

## HUKUM BRANDING DAN STRATEGI PROMOSI PRODUK BERAS LOKAL DESA SIALANG PANJANG DI MASA ENDEMI

<sup>1</sup>Yulia Eka Roza, <sup>2</sup>Mutiara Gita Rahayu, <sup>3</sup>Sapriyanto, <sup>4</sup>Zulkifli

<sup>1234</sup>Universitas Islam Indragiri

Email: [yuliaekaroza@gmail.com](mailto:yuliaekaroza@gmail.com), [mutiaratembilahan@gmail.com](mailto:mutiaratembilahan@gmail.com), [ysapri804@gmail.com](mailto:ysapri804@gmail.com), [zulkiflip30@gmail.com](mailto:zulkiflip30@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran hukum dalam konteks branding dan strategi promosi produk beras lokal. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi produk lokal telah mendorong produsen beras lokal untuk mengembangkan strategi branding yang efektif. Dalam konteks ini, penelitian ini mengulas berbagai aspek hukum yang relevan, termasuk merek dagang, hak kekayaan intelektual, peraturan promosi produk, dan perlindungan konsumen. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah untuk menerapkan, mengamalkan, dan membudayakan ilmu pengetahuan dan teknologi guna memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa memberikan pengalaman praktis kepada praktikan dalam mengaplikasikan teori dan praktik. Adapun metode pelaksanaan yang digunakan adalah metode survey edukatif atau Metode Pendidikan melalui Survei." Dalam metode ini, survei digunakan sebagai alat untuk memberikan penjelasan dan edukasi kepada responden tentang konsep hukum branding dan strategi promosi selama proses survey berlangsung. Hal ini dapat membantu responden memahami konsep-konsep tersebut secara lebih mendalam dan relevan dengan konteks yang sedang disurvei. Berdasarkan hasil dan kesimpulan pelaksanaan kegiatan di Desa Sialang Panjang Kecamatan Tembilahan Hulu program pengabdian kepada masyarakat telah berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang diharapkan.

Keywords: Hukum, Branding, Promosi, Strategi, Endemi

### ABSTRACT

This research discusses the role of law in the context of branding and promotional strategies for local rice products. Increasing public awareness of the importance of consuming local products has encouraged local rice producers to develop effective branding strategies. In this context, this research reviews various relevant legal aspects, including trademarks, intellectual property rights, product promotion regulations, and consumer protection. The aim of carrying out community service is to apply, practice and cultivate science and technology in order to advance general welfare and make the life of the nation intelligent, providing practical experience to practitioners in applying theory and practice. The implementation method used is the socialization method. Based on the results and conclusions of the implementation of activities in Sialang Panjang Village, Tembilahan Hulu District, the community service program has run well according to the expected procedures.

Keywords: Law, Branding, Promotion, Strategy, Endemic

### 1 PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada sector ekonomi diseluruh dunia, termasuk sector pertanian dan produk local. Dibanyak Negara, termasuk desa-desa disana, produksi beras local adalah mata pencaharian utama masyarakat. Namun, pandemic telah memicu perubahan besar dalam perilaku konsumen, rantai pasokan, dan regulasi yang mempengaruhi. Beras local.

- 1) Penurunan permintaan : pandemic menyebabkan perubahan dalam pola konsumsi masyarakat, dengan penurunan terhadap permintaan terhadap beras local karena preferensi konsumen yang berubah.
- 2) Perubahan regulasi : pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan dan regulasi baru terkait dengan keamanan pangan dan kesehatan masyarakat yang memerlukan perubahan dalam cara produk beras local diproduksi, diiklankan, dan di distribusikan.
- 3) Tantangan branding : dalam konteks pasar yang berubah, produk beras local desa perlu menghadapi tantangan dalam membangun merek yang kuat dan meyakinkan konsumen tentang kualitas dan keberlanjutan produk tersebut.
- 4) Konversi digital : peningkatan ke konversi ke platform digital selama pandemic mempengaruhi cara dan pemasaran produk beras local, yang memerlukan strategi branding yang sesuai.
- 5) Perlindungan hukum : dalam konteks perubahan ini, aspek hukum seperti perlindungan merek dan regulasi perlu lebih lanjut untuk memastikan produk beras local desa tetap kompetitif dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Dalam era globalisasi ini , beras local seringkali menghadapi persaingan yang ketat dengan produk impor. Hal ini dapat berdampak negative pada ekonomi local, terutamabagi para petani dan pelaku usaha di sector pertanian, selain itu, kurangnya inovasi dalam produk beras local juga dapat menyebabkan ketidak mampuan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berkembang. Oleh karena itu, perlu dikembangkan strategi yang dapat meningkatkan ekonomi melalui inovasi produk beras local, sehingga mampu bersaing di pasar domestic maupun internasional, serta memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat dan memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi daerah serta kesejahteraan masyarakat di era pasca Pandemi. Perekonomian daerah terhambat oleh rendahnya daya saing produk beras local di pasar yang penuh persaingan. Oleh kaarena itu, diperlukan pendekatan inovatif yang mampu meningkatkan kualitas, nilai tambah, dan daya tarik produk beras local sehingga dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah dan memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat.

Beras merupakan salah satu sumber pangan pokok yang mendominasi konsumsi di seluruh dunia. Beras adalah biji gabah yang bagian kulitnya sudah dipisahkan dengan cara digiling dan sisosoh menggunakan alat pengupas dan penggiling serta alat penyosoh (Astawan &Wresdiyati, 2004). Beras adalah biji-bijian (serelia) dan family rumput-rumputan (framine) yang kaya akan karbohidrat sehingga menjadi makanan pokok manusia. Pakan ternak dan industri yang mempergunakan karbohidrat sebagai bahan baku. Beras merupakan salah satu makanan pokok (Diniati, 2010).

## 2 METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini yang sesuai solusi yang ditawarkan dalam pembahasan berikut

### Persiapan

Untuk pelaksanaan kegiatan ini maka kelompok kami merencanakan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Metode survey edukatif atau Metode Pendidikan melalui Survei. Dalam metode ini, survei digunakan sebagai alat untuk memberikan penjelasan dan edukasi kepada responden tentang konsep hukum branding dan strategi promosi selama proses survey berlangsung
- b. Kegiatan ini mempraktekkan dalam proses pembuatan membuat rancangan desain kemasan produk beras sesuai dengan ciri khas dari desa sialang panjang membuat rancangan desain kemasan produk beras sesuai dengan ciri khas dari desa sialang panjang yang berlangsung secara partisipatif bersama tim pelaksana

### Pelaksanaan

Langkah yang ditempuh dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah:

- 1) Kelanjutan praktek ini maka dipersiapkan bahan atau alat-alat yang dipersiapkan tim pelaksana

*Roza, Hukum Branding Dan Strategi Promosi Produk Beras Lokal Desa Sialang Panjang Di Masa Endemi*

- 2) Tim pelaksana kegiatan memberikan penjelasan dan edukasi tentang konsep hukum branding dan strategi promosi selama proses survey berlangsung dan rancangan desain kemasan produk beras sesuai dengan ciri khas dari desa sialang panjang
- 3) Tim pelaksana membuat alur penjualan beras dari warga desa atau petani ke Badan Usaha Milik Desa ( BUMDes) dan selanjutnya pemasaran dari Bumdes.

Adapun metode survey edukatif atau Metode Pendidikan melalui Survei." Dalam metode ini, survei digunakan sebagai alat untuk memberikan penjelasan dan edukasi kepada responden tentang konsep hukum branding dan strategi promosi selama proses survey berlangsung. Hal ini dapat membantu responden memahami konsep-konsep tersebut secara lebih mendalam dan relevan dengan konteks yang sedang disurvei. Berdasarkan hasil dan kesimpulan pelaksanaan kegiatan di Desa Sialang Panjang, Kecamatan Tembilahan Hulu program pengabdian kepada masyarakat telah berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang diharapkan.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Tanggal 6 agustus melakukan kunjungan dikediaman Kepala Desa membahas proker dan survey. Tanggal 20 agustus melakukan survey edukatif ke petani-petani yang ada di Desa Sialang Panjang, serta memberikan penjelasan dan edukasi tentang konsep hukum branding dan strategi promosi selama proses survey berlangsung. Tanggal 24 agustus membuat rancangan desain kemasan produk beras sesuai dengan ciri khas dari desa sialang panjang. Tanggal 26 agustus membuat alur penjualan beras dari warga desa atau petani ke Badan Usaha Milik Desa ( BUMDes) dan selanjutnya pemasaran dari Bumdes. Tanggal 5 september melakukan promosi melalui video produk beras lokal dan melalui media sosial seperti instagram, tik tok dan facebook. Sasaran dari promosi branding produk yang telah kami siapkan ialah Sasaran promosi produk beras lokal dapat mencakup beragam kelompok orang yang dapat menjadi konsumen potensial seperti Konsumen Akhir, Pemilik Restoran dan Warung Makan, Toko Kelontong dan Pasar Tradisional, Hotel dan Resor, Pemasok B2B, Organisasi Pemerintah dan NGO, Komunitas Lokal, dan Sektor Pendidikan.

### **3 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun metode survey edukatif atau Metode Pendidikan melalui Survei." Dalam metode ini, survei digunakan sebagai alat untuk memberikan penjelasan dan edukasi kepada responden tentang konsep hukum branding dan strategi promosi selama proses survey berlangsung. Hal ini dapat membantu responden memahami konsep-konsep tersebut secara lebih mendalam dan relevan dengan konteks yang sedang disurvei. Berdasarkan hasil dan kesimpulan pelaksanaan kegiatan di Desa Sialang Panjang, Kecamatan Tembilahan Hulu program pengabdian kepada masyarakat telah berjalan dengan baik sesuai dengan prosedur yang diharapkan.



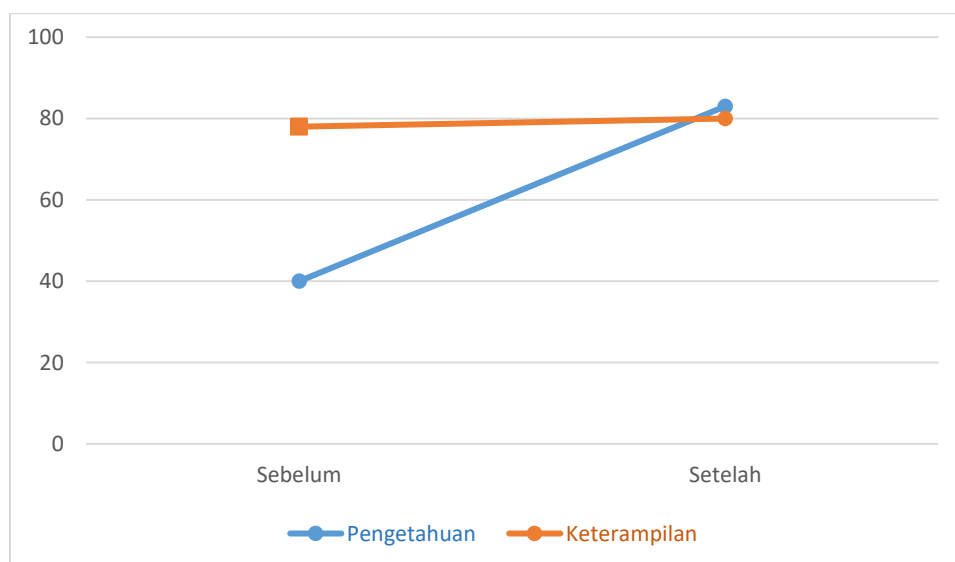
**Gambar 1 Foto Survey lokasi**



Gambar 2 Foto kunjungan ke gilingan padi



Gambar 3 Foto sosialisasi



Gambar 4 Grafik Peningkatan keterampilan hasil pelatihan

#### 4 KESIMPULAN

Hukum Branding Dan Promosi Produk Beras Local Desa Sialang Panjang Era masa Endemi adalah dua aspek penting dalam pemasaran produk pertanian kesimpulannya, untuk berhasil memasarkan beras local, penting untuk memahami dan mamatuhi peraturan hukum terkait dengan branding produk dan mengembangkan strategi promosi yang mempertimbangkan aspek-aspek seperti citra merek, kualitas produk, dan target pasar yang tepa. Dengan demikian, produsen beras local dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk mereka dipasar yang kompetitif.

Inovasi dapat mencakup peningkatan kualitas, diversifikasi produk, penggunaan teknologi modern, serta promosi yang kuat untukl meningkatkan daya saing produk beras local dipasar domestic maupun internasional. Dengan cara ini, sector pertanian dan ekonomi local dapat tumbuh lebih kuat, menciptakan peluang kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat secara keseluruhan,

1) jangka pendek

pemasaran beras local dapat meningkatkan daya saingnya di pasar domestic. Penyediaan pelatihan dan dukungan teknis kepada petani local penting untuk mendukung inovasi dalam produksi beras.

2) jangka menengah

pertumbuhan perekonomian local dapat ditingkatkan secara signifikan melalui pengembangan rantai pasokan yang lebih efisien utnuk beras local. Inovasi produk beras local harus berfokus kepada nilai tambah, seperti pengolahan lebih lanjut atau diferensiasi produk.

3) jangka panjang

Memastikan produk beras local desa tetap kompetitif dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku serta dengan membangun merek dan meyakinkan konsumen tentang kualitas, keberlanjutan produk tersebut dengan strategi dengan strategi yang sesuai. pengembangan produk beras local akan menciptakan lapangan kerja yang stabil dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

#### REFERENSI

- [1] N. T. Hidayat, P. S. Agribisnis, F. Pertanian, and U. I. Malang, "Strategi pengembangan agrowisata berbasis produk unggulan lokal gula merah (," 2024.
- [2] B. Teguh, M. Kesehatan, and M. Depan, "Standing Firm , Spearheading the Future Healthcare," 2022.
- [3] E. Nababan, Filza Izzati, Rati Rahmadani, and Lusiana Efrizoni, "Sistem Informasi Promosi dan Penjualan Pupuk, Beras dan Benih Berbasis Web," *J. CoSciTech (Computer Sci. Inf. Technol.*, vol. 3, no. 3, pp. 487–494, 2022, doi: 10.37859/coscitech.v3i3.4433.
- [4] D. Adila *et al.*, "Pelatihan Usaha Ekonomi Pembuatan Kerupuk Beras Desa Mekar Sari Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat," *J. Pengabd. Magister Pendidik. IPA*, vol. 4, no. 3, pp. 34–38, 2022, doi: 10.29303/jpmpi.v4i3.1912.
- [5] D. Serlia, "Perlindungan Hukum Terhadap Produk Usaha Kecil Melalui Hak Merek Untuk Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Masyarakat," *Eksaminasi J. Huk.*, vol. 1, no. 1, pp. 66–76, 2021.