kuda Berkait Coffee powder inside. Meanwhile, the back of the packaging is decorated in gold, giving an elegant and exclusive impression. This change is expected to provide a stronger appeal to consumers and reflect better quality and brand identity after the rebranding process. In addition, using ziplock packaging can protect the Kuda Berkait Coffee powder from exposure to air which can affect the quality of the aroma and taste.*

PENDAHULUAN

Tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah membuka peluang yang besar bagi sektor usaha, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan masyarakat yang gemar minum kopi, UMKM memiliki peluang guna mengembangkan dengan berbagai strategi agar menarik perhatian calon konsumen dengan berbagai produk kopi kreatif dan inovatif. Pertumbuhan didukung oleh peran media sosial dalam mempermudah promosi dan kegiatan pemasaran dari produk kopi itu sendiri. Ketersediaan bahan baku yang melimpah, peralatan memadai, dan margin harga yang tinggi menjadikan bisnis kopi sebagai peluang investasi yang menjanjikan. Adanya variasi harga dan citarasa yang beragam, kopi tidak lagi eksklusif hanya untuk kalangan elite, kini semua lapisan masyarakat dapat menikmati



minuman kopi yang disajikan dengan kualitas tinggi.

Pada era saat ini, kegiatan menikmati kopi tidak lagi terbatas pada kalangan orang tua, melainkan para generasi muda turut meramaikan tren ini, baik mengatasi kantuk, meningkatkan suasana hati, atau bahkan sebagai bagian dari gaya hidup. Minum kopi tidak hanya sekadar memuaskan selera, melainkan telah menjadi suatu gaya hidup, melainkan juga bentuk ekspresi diri. Meminum kopi juga bermanfaat mengeratkan hubungan persaudaraan, teman mengerjakan tugas hingga melakukan transaksi bisnis, semua berawal dari secangkir kopi.

Kabupaten Bintan memiliki akses di bidang wisata yang strategis untuk menuju pusat kegiatan, bisnis, wisata dan perbelanjaan, dengan kondisi tersebut maka banyak warga yang membangun usaha kecil kecilan maupun usaha pendukung wisata seperti makanan dan minuman khas yang dapat dijadikan oleh-oleh. Banyak warga memanfaatkan hal tersebut menjadi sebuah peluang bisnis yang menjanjikan.

Desa Sebong Perih dikenal memiliki ikon kuda laut sebagai elemen yang menjadi ciri khas dan daya tarik utama. Hal ini memberi peluang yang digunakan dengan baik oleh UMKM setempat untuk dapat berinovasi, salah satunya adalah Kopi Kuda Berkait. Keunikan Kopi Kuda Berkait bukan hanya terletak pada kombinasi yang unik antara kopi dan kuda laut, tetapi juga mencerminkan kreativitas dan keberanian UMKM lokal untuk eksplorasi dalam menciptakan produk baru yang dapat menjadi daya tarik tersendiri. Diharapkan Kopi Kuda Berkait dapat mendukung promosi dan pengembangan ekonomi di tingkat lokal serta memperkuat citra Desa Sebong Perih sebagai destinasi yang unik dan inovatif. Oleh karena itu, diperlukan adanya *rebranding* untuk memperkenalkan makna dan identitas *brand* kepada konsumen agar lebih diminati oleh masyarakat modern, sehingga para pemilik bisnis perlu berinovasi dalam membangun citra brand agar unggul dalam persaingan.

TINJAUAN PUSTAKA

Branding adalah upaya yang dilakukan untuk menciptakan kesadaran akan suatu merek dan memperkuat identitas merek guna memberikan perspektif kepada masyarakat dan biasanya membutuhkan biaya yang cukup besar, meliputi penentuan *brand*, pembuatan logo, *launching*, *sustaining*, *rejuvenating*. *Branding* sangat penting dilakukan untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat (Jonathan *et al.*, 2020)

Rebranding merupakan upaya menciptakan suatu nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari elemen secara ulang untuk membuat sebuah merek dengan tujuan mencapai citra dan reputasi yang lebih baik daripada sebelumnya, serta salah satu cara untuk tetap bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif seiring berjalannya waktu (Christine Wijaya *et al.*, 2019).

Rebranding semakin umum terjadi seiring dengan kemajuan teknologi, dimana perusahaan atau organisasi melakukan transformasi citra melalui perubahan nama, identitas visual, strategi pemasaran, atau taktik periklanan. Faktor-faktor pendorong perubahan ini termasuk perubahan strategi organisasi, identitas visual yang tidak lagi sesuai dengan perkembangan zaman, keterbatasan jangkauan pemasaran yang dianggap terlalu sempit, atau perubahan dalam struktur organisasi atau perusahaan.. Bentuk spesifik *rebranding* mulai dari perubahan nama dan citra (simbol visual, warna dan sebagainya) hingga redefinisi strategi dan *positioning* merek.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang dilakukan penelitian melalui menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi.

a. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan pengumpulan data melalui komunikasi secara langsung dengan turun kelapangan ke rumah dari pemilik Kopi Kuda Berkait, yaitu Pak Bedu guna memperoleh data mengenai latar belakang, kompetitor, produk yang dijual dan citra produk yang ingin disampaikan, serta target audience mereka terhadap produk Kopi Kuda Berkait.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah kumpulan dokumen yang mencakup pencarian informasi mengenai berbagai hal, seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda, dan lain sebagainya. Metodenya dengan mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan berupa gambar produk, atribut pembuatan kopi serta dokumen penting yang dimiliki Kopi Kuda Berkait.

c. Observasi

Menurut Pratama *et al.*, (2022) Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dari lapangan. Data yang diobservasi meliputi sikap, kelakuan, perilaku, tindakan, keseluruhan interaksi antar manusia. Observasi dilakukan langsung pada tempat produk Kopi Kuda Berkait untuk melihat secara langsung proses pembuatannya. Selain itu, juga mengamati objek penelitian, yaitu target *audience* untuk mengetahui kondisi serta perilaku target.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tanggal 10 Oktober 2023 tim program kerja melakukan survey pertama untuk mendengarkan permasalahan atau hambatan apa saja yang dialami Pak Bedu selama menjual Kopi Kuda Laut yang merupakan salah satu ikon terkenal di Desa Sebondong Perek. Dari hasil wawancara tersebut, didapati hasil bahwa Pak Bedu menginginkan adanya bantuan berupa perubahan terkait warna dan logo pada kemasan kopi. Setelah melakukan survey pertama, tim proker memutuskan untuk membuat logo baru dan juga mencari kemasan yang lebih menarik. Kemudian pada tanggal 19 Oktober 2023, tim program kerja datang kembali untuk melihat dan membantu proses pembuatan kopi kuda laut yang dimulai dari pembersihan kuda laut, pengeringan sementara di bawah matahari, kemudian kuda laut dimasukkan ke dalam oven untuk dikeringkan. Setelah proses pengovenan, dilanjutkan dengan proses penggilingan kuda laut yang kemudian disaring. Tahap selanjutnya kuda laut yang sudah halus dicampur bersama bubuk kopi dan diaduk.

Setelah melihat dan membantu proses pembuatan, pada tanggal 28 Oktober 2023 tim proker datang kembali untuk menyelesaikan program kerja yaitu dengan memperlihatkan serta memberikan kemasan dan logo kopi kuda laut yang baru sesuai dengan permintaan dari Pak Bedu. Pada hari itu juga tim proker membantu melakukan proses pengemasan kopi dengan menggunakan kemasan dan logo yang baru. Dengan harapan perubahan ini bisa menciptakan identitas produk yang segar dan menarik serta meningkatkan daya tarik dan penjualan produk kopi kuda laut di pasaran.

Sebelum proses *rebranding*, kemasan dan logo Kopi Kuda Berkait memiliki tampilan yang dianggap kurang menarik. Kemasan tersebut menggunakan warna hitam doff dan desain logo yang dianggap kurang atraktif.

Kemasan Lama



Kemasan Baru

**Gambar 1 Kemasan lama dan kemasan baru**

Setelah melalui proses *rebranding*, Kopi Kuda Berkait kini memiliki kemasan dan logo yang mengalami perubahan signifikan. Penggunaan warna pada kemasan yang menarik, dengan bagian depan kemasan yang transparan, memungkinkan pembeli melihat secara jelas bubuk Kopi Kuda Berkait didalamnya. Sementara bagian belakang kemasan dihiasi dengan warna gold, memberikan kesan yang elegan dan eksklusif. Perubahan ini diharapkan dapat memberikan daya tarik yang lebih kuat kepada konsumen dan mencerminkan kualitas serta identitas merek yang lebih baik setelah proses *rebranding*. Selain itu, dengan penggunaan kemasan *ziplock* dapat menjaga bubuk Kopi Kuda Berkait dari paparan udara yang dapat memengaruhi kualitas aroma dan rasanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan maka diketahui bahwa *rebranding* kemasan dan logo Kopi Kuda Berkait untuk menarik konsumen pada masyarakat lokal dan masyarakat luar sudah berjalan dengan baik, karena melalui dari hasil observasi dan pengabdian kepada usaha Kopi Kuda Berkait telah berhasil melakukan *rebranding* terhadap kemasan dan logo. Hal ini dapat menarik konsumen untuk membeli produk Kopi Kuda Berkait, secara tidak langsung ini juga akan berdampak kepada Desa Sebondong Perek yang menjadi ikon atau ciri khas Desa Sebondong Perek. Oleh karena itu, pentingnya untuk menjaga konsistensi dari *branding*, seperti pengolahan produk dan penggunaan identitas agar produk selalu melekat pada target *audience*.

Saran peneliti dalam pengabdian dan program *rebranding*, diharapkan pak Bedu



selaku pemilik usaha kopi kuda laut ini untuk terus melanjutkan usahanya dan terus mempertahankan kemasan dan juga logo yang sudah di *rebranding* oleh tim program kerja dengan sebaik mungkin dan disarankan untuk terus melanjutkan memproduksi kopi kuda laut secara berkala guna meningkatkan penjualan kopi kuda laut.

REFERENSI

- [1] Christine Wijaya, M., Gogor Bangsa, P., Malkisedek, M. H., Studi Desain Komunikasi Visual, P., & Seni dan Desain, F. (2019). *Perancangan Rebranding Produk "Kopi Jagung Sidomukti" Kota Malang. Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14).
- [2] Jonathan, C., Wijayanti, A., Adib, A., Studi, P., Komunikasi Visual, D., Seni, F., & Desain, D. (2020). *Perancangan Visual Brand Identity Untuk Startup Kopi Coldbrew. Jurnal DKV Adiwarna*, 1(1).
- [3] Pratama, A., Rahmadiano, A., & Pramudya, B. (2022). *REBRANDING COFFEESHOP "12BARS" UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. SAINSBERTEK Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 3(DKV).



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN