

TEKNOLOGI PENGEMASAN UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK LOKAL MADU KELULUD DUSUN LIMBUNG BANGKA

Nyayu Siti Khodijah¹, Fournita Agustina², Mayarani Ginting³

1) Program Studi Agroteknologi Universitas Bangka Belitung;
2,3) Program Studi Agribisnis Universitas Bangka Belitung .
nyayukhodijah@yahoo.co.id

Abstract

Real work learning (KKN) is an academic obligation that must provide benefits for learning for students and provide solutions to problems in society in the form of smart creative ideas that are appropriate for the times. The socialization program for the right packaging technology to increase the marketing of superior products from Limbung, Jada Bahrin Village via online to creative business actors as part of the XV KKN_UBB Program with the theme "Creative Learning and Serving in the Covid 19 Period". The activity was attended by 15 students and 1 assistant lecturer. The implementation starts from June 22 to August 9 2020 in Limbung hamlet, Jada Bahrin village, Merawang district, Bangka regency. Activities include, observation activities to better understand social conditions, formulating activity items and real implementation in the form of products. Mentoring activities begin with mentoring in making product packaging designs by means of tutorials and practice, mentoring and teaching online marketing tutorials. The activity succeeded in designing, packaging kelulut honey products and assisting technology-based marketing using online media. The whole stages and program of activities show that after this KKN activity is felt to be beneficial for the community, and the community hopes for the sustainability of the program. Technological improvements in the form of training and mentoring in the management of product innovation, packaging appearance and online marketing strategies are still needed.

Keywords: packaging technology, real work lectures, online marketing of kelulut honey

Abstrak

Pembelajaran KKN merupakan kewajiban akademik yang harus memberi kemanfaatan untuk pembelajaran bagi mahasiswa dan memberikan jalan keluar permasalahan di masyarakat berupa ide-ide kreatif yang cerdas yang sesuai jaman. Kegiatan program sosialisasi teknologi pengemasan yang tepat untuk meningkatkan pemasaran produk unggulan dusun Limbung Desa Jada Bahrin via online pada pelaku usaha kreatif sebagai bagian dari Program KKN_UBB Ke XV yang bertema "Kreatif Belajar dan Mengabdikan Di Masa Covid 19)". Kegiatan diikuti oleh 15 mahasiswa dan 1 orang dosen pendamping. Pelaksanaan dimulai tanggal 22 Juni sampai 9 Agustus 2020 di dusun Limbung Desa Jada Bahrin Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka. Kegiatan meliputi, kegiatan observasi untuk lebih memahami kondisi masyarakat, merumuskan item kegiatan dan pelaksanaan nyata dalam bentuk produk. Kegiatan pendampingan dimulai dari pendampingan pembuatan desain kemasan produk secara tutorial dan praktek, pendampingan dan pengajaran tutorial pemasaran online. Kegiatan berhasil mendesain, membuat kemasan produk madu kelulut dan membantu pemasaran berbasis teknologi dengan menggunakan media online. Keseluruhan tahapan dan program kegiatan menunjukkan bahwa setelah kegiatan KKN ini dirasakan bermanfaat bagi masyarakat, dan masyarakat mengharapkan keberlanjutan program. Peningkatan teknologi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dalam hal pengelolaan inovasi produk, penampilan kemasan dan strategi pemasaran secara on line masih terus dibutuhkan.

Kata kunci: teknologi pengemasan, dusun Limbung Desa Jada Bahrin, pemasaran via online madu kelulut

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan satu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup ditengah-tengah masyarakat di luar kampus (Anasari et al. 2016). Pembelajaran KKN selain merupakan kewajiban akademik juga harus memberi kemanfaatan yang tidak hanya sebagai pembelajaran bagi mahasiswa tetapi juga memberikan jalan keluar dan ide-ide kreatif yang cerdas terhadap permasalahan yang ada di masyarakat. KKN tersebut adalah pemberdayaan masyarakat agar kegiatan berhasil dan tepat guna bagi masyarakat, maka dibutuhkan pengetahuan, konsep dan metode untuk bekal para mahasiswa KKN (Zakaria et al. 2018).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) masih menghadapi berbagai persoalan dan perlu mendapat perhatian dari berbagai pihak. Permasalahan tersebut antara lain: kurangnya permodalan, serta akses pasar yang belum memadai, termasuk di dalamnya jaringan distribusi yang berfungsi sebagai jalur pemasaran belum berjalan efisien (Ramdani et al. 2018). Mahasiswa agribisnis yang mengikuti KKN harus mampu memahami permasalahan dan kebutuhan masyarakat dan dapat hadir memberikan tambahan solusi pada pemasaran produk. Produk unggulan desa atau dusun sangat perlu dikembangkan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dusun. Peran UMKM masih dianggap strategis karena UMKM mampu memberikan kontribusi yang sangat besar bagi Pendapatan Domestik

Bruto (PDB) yaitu sebesar 60 persen (Kementerian Koperasi 2019).

Daya saing produk seringkali menjadi hambatan bagi unit usaha kecil untuk bertahan, bahkan mampu beberapa kondisi UMKM sangat sulit untuk berkembang maju. Umumnya industri kreatif rumah tangga ini memiliki kemampuan tata kelola manajerial yang kurang memadai. Usaha kecil rumah tangga mempunyai manajemen tata kelola yang masih dilakukan dengan manual, sehingga sulit bersaing ditengah ketatnya persaingan produk saat ini (Nursanti et al. 2017). Strategi pemasaran adalah salah satu cara untuk dapat bersaing termasuk bagi UMKM (Wibowo et al 2015).

Keberadaan UMKM dirasakan sebagai suatu kebutuhan untuk lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesadaran ini pula yang mulai dirasakan oleh masyarakat dusun Limbung Desa Jada Bahrin Kabupaten Bangka. Hasil observasi dan pengamatan peserta KKN pada minggu awal pelaksanaan KKN memunculkan ide untuk lebih menggerakkan kemampuan masyarakat untuk mulai mengembangkan produk diluar pertanian yang selama ini belum berkembang dan potensial untuk menjadi sektor dominan dan strategis dusun. Dibutuhkan pendampingan penyusunan rencana dan perbaikan pemasaran produk sebagai upaya untuk membantu masyarakat agar dapat lebih berkembang kegiatan UMKMnya. Salah satu yang diperlukan adalah perencanaan strategis dalam hubungannya dengan pengembangan produk, agar mampu bersaing di lingkungan eksternal dan juga agar mampu memanfaatkan kesempatan

dan mengantisipasi ancaman serta mengamati lingkungan internal melihat kekuatan dan kelemahan (Hermawan 2017).

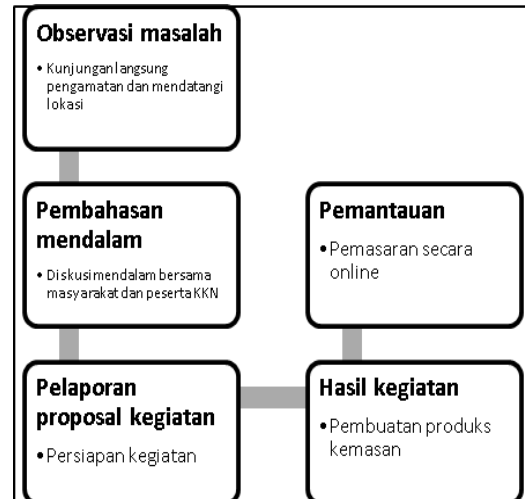
Kegiatan program KKN ini bertujuan memberikan pembelajaran bagi mahasiswa untuk lebih mampu memahami permasalahan di lingkungan masyarakat sesuai dengan bidang ilmu, dan diharapkan juga mampu menampilkan pilihan strategi untuk pemecahan permasalahan di masyarakat. Berdasarkan hal itu maka dilakukan kegiatan sosialisasi teknologi pengemasan yang tepat untuk meningkatkan pemasaran produk unggulan dusun Limbung Desa Jada Bahrin via online pada pelaku usaha kreatif sebagai bagian Dari Program KKN_UBB Ke XV, Kreatif Belajar dan Mengabdikan Di Masa Covid 19) Universitas Bangka Belitung.

METODE

Kegiatan Sosialisasi teknologi pengemasan yang tepat untuk meningkatkan pemasaran produk unggulan dusun Limbung Desa Jada Bahrin via online pada pelaku usaha kreatif ini adalah bagian dari program KKN Universitas Bangka Belitung ke XV tahun 2020 dengan tema Kreatif Belajar dan Mengabdikan Di Masa Covid 19 diikuti oleh 15 mahasiswa dan 1 orang dosen pendamping kegiatan. Kegiatan dilakukan mulai tanggal 22 Juni sampai 9 Agustus 2020 di dusun Limbung Desa Jada Bahrin Kecamatan Merawang Kabupaten Bangka.

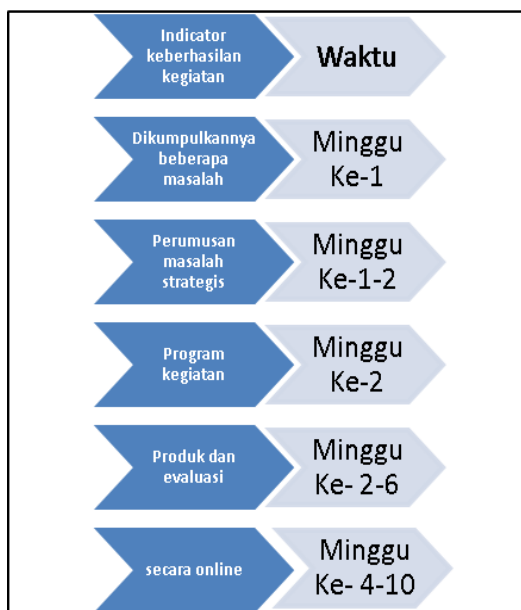
Kegiatan meliputi, kegiatan observasi, pemahaman masyarakat dan pembuatan desain, pendampingan dan pengajaran tutorial. Program ini dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2020 yang mana program sosialisasi ini dilaksanakan dengan mendatangi langsung sentra produksi dan berdialog

langsung dengan masyarakat. Adapun tahapan kegiatan dimulai dari observasi masalah untuk melihat kondisi real yang terjadi (Gambar 1).



Gambar 1. Jenis kegiatan dan metode pelaksanaan kegiatan

Hasil kegiatan observasi selanjutnya dituangkan dalam bentuk program. Program didiskusikan bersama anggota kelompok dengan pendampingan dosen pendamping. Semua aspirasi masyarakat dimuatkan secara efisien dalam bentuk alur kegiatan dan target capaian berdasarkan waktu (Gambar 2). Target capaian dibuat berdasarkan waktu karena beberapa kegiatan dilaksanakan bersamaan untuk melihat beberapa perkembangan dan dilakukan koreksi dan perbaikan ide. Pembuatan desain sepenuhnya melalui pendampingan dengan memperhatikan kondisi produk dengan tujuan membuat pembaharuan nilai produk agar lebih baik.



Gambar 2. Target capaian berdasarkan waktu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dusun limbung mempunyai total penduduk sebanyak 742 jiwa yang terdiri dari laki-laki 327, perempuan 415 yang tersebar didusun limbung desa jada bahrin. Tingkat perkembangan dusun limbung cukup baik dan pola pikir masyarakat di dusun limbung sudah mulai maju serta faham terhadap perkembangan teknologi. Mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani sehingga banyak komoditas pertanian yang dihasilkan. Banyak produk hortikultura yang tidak laku terjual dan dibuang begitu saja tidak dimanfaatkan, oleh sebab itu diperlukan program khusus yang dapat membawa perubahan pada masyarakat. Kegiatan kuliah kerja nyata yang dilakukan mahasiswa diharapkan dapat membantu mengatasi masalah tersebut (Tabel 1).

1. Identifikasi masalah dan rumusan pemecahan masalah

Program ini dilaksanakan pada minggu pertama yang mana program sosialisasi ini dilaksanakan dengan

mendatangi langsung, menggunakan media leaflet yang disebar pada masyarakat yang berada di kawasan Dusun Limbung (Gambar 3).



Gambar 3. Diskusi permasalahan dan kondisi yang ada di lokasi

Mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani sehingga banyak komoditas pertanian yang dihasilkan. Banyak produk hortikultura yang tidak laku terjual dan dibuang begitu saja tidak dimanfaatkan, oleh sebab itu diperlukan program khusus yang dapat membawa perubahan pada masyarakat. Sehingga perlu diidekan kegiatan sampaingan dengan memanfaatkan potensi alam agar lebih bernilai guna. Komoditi yang mempunyai nilai strategis memerlukan penanganan dalam pengemasan sehingga dapat meningkatkan nilai komoditas tersebut. Terdapat beberapa pilihan produk yang akan dikembangkan dan salah satunya adalah madu kelulut (Tabel 1).

Dari tabel 1 dan 2 solusi yang muncul adalah kebutuhan akan perbaikan kualitas produk. Salah satu yang dapat dilakukan adalah meningkatkan pengemasan produk. Produk dengan kemasan menarik diharapkan akan mampu meningkatkan penjualan. Sarana pemasaran yang mungkin dikembangkan di masa pandemic ini adalah via online.

Table 1. Identifikasi masalah dan identifikasi potensi hasil observasi lapangan

Identifikasi Masalah	Metode/ Teknologi Pemecahan Masalah
1. kondisi terikin (pandemi covid-19)	Sosialisasi dilakukan dengan menyebarkan leaflet pengetahuan dan ide kreatif yang mungkin di era pandemi
2. Rendahnya pendapatan masyarakat	Pelatihan dan tutorial ide ekonomi kreatif
3. Rendahnya kemampuan teknologi	Pelatihan dan tutorial paket teknologi sederhana
4. Terbatasnya akses masyarakat	Membuka akses online. Penggunaan media dengan bijak untuk ekonomi produktif
5. Rendahnya nilai tawar	Memperbaiki kualitas produk

perkembangan teknologi terkini yang sudah cukup mudah dan mampu menjangkau pemasaran lebih luas lagi dibandingkan jika pemasaran dilakukan secara umum dengan menjajakan atau menjual ke pasar atau toko.

Keberadaan UMKM dirasakan sebagai suatu kebutuhan untuk lebih meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesadaran ini pula yang mulai dirasakan oleh masyarakat dusun Limbung Desa Jada Bahrin Kabupaten Bangka.

Hasil observasi dan pengamatan peserta KKN pada minggu awal pelaksanaan KKN memunculkan ide untuk lebih menggerakkan kemampuan masyarakat untuk mulai mengembangkan produk diluar pertanian yang selama ini menjadi sector dominan dan andalan dusun. Dibutuhkan pendampingan penyusunan rencana dan perbaikan pemasaran produk sebagai upaya untuk membantu masyarakat. Perencanaan strategis berkaitan dengan semakin terbatasnya sumber daya internal dan banyaknya tantangan eksternal yang mempengaruhi. Perencanaan strategis dalam hubungannya dengan pengembangan produk memerlukan manajemen strategis mampu bersaing di

lingkungan eksternal untuk melihat kesempatan dan ancaman serta mengamati lingkungan internal melihat kekuatan dan kelemahan (Hermawan 2017).

Table 2. Identifikasi potensi dan kreatifitas yang dilakukan

Identifikasi potensi	Kreatifitas yang dapat dikembangkan
Kegiatan potensial dimasa pandemi covid-19	Sosialisasi dilakukan dengan menyebarkan informasi via online
Kemauan berusaha produktif	Pelatihan dan tutorial tentang kemas
Berkembangnya teknologi berbasis online	Sosialisasi cara Pemakaian media online secara produktif
Spesifikasi produk	Penawaran dengan memperbaiki kualitas produk
Peluang pasar	Penawaran dengan memperbaiki kualitas produk

2. Identifikasi potensi dan kreatifitas yang dilakukan

Tahapan berikutnya yang dilakukan oleh mahasiswa KKN adalah dengan membuat kegiatan untuk lebih mengenalkan jenis kemasan. Dilakukan pengenalan jenis kemasan yang perlu dipakai untuk meningkatkan nilai produk, salah satunya adalah desain botol dan merk madu kelulut. Proses ini adalah hasil dari kegiatan observasi potensi dusun, sharing permasalahan dan beberapa diskusi untuk mencari solusi permasalahan. Selanjutnya dibuat beberapa pilihan solusi dengan membandingkan dan mengukur potensi desa. Setelah mempelajari dan berdiskusi dan mempertimbangkan kondisi kekinian dan teknologi yang berkembang, mahasiswa KKN berinisiatif mensupport kegiatan usaha mikro masyarakat dusun dengan memperkenalkan konsep pemasaran dan hal-hal yang tersangkut dengan daya

saing dan permasalahan pemasaran produk madu kelulut (Tabel 2).



Gambar 4. Bentuk produk yang dihasilkan dengan desain kemasan baru

Kegiatan pembuatan atau pemberian kemasan pada produk madu ini diawali dengan pemanenan madu terlebih dahulu. Pemanenan madu dilakukan Menggunakan sedotan dan Spuitcather/alat suntik tanpa Jarum. Sedotan digunakan sebagai alat penusuk lubang penyedotan madu dan Spuit Cather digunakan untuk menyedot madu dari sarangnya. Proses pemanenan dilakukan kurang lebih selama 1jam untuk 2 kemasan berisi 300ml.

Pemanenan yang dilakukan menjelang sore saat budak lebah kelulut sedang berada diluar sarang untuk mencari sari bunga untuk makanan ratu lebah kelulut. Hal tersebut agar memudahkan proses pemanenan madu. Pemanenan juga dilakukan harus dalam kondisi cuaca cerah. Kegiatan pemberian kemasan pada produk madu kelulut menggunakan kemasan botol plastik dengan isi sebanyak 300ml (Gambar 4). Pemberian kemasan ini dilakukan agar mempermudah pemasaran produk tersebut. Penggunaan kemasan plastik pada produk madu juga bertujuan untuk meminimalisir biaya penggunaan botol kaca yang digunakan oleh pemilik sebelumnya, selain itu kemasan botol plastik juga memudahkan penyimpanan

produk madu agar tidak pecah saat dipasarkan.

Kegiatan pembuatan Label atau Stiker untuk Kemasan Madu kelulut dilakukan bertujuan untuk lebih mengenalkan atau mempromosikan madu kelulut dari Dusun Limbung. Pembuatan label juga dilakukan agar madu dari dusun limbung lebih dikenal di pasaran. Kegiatan pembuatan stiker untuk Kemasan Madu kelulut dilakukan mulai pada tanggal 10 Agustus 2020 yang diawali dengan pemberian nama serta nomor telephone oleh pemilik madu kelulut, kemudian dilakukan kegiatan desain label atau stiker kemasan, setelah dilakukan disain serta penyesuaian dan persetujuan dari pemilik madu kelulut lalu stiker di cetak pada tanggal 18 Agustus 2020 (Gambar 5).



Gambar 5. Pelabelan produk madu kelulut

Bentuk kemasan madu kelulut yang dikembangkan merupakan alternative awal untuk lebih mengenalkan produk ini ke khalayak lebih luas. Melalui pemasaran via online diharapkan jangkauan pemasaran akan lebih baik lagi. Konsistensi masyarakat diperlukan untuk menjamin keberadaan dan eksistensi UMKM (Purnavita 2018).

Promosi online (Gambar 6) mejadi pilihan karena memberikan beberapa keuntungan dan kemudahan

untuk menawarkan produk. Semakin banyak pelaku usaha khususnya UKM melakukan konten yang berisi mengenai produknya semakin besar peluang orang lain mengetahui apa yang anda tawarkan. Jika mereka menyukainya, ini akan menjadi konten viral dimana akan banyak orang yang membicarakan mengenai produk yang ditawarkan. Dengan kemajuan teknologi atau pemasarn secara online pelaku usaha dalam mempromosikan dan memasarkan hasil produknya tidak harus bertemu langsung dengan konsumen ataupun bertatap muka, sehingga dalam hal ini dapat menghemat waktu dan biaya. Sejalan dengan berkembangnya internet, muncul pemahaman baru mengenai paradigma pemasaran berupa konsep pemasaran modern yang berorientasi pada pasar atau konsumen atau revolusi pemasaran berupa electronic marketplace (Kurniawati et al. 2019).



Gambar 6. Tampilan promosi online yang dibuat

SIMPULAN

Kegiatan berhasil mendesain, membuat kemasan produk madu kelulut dan membantu pemasaran

teknologi dengan menggunakan media online. Keseluruhan tahapan dan program kegiatan menunjukkan bahwa setelah kegiatan KKN ini masyarakat tetap memerlukan keberlanjutan dan peningkatan dalam pelatihan dan pendampingan dalam hal pengelolaan inovasi produk, penampilan kemasan dan strategi pemasaran secara on line.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada semua peserta kelompok KKN UBB XV dusun Limbung tahun2020 yang telah melakukan dan berperan aktif pada program ini, Universitas Bangka Belitung melalui LPPM_UBB yang melaksanakan program KKN ini. Penghargaan yang setinggi tingginya kepada perangkat desa Jada Bahrin dan dusun Limbung atas semua sambutan dan kerjasamanya dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasari, F., Addy, S dan Indah, F. A. 2016. "Sistem Pelaporan Terpadu Kuliah Kerja Nyata Berbasis Digital (Studi Kasus: Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mulawarman)." *Informatika Mulawarman: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer* 10(1):11.
- Hermawan, H. 2017. "Pengembangan Destinasi Wisata Pada Tingkat Tapak Lahan Dengan Pendekatan Analisis SWOT." 64–74.
- Kurniawati, E., Aprih, S dan Widowati, S.Y. 2019. "Pelatihan Pemasaran Online Bagi Kelompok Usaha Bersama (KUB) "SRIKANDI"." *JIPEMAS: Jurnal Inovasi Hasil*

- Pengabdian Masyarakat
2(2):132.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2019. "Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 62 Tahun 2015 Tentang Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah." Sustainability (Switzerland) 11(1):1–14.
- Nursanti, Ellysa, Handoko, F dan Vitasari, P. 2017. "Penerapan Manajemen Berbasis Database Dengan MS Access Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Usaha Mikro." Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri 3(1):1–4.
- Purnavita, Sari, Sriyana, H.Y dan Widiastuti, T. 2018. "Kemasan Menarik Dan Internet Marketing Untuk Meningkatkan Nilai Jual Emping Garut Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Sragen." E-Dimas 9(1):88.
- Ramdani, Reza, M., Kamidin, M dan Ajmal, A. 2018. "Implementasi SAK-ETAP Pada UMKM Warkop Di Kota Makassar." Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan) 3(2):0–19.
- Wibowo, Hendika, D., Arifin, Z dan Sunarti. 2015. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo)." Jurnal Administrasi Bisnis 29(1):59–66.
- Zakaria, Z., Sophian, R. I. dan Khoirullah N. 2018. "Modifikasi Konsep Participatory Rural Appraisal Untuk Pembekalan Kuliah Kerja Nyata Mahasiswa Di Jawa Barat, Indonesia." Aplikasi Iptek Untuk Masyarakat 7(1):38–45.